

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

Əlyazması hüququnda

Mahmudova Ülkər Cabir qızı

**“Kıçık innovasiya sahibkarlığının inkişaf istiqamətlərinin analizi:
Azərbaycan timsalında” mövzusunda
mövzusunda**

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İxtisasın şifri və adı: 060409 - “Biznesin idarə edilməsi”
İxtisaslaşma: “Biznesin təşkili və idarə edilməsi”
Elmi rəhbər: i.f.d., dos. Hüseynli A.T.
Magistr proqramının rəhbəri: i.e.n., b/m. Şükürova A.S.
**“Biznesin idarə edilməsi”
kafedrasının müdiri:** i.ü.f.d., dos. Əliyev.M.Ə

□

BAKİ- 2018

Mündəricat

Giriş.....	3-6
Fəsil I. Kiçik sahibkarlığın innovativ inkişafının əsas müddəaları	
1. 1. İnnovasiyaların rəqabət üstünlüklərinin təmin edilməsində rolu.....	7-14
1. 2. Kiçik sahibkarlıqda innovativ strategiyaların formalaşması.....	15-27
Fəsil II. Kiçik sahibkarlıqda innovasiya yönümlü inkişafın idarə edilməsinin təşkilati-iqtisadi mexanizmi	
2. 1. Kiçik sahibkarlığın innovasiyalı inkişafının institusional əsasları.....	28-40
2. 2. Kiçik sahibkarlıqda innovasiya prosesinin təşkilati-metodiki mexanizminin qiymətləndirilməsi.....	41-51
Fəsil III. Kiçik sahibkarlıqda innovasiya yönümlü inkişafın əsas istiqamətləri	
3. 1. Kiçik sahibkarlıqda innovasiyaların istifadəsində yaranan əsas problemlər...	52-60
3. 2. Kiçik sahibkarlıqda innovasiya yönümlü iqtisadi inkişafın stimullaşdırılması mexanizminin təkmilləşdirilməsi.....	60-77
Nəticə.....	78-80
Ədəbiyyat.....	80-82

Giriş.

Mövzunun aktuallığı:

İqtisadiyyat müxtəlif və çoxşaxəli struktura malik mexanimzdir. Onun daxili bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqədə olan ayrı-ayrı sistemlərdən ibarətdir. Hər biri digərinin inkişafı üçün əsaslı xarakter daşıyır və siyasi-iqtisadi islahatların tərkibindəki ana məqsəd bu sahələrin qarşılıqlı münasibətini daima əsas tutaraq inkişafını təmin etməkdir. Bir cümlə ilə ifadə etsək, iqtisadiyyat hər bir halqası güclü olan bir zəncirdir. Birinin zəifliyi bütün sistemi məhv edə bilər. Daima bu sahələrin inkişafını təmin etmək əsas məqsədimizdir. İnnovasiya hər hansı bir sahəyə yeniliyin tətbiqi ilə onu hazırkı vəziyyətindən daha üstün səviyyəyə çatdırmaqdır. Hal-hazırda ölkəmizdə aparılan iqtisadi islahatlar bütün iqtisadiyyatda innovasiya yönümlü proseslərin həyata keçirilməsi üçündür. Müasirləşən bir dövrdə bütün yenilikləri özündə əks etdirən innovasiya sistemi hər bir ölkənin ümumi inkişafından, sosial-iqtisadi, mədəni intellektual səviyyəsindən xəbər verir. İqtisadi tərəqqi, hüquqi və fiziki şəxslərin hüquqlarının etibarlı təminatı, mədəni əlaqələrin genişlənməsi bu uğurların informasiya iqtisadiyyatı nəticəsində həyata keçmişdir. Təcrübə onu sübut edir ki, iqtisadi inkişaf siyasətini elmi texniki əsaslar üzərində quraraq innovasiya inkişafını dövlət quruculuğunun əsasına qoyan, hər zaman yeniliklərə açıq olan ölkələr yüksək tərəqqiyə nail olaraq dünya arenasında öz sözlərini deyirlər. Sahibkarlıq fəaliyyəti innovasiya proseslərinə açıq və ən tez inteqrasiya edən sahədir. Bu fəaliyyətin ən əsas fərqləndirici xüsusiyyəti innovasiya sahəsində həyata keçirilən yeniliklərdir. Sahibkarlar öz biznes mühitlərində əlverişli şəraitin yaranacağı vaxtı gözləmək əvəzinə özləri üçün ən uyğun şəraiti yaradaraq, öz sahələrinə yenilikləri özləri tətbiq edirlər. Bu səbəbdən, bu sferada yeniliklərin özünü ən tez büruzə verdiyi sahə sahibkarlıq fəaliyyətidir. Ölkəmizdə innovasiya sisteminin fəaliyyətini əsaslandırان amillər aşağıdakılardır: yeni texnologiyaların iqtisadi əlaqələrdə istifadəsi, innovasiya sahəsində dövlət siyasətinin aparılması, elmi nəticələrin tətbiqinin yenisi ilə əvəz edilməsi, iqtisadi təhlükəsizliyin daha da artırılması, əmək potensialının hamısının,

xüsusilə də, yüksək ixtisaslı kadrların iş yerləri imkanlarının təmin edilməsi və artırılması, elm tutumlu istehsalın önəminin yenidən gündəmə gətirilməsi və s.

Ölkəmizdə həyata keçirilən innovasiya siyasəti yeni texnologiya və biliklərin istehsalının, tətbiqinin həyata keçirilməsi üçün lazımi şəraitin yaradılmasından ibarətdir. Ölkədə innovasiya siyasətinin tətbiqi yeni elm və texnologiyaların istehsala inteqrasiyası ilə yeni məhsul və ya xidmət yaradılmasında bir sıra yeniliklərin tətbiqi, zaman və əmək baxımından qənaətcilik, mövcud strukturun təkmilləşməsi və s kimi nəticələrə səbəb olur. Sahibkarların innovasiya sahəsində fəaliyyətlərinin daha da səmərəli olması iqtisadiyyatımızın müasir dövrdə inkişafını səciyyələndirən ən əsas amildir. Buna səbəb isə ölkə iqtisadiyyatının ümumi inkişafının təmin edilməsi və innovasiyalı idarəetmə mexanizminə keçiddir. Bu, ölkəmizin innovasiya inkişafına verdiyi tam dəstəyin bariz sübutudur.

Ümumilli liderimiz H.Əliyevin xalqın istəyi ilə 1993-cü ildə yenidən hakimiyyətə qayıdışı ilə ölkəmiz özünün həqiqi və əbədi müstəqilliyini əldə etdi. Əsasını liderimizin qoyduğu bazar iqtisadiyyatına keçidlə başlayan inkişaf strategiyasında əsas ana fikir yeni texnologiya və fikirlərin bazar iqtisadiyyatına tətbiqi, ixtisaslı kadrların, ideya və biliklərin, müəssisələr şəbəkələrinin yaradılması ilə yeni məhsulların ortaya çıxarılması üçün bütün lazımi proseslərin həyata keçirilməsini dəstəkləmək idi.

Heydər Əliyevin yaratdığı o mükəmməl yolun davamçısı olan İlham Əliyevin həyata keçirdiyi islahatlar nəticəsində innovasiyanın sürətli inkişafı üçün bütün şərait yaradılmışdır. İnnovasiya fəaliyyətinin iqtisadiyyata tətbiqi və hərtərəfli inkişafını sürətləndirmək üçün stimullaşdırıcı bir sıra işlər həyata keçirilir. Əsas yeri yüksək informasiya texnologiyalarının tətbiqi, ixtisaslı kadrların cəlbə, yeni metodların yaradılması tutur. Bu da ölkəmizin dünya rəqabət bazarında geri qalmamasına imkan verir.

Bu sahədə aparılan islahatların arasında ən çox inkişaf potensialı olan layihə "Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış" inkişaf konsepsiyasıdır. Bu layihələrdən əsas gözlənti, artımın təxminən 20%-ə çatdırılması və növbəti 8 ildə sektorun gəlirini 9

milyard ABŞ dollarına yüksəltməkdir. Müasir dövrümüzdə mövcud olan elmi biliklərin, yeni texnologiya və innovasiyalı məhsulların, fərqli ideyaların iqtisadiyyatın hər sahəsinə, habelə ölkəmizin idarəetmə sistemində tətbiq etməklə davamlı iqtisadi inkişafa şərait yaradan innovasiyalı siyasət həyata keçirilir. Azərbaycanda son zamanlarda artan maliyyə perspektivinin əsas səbəbi iqtisadiyyata tətbiq edilən elmi-texniki və müasir innovasiyalı texnologiyaların inkişafına səbəb olan elm və tədqiqat sahələrinin artırılması ilə izah edilir.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri:

Dissertasiya işinin məqsədi kiçik sahibkarlıqda innovasiya istiqamətli inkişafın idarə edilməsinin təşkilati mexanizmini müəyyən etmək və kiçik sahibkarların günümüzdə rastlaşdığı problemləri təhlil edərək onların stimullaşdırılması yönündə aparılacaq işləri təhlil etməkdən ibarətdir. Əsas nəzər nöqtəmiz hal-hazırda Azərbaycan iqtisadiyyatının dünya bazarındakı yeri və sahibkarlığın bu pilləyə çatmaqda göstərdiyi təsirdir. Yerinə yetirməli olduğumuz vəzifə var olan problemlərin ana səbəbini təhlil edərək onlardan çıxış yolunun müəyyən edilməsi ilə daha sürətli inkişafa nəcə çata biləcəyimizin təhlilidir.

Tədqiqatın predmeti və obyekt:

Tədqiqatın predmeti sürətlə inkişaf edən rəqabət bazarı şəraitində sağlam mübarizə aparmağı bacara bilən və həmçinin iqtisadiyyatın infilyasiya və bir sıra böhran vəziyyətlərində ayaqda qalmasında böyük rolu olan kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyətinin mövcud vəziyyəti, inkişafı və onun innovasiya yönümlü fikirlərin tətbiqi ilə daha da inkişaf etdirilməsindən ibarətdir. Obyekt isə ölkədə fəaliyyət göstərən bütün kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələridir. Onlara istər dövlət, istərsə də özəl sektor tərəfindən yaradılan imkanlar, dəstəklər və mövcud problemlərin araşdırılması dissertasiya işinin əsas ana fikridir.

Tədqiqat işinin informasiya bazasını:

Günümüzdə əsas layihələrdən biri olan strateji yol xəritəsi, Dövlət Statistika Komitəsi, “Kiçik və orta sahibkarlıq haqqında” qanun, normativ aktlar, Dünya Bankı, Dünya iqtisadi forumu və s. kimi bir sıra elmi tədqiqat mərkəzləri təşkil edir.

Tədqiqatın elmi nəzəri və praktiki əhəmiyyəti:

Tədqiqat gələcəkdə aparılacaq elmi və pedagoji fəaliyyətlərdə, elmi-iqtisadi tədqiqat işlərində istifadə oluna bilər. Dissertasiya işində kiçik və orta sahibkarlığın iqtisadiyyatda rolunun, innovasiyalı idarəetmənin tətbiqinin necə böyük dəyişikliklərə səbəb olmasının ətraflı təhlili aparılmışdır. Günümüzdə KOS-un iqtisadiyyatdakı mövqeyinin də geniş təhlili aparılmışdır. Bir sözlə, istənilən sahibkar üçün dövrümüzdəki iqtisadiyyatda KOS təhlili və inkişaf perspektivlərini bəlli edə bilər. İnnovasiyanın KOS-a tətbiqinin gətirəcəyi bütün inkişafın bəlli nəticələrinə toxunulmuşdur. Bu səbəbdən, sahibkarların və iqtisadçıların marağına səbəb olacaqdır.

Dissertasiyanın quruluşu:

Dissertasiya işi Giriş, 3 Fəsil, 6 Paragraf, Nəticə və təkliflər, Ədəbiyyat siyahısından ibarətdir.

Fəsil I. Kiçik sahibkarlığın innovativ inkişafının əsas müddəaları

1. İnnovasiyaların rəqabət üstünlüklərinin təmin edilməsində rolu

Bu günün dünyası yeni bir iş qurmaq və ya mövcud bir işi genişləndirmək üçün təmin etdiyi imkanlarla yanaşı, bəzi çətinliklərə də meydan açır. Yeni texnologiyalar qlobal bazarda daha yaxşı şərtlərdə təmin edilən iş imkanlarına daha yaxşı giriş imkanı verir. Eyni zamanda, artan rəqabət, keyfiyyətli və daha az xərclərlə məhsul ortaya çıxarmaq müəssisələrin qarşısında duran əsas problemlərdən yalnızca bir nəçəsidir. Müasir beynəlxalq müsabiqələrdə və qloballaşma prosesindəki dəyişikliklər ölkəmizin də bu prosesə sürətlə inteqrasiya olmasını tələb edir. KOS bu prosesin vacib bir parçası olaraq əhəmiyyətli bir rol oynayır. Dünya iqtisadiyyatdakı bu çevrilmə səbəbiylə Azərbaycanda KOS-un inkişafı və fəaliyyəti ilə əlaqədar siyasət inkişaf etdirilməlidir. Kiçik və orta sahibkarlıqla məşğul olan müəssisələr biznes idarəçiliyi ilə bağlı, maliyyə resursları və digər problemləri həll edəcək qədər böyük gücə sahib deyillər. KOS-lar yeni iş imkanlarının, ehtiyac və bazarla bağlı tələblərin ödənilməsi baxımından bütün ölkələr üçün olduqca önəmli bir mövqe daşıyırlar. Bu sahənin inkişaf etdirilməsi bütün iqtisadçılar və siyasətçilər üçün həll edilməsi vacib olan bir məsələdir. Müəssisələrin əksəriyyətinə nəzərən KOS-lar daha çevik qərar vermə və daha dinamik bir quruluşa sahibdirlər. Ölkəmizin dünya bazarında rəqabət gücünün artırılması üçün KOS-ların struktur xüsusiyyətlərini daha yaxşı anlamaq və onların rəqabət qabiliyyətini artırılması istiqamətində siyasət tədbirlərini həyata keçirməyə çalışmalıyıq. Quruluş tərkibi ilə böyük müəssisələrdən fərqlənən KOS-lar inkişafda olan ölkələrin iqtisadiyyatına əhəmiyyətli qatqı göstərir, ölkənin istehsal fəaliyyətini hədəfləyir və ölkənin illik istehsal həcmində ən əhəmiyyətli göstəriciləri hesab olunur. Ölkəmizdə KOS subyektlərinin inkişafına birbaşa təsir edəcək islahatların istiqamətinin müəyyən olunması üçün Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2015-ci il 5 iyun tarixli 215 nömrəli “İri, orta və kiçik sahibkar meyarları”nın təsdiq edilməsi haqqında” qərarı ilə KOS subyektlərinin xarakteristikaları müəyyənləşdirilmişdir. 2015-ci il üzrə qeydiyyatdan keçmiş hüquqi və fiziki sahibkarlıq subyektlərinin 1 faizi iri, 2 faizi orta, 97 faizi isə kiçik sahibkarlardır.

Sahibkarlıq subyektlərinin ölçüsünə görə kateqoriyası	İşçilərinin orta siyahı sayı	İllik gəliri
Kiçik sahibkar	25 nəfərədək	200 min manatadək
Orta sahibkar	25 nəfərdən 125 nəfərədək	200 min manatdan 1250 min manatadək
İri sahibkar	125 nəfər və ondan yuxarı	1250 min manat və ondan yuxarı

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabineti

Sahibkarlıqda innovasiya biznesinə nəzər salmadan öncə onun bir sıra cəhətlərini nəzərdən keçirək. İnnovasiya anlayışı dünya iqtisadiyyatında elmi-texniki tərəqqinin yeni məhsul və texnologiyalarda öz əksini tapmasıdır. Müxtəlif ziyalı şəxslər innovasiya anlayışına müxtəlif cür yanaşmış və təhlil etmişlər.

- Yeniliklər texnika və texnologiyanın inkişafı, yaranması, digər obyektlərə tətbiqinin idarə edilməsi şəklinə düşür. (A. İ. Priqoj)
- Ümumi mənada innovasiya - yeni məhsul, maliyyə, kommersiya, istehsal və s. xarakterli təşkilati, texniki, sosial, iqtisadi qərarlar formasında yeniliklərdən yeni səmərəli və mənfəətli istifadəni ifadə edir. (Y. P. Morozov)
- İnnovasiya yeni məmulat növlərinin, təşkilati formalarının, texnologiyaların tətbiqinişlənilib hazırlanmasına yönəldilmiş yaradıcılıq fəaliyyətidir. («Elmi-Texniki Tərəqqi» lüğəti)
- İnnovasiyaya - bazara daxil olunmuş, praktikada istifadə olunan yeni, yaxud təkmilləşmiş proses və ya sosial xidmətlərə yeni baxış tərzi, həmçinin mütərəqqi məhsul formasını alan innovasiya fəaliyyətinin ən son nəticəsi kimi yanaşılır. (Fraskati rəhbərliyi)
- İnnovasiya yeni bir şeyin, yenilikçi islahatın tətbiqini nəticəsidir. (M.Xuçək «Polşa dilinin lüğətində»)

- İnnovasiya - bazarda təkmilləşmiş və yaxud yeni istehsal avadanlıqlarını, proseslərini meydana gətirən kommersiya, istehsal və texniki tədbirlər toplusudur. (F. Nikson)
- İxtiranın və yaxud ideyanın iqtisadi məzmun aldığı fəaliyyət innovasiya adlanır. (B.Tviss)
- Elə bir iqtisadi-ictimai-texniki prosesdir ki, innovasiya vasitəsi ilə ixtirələrdən və yeni ideyalardan öz xüsusiyyətlərinə görə daha səmərəli texnologiya, məlumat və məhsullar yaradılmasına səbəb olur. İqtisadi fayda və mənfəətə yönəldiyi halda onun bazara çıxarılması əlavə məhsul istehsalına gətirib çıxarır. (B.Sonto)
- Beynəlxalq standartlara görə bazara daxil olaraq bazara daxil edilmiş təcrübə-praktiki fəaliyyətdə istifadə olunan yeni və ya yaxud təkmilləşdirilmiş proses və yaxud sosial xidmətlərə yeni yanaşma, yeni və yaxud mütərəqqiləşdirilmiş məhsul şəklini alan fəaliyyətinin son nəticəsinə innovasiya deyilir.
- İnnovasiya sahibkarlıq ruhu ilə qidalanmış istehsal amillərinin təkmilləşmiş təkşilatı kombinasiyasıdır.

Müxtəlif yanaşmaların təhlili ilə innovasiyanın izahına nəzər saldıqda belə bir qənaətə gəlməyə imkan yaranır ki, onun məzmunu dəyişikliklərdən ibarətdir və innovasiya fəaliyyətinin və menecmentinin əsas funksiyası yaradılan dəyişiklikləri ən ideal şəkildə idarə etməkdir.

İnnovasiya latın sözü "innovatus" dan alınır; "Sosial, mədəni və inzibati mühitdə yeni üsulların tətbiqi" deməkdir. Webster yenilikləri 'yeni və fərqli bir nəticə' olaraq təyin edir. İnnovasiya; yeni fikirlər dəyəri (məhsul, metod və ya xidmət kimi) yaradan çıxış transformasiya prosesidir. Bu proses iki əsas addımdan ibarətdir. Yenilik prosesinin təşəbbüsü üçün vacib olan ilkin addım; bu zaman yeni və yaradıcı fikirlər ortaya çıxır. Əmək və investisiya tələb edən ikinci addım, əlavə dəyər yaradan məhsullara, üsullara və ya xidmətlərə çıxarılan yeni və ixtiraçılıq fikirlərin çevrilməsidir. İnnovasiya bir şirkətin ticarət həyatında uğur qazanması üçün əsas amildir və ticarət fəaliyyətinin bütün sahələrinə aiddir. Sıx rəqabət şəraitində yaşamaq və qazanmaq

üçün mübarizə aparan müəssisələr innovativ və yaradıcı ideyaların məhsullara və ya xidmətlərə çevrilməsində əldə edə biləcəkləri əlavə dəyəri ilə özünə tətbiq olunan istehsal xərclərinin yükünü götürə bilirlər. Yeniliklərə investisiyalar gələcək investisiyalardır - qloballaşmanın səbəb olduğu sıx rəqabət mühitinə qarşı bir sığorta.

"İnnovasiya" anlayışının daxilində yeni qayda, məhsul, üsul, texnologiya, hadisə nəzərdə tutulur. İnnovasiyanın əldə edilməsi, onun cəmiyyətin maddi mühitində təkrar istehsalı və reallaşdırılması ilə bağlı olan innovasiyadan istifadə prosesi ümumi innovasiya prosesini təşkil edir.

İnnovasiya menecmenti isə «istehsal vasitələrində, xidmətlər sahəsində, əmək məhsullarında və ya novator fəaliyyətindəki əsaslı dəyişiklikləri»n idarəedilməsi qabiliyyəti kimi izah edilir.

Y. Şumpeterə görə, dəyişikliklərin beş tipi vardır:

- 1) ən son texnika, istehsalın yeni bazar təminatından və yaxud yeni texnoloji proseslərdən yararlanması;
- 2) yeni xüsusiyyətlərə malik xidmət və ya məhsulların istifadəsi;
- 3) fərqli xammamlardan istifadə olunması;
- 4) istehsal prosesində və onun texniki-material təminatında dəyişikliklər;
- 5) yeni bazar formasının yaradılması.

Elmi-texniki innovasiya aşağıdakıları təmin etməyə borcludur:

- yeniliklərə malik olmağa;
- bazar tələbatını ödəməyə;
- istehsalçı üçün mənfəət gətirməyə

Qloballaşan bir dövrdə innovasiya sahibkarlığı fərqli idarəetmə düşüncəsi ilə, səmərəli təsərrüfatçılıq haqqında ənənəvi təsəvvürləri özündə əks etdirməklə, geniş bazar orientasiyası ilə bağlıdır. Məhz bu səbəbdən dünyanın ən çox inkişaf etmiş firmaları böyük uğura nail olurlar və öz sferalarında rəqib şirkətlərin məhvinə səbəb olan böhranların öhdəsindən gələrək hər dəfə ayaqda qalması bacarırlar.

İnnovasiya yeni və ya təkmilləşdirilmiş məhsulların, xidmətlərin və ya istehsal metodlarının işlənilib hazırlanması və onları kommersiya cəhətdən həyata keçirmək

üçün həyata keçirilən bütün prosesləri əhatə edir. Yeni və ya təkmilləşdirilmiş məhsulların, xidmətlərin və ya istehsal metodlarının hazırlanması yeni fikirlərdən yaranır. İnnovasiya davamlılığı ilə bir fəaliyyətdir. Bu səbəbdən, bu ideyaları və nəticələri istifadə etmək lazımdır, onlar yenilənir və yaymaq üçün satılan yeni məhsullar üçün dəfələrlə yayılır və inkişaf etdirilir. Bu yolda doğulan yeni fikirlər, yeni innovasiya fəaliyyətlərinə səbəb olacaqdır. İnnovasiya radikal ideyalar və ya inkişaf etmiş məhsulların və ya istehsal üsullarının irəliləyişləri ilə addım-addım inkişaf və təkmilləşdirmə fəaliyyətləri nəticəsində ortaya çıxır.

Tədqiqat və inkişaf - innovasiya üçün ən vacib fəaliyyətlərdəndir. Ancaq innovasiya yönümlü bir yenilik yoxdursa, başqa bir dəyişlə, əgər tədqiqatçıların sahibkarlıq xüsusiyyətləri yoxdursa, heç bir dəyər yarana bilməz; Tədqiqat və inkişafın nəticələri yeniləşməyə çevrilə bilməz. Buna görə texnologiyaya əsaslanan firmalar istisna olmaqla, bütün şirkətlərdə həyata keçirilən yenilikçilik işinə yalnız "texnoloji yenilik" deyil, "təşkilati yenilik" və "marketinqin innovasiyası" da daxildir. Bundan əlavə, texnologiyaya əsaslanan firmalara texnoloji yeniliklər verilərsə belə, təşkilati və marketinq innovasiyalarına kifayət qədər resurs ayırmadan müvəffəqiyyət qazanması gözlənilə bilməz.

Yeniliyin yaradılması daima həyata keçirilir və qeyri-sabit xüsusiyyətlərə malik bazara yönəlir. Bu həm yeni elmi ideyaların və perspektivli məhsulların işlənilib hazırlanması axtarışının daima dəstəklənməsini, həm də inteqrasiya əlaqələrini saxlamaqla idarəetmə səlahiyyətlərinin maksimum qeyri-mərkəzləşdirilməsinin səmərəli və çevik şəkildə idarə edilməsini özündə ifadə edir.

İnnovasiya effektin ölçüsü böyük olacaq demək deyil. Mövcud məhsul, xidmət və proseslərdə başa çatdırılmasını gözləyən kiçik hissələr böyük yeniliklər yaradır. İnnovasiya üçün imkanlar axtararkən "Biz artıq dəyər qazanmaq üçün mümkün olan şeyi necə edə bilərik?", "Nə cür addımlar iqtisadi nəticələrimizi müsbət dəyişir?", "Hər hansı bir dəyişiklik bizim bütün imkanlarımızın potensialını artıracaq?" suallarını cavablandırmaq lazımdır. Müvəffəqiyyətli yenilik müxtəlif düşüncə və fərqliliklərlə baş verir. Eynşteynin dediyi kimi, "Bu problemləri yaradan zaman

düşündüyümüz kimi düşünürüksə, dünyanın bu gün yaradılan problemlərini həll edə bilmərik". Yəni dəyişim mütləq şərtidir.

Ayağa qalxmaq və rəqabət aparmaq üçün alıcılar məhsullarımızı seçməlidirlər. Məhsullarımıza əlavə etdiyimiz xüsusiyyətlər yeniliklərdir. İnnovasiya bir şirkətin daha yüksək mənfəət marjları qazanmasına səbəb olur, lakin bunun nə qədər davam edəcəyini proqnozlaşdırmaq mümkün deyil. Hər gün inkişafda olan texnologiyanın sürətini, dəyişən müştəri tələblərini və yenilikləri kopyalama qabiliyyətinin informasiya və texnologiya vasitəsilə necə asanlaşdığını düşünsəniz, bir yeniliyin rəqabət üstünlüyünün nə qədər qısa olacağını təsəvvür edə bilərsiniz. Buna görə daimi yenilik lazımdır.

İnnovasiya rəqabət prosesinə müsbət və mənfi təsir göstərir. İnnovasiya rəqabəti artırmaq və dəstəkləmək üçün əhəmiyyətli təsirə malikdir. Birincisi, istehsal prosesləri ilə bağlı yeniliklər yaradaraq maliyyə sahəsində yaratdığı bir avantajla firmaların dominant olduğu bazara daxil olmalarına imkan yaradır. Belə bir yeniliklə bazara girmiş bir şirkət, ilk növbədə, bazar üstünlüyünü əldə edərək bazar gücünə sahib ola bilər. Eyni şəkildə, qurulmuş mövcud bir şirkət bazarda bir yenilik edərək dominant olan şirkətin dominant mövqeyinə son qoya və ya onu zəiflədə bilər. Şirkətlərin bazar gücünün azalması qiymətlərin rəqabətə davamlı qiymətlərə yaxınlaşması və istehlakçı firavanlığının artması deməkdir.

İkincisi, yeniliklər rəqabətə stimullaşdırıcı təsir göstərə bilərlər. Başqa sözlə, bazarda bir şirkət tərəfindən hazırlanmış bir innovasiya layihəsi digər rezident şirkətləri yeni texnologiyaları yeniləşdirməyə və tətbiq etməyə məcbur edə bilər. Beləliklə, yenilik prosesi özünü qidalandıran bir prosesə çevrilə bilər. Üçüncüsü, xüsusilə mal və xidmətlərə dair yeniliklər yeni bazarların yaranmasına və rəqabət sahələrinin genişlənməsinə səbəb ola bilər.

İnnovasiya mal və xidmət bazarlarında rəqabətin keyfiyyətini dəyişdirən təsirlərə də səbəb ola bilər. Buda təbii ki, mənfi bir cəhətdir. Amma sahibkarlar bacardıqları qədər sağlam mübarizəyə üstünlük verməlidirlər.

İnnovasiya bir mərhələli mütərəqqi fəaliyyət deyil; Əksinə, bütün təşkilatın bazarda payını artıracaq daxili və xarici amillərə imkan yaradacaq və təsir göstərəcək davamlı bir fəaliyyətdir. Buna görə yenilikləri təşviq edən və idarə edən bir sistem üstün xüsusiyyətləri olan məhsulları və xidmətləri inkişaf etdirmək, istehsal etmək və satmaq qabiliyyətlərinə malikdir.

Yenilikdə əsas sözlər "dəyişiklik" və "yenilik" olduğundan, bu məqamda ən vacib məsələ dəyişikliyi idarə etməkdir. Dəyişiklik idarəetməsinin əsas komponentləri insan, biznes prosesləri və texnologiyadır. Buradakı müvəffəqiyyət innovasiya fəaliyyətinin şirkətin korporativ strategiyası ilə birləşdirilməsinə bağlıdır.

Yenilikləri müvəffəqiyyətlə idarə edən şirkətlər liderliyə və risk almaq qabiliyyətinə malikdir. Şirkətdə çalışan hər kəsə ən yüksək səviyyədə məsuliyyət verilir: hər səviyyədə işləyənlər böyük məsuliyyətlə yeni məsuliyyətlərə cavabdehirlər; məhdud assosiasiya qrupları deyil, əməkdaşlıq üçün bir araya gələn qruplar; daha məhsuldar və daha təsirli bir mühit yaradılır.

Yenilikləri uğurla idarə etmək üçün:

- Firmanızda xüsusi məlumat, təcrübə və bunları istifadə etmə qabiliyyətinin varlığı şərtidir;
- Korporativ strategiyanızın ən əhəmiyyətli hissəsi isə innovasiya strategiyasının təşkilidir. Bu strategiyanın məqsədlərinin başında firmaya xüsusi məlumatın toplanması gəlməlidir.
- İnnovasiya strategiyasının, texnologiyadakı mövcud və gözlənilən inkişafların, təhdidlərin və bazardakı tələblərin qiymətləndirilməsini təmin edəcək şəkildə sürətlə dəyişən mürəkkəb xarici mühitdən baş çıxarmanızı təmin edəcək şəkildə formalaşdırılmalıdır.
- Daxili strukturlar və proseslər potensial ziddiyyətli tələbləri tarazlaşdırılmalıdır. Burada məqsədiniz, texnoloji sahələr, iş funksiyaları və məhsul qrupları içində xüsusi məlumatların müəyyən edilməsini və inkişaf etdirilməsini təmin etmək və bu məlumatları texnoloji sahələr, iş funksiyaları və məhsul qruplarında istifadə olunmasını təmin etmək olmalıdır.

Strukturun layihələnməsi zamanı qarşıya qoyulan əsas vəzifə qeyri-mərkəzləşdirməyə aid olmalıdır. Müəyyən yeniliyin yaradılması fəaliyyətinin rəhbərinin gərəkli səlahiyyəti, uyğun məsuliyyətilə təmin olunur. İqtisadçılar uzun müddətdir hesab edirlər ki, elm və texnologiya sahəsində dəqiq planlaşdırılma proqnozlaşdırılan nəticələrin əldə edilməsi ehtimalını artırır. Buna uyğun olaraq, ixtisaslı kadrlar innovasiya proseslərinin idarə edilməsinin təşkilati sistemini formalaşdırırlar.

Günümüzün iqtisadçıları və nəzəriyyəçiləri belə bir fikirdədirlər ki, bazarda yeni məhsul sayının və ya növünün çoxaldılması, həmçinin onların bazarda fəaliyyət müddətinin artırılması üçün şirkətdə novator fikirlərin davamlılığı vacibdir. Bu gün hər il təxminən 3 milyon patent ərizəsi verilir. Şirkətlər arasındakı rəqabət bu rəqəmi hər keçən gün artırır. Şübhəsiz ki, yeni dünyanın ən mühüm alətlərindən biri olan marketinq də bu dəyişikliyi qəbul edir. Qeyri-yenilikçi marketinq metodları firmaya heç bir səmərə verməyən əlavə dəyər olmaqdan başqa bir şey deyildir. İdarəetmənin innovasiya üslubunun tərəfdarları hesab edirlər ki, yaxşı yenilikçilik mühitinin yaradılması üçün firmaların müxtəlif bölmələrində qabaqcıl təcrübənin həvəsləndirilməsi, entuziastlara onların ideyalarının reallaşdırılması imkanlarının yaradılması zəruridir. İnnovasiyanın yayılması və genişlənməsi prosesi təsərrüfat subyektləri tərəfindən qəbul edilməsi və sürətli yollarının çox güclü olmasından asılıdır. İnnovasiya yeniliyin kommunikasiya vasitələri ilə müəyyən bir zaman çərçivəsində sosial sistemin üzvləri ilə ötürülərək yayılır. Korporativ, sektoral, regional və milli aspektlər baxımından, yeniliklər üçün siyasət, proqramlar və layihələrin olmaması ortaya çıxır.

Şirkətlər yenilikləri bir şirkət mədəniyyəti kimi qəbul etməklə davamlı innovasiya qabiliyyətlərini artırmaq üçün infrastruktur işlərini sürətləndirməlidirlər. Təhsil sistemində tələbələrə sahibkarlıq və yenilikçi ideyalar gətirmək məqsədi ilə proqram və layihələrin hazırlanması və həyata keçirilməsi gələcəyə edilən ən böyük investisiyadır. Milli, regional və sektoral innovasiya siyasətlərinin müəyyən edilməsi; milli innovasiya sistemində iştirak edən müəssisələrin innovasiya işlərinin dəstəklənməsi üçün xidmətlərinin yenidən qurulması və müəssisələrin

innovasiyalarını asanlaşdıracaq tədbirlər haqda geniş təsəvvürə malik olmaq çox vacibdir.

Qərar vermək hüququna sahib olanlar yuxarıda göstərilən məsələləri həyata keçirmək üçün geniş informasiya kampaniyaları həyata keçirməlidirlər; Cəmiyyətin bütün seqmentlərində innovasiya şüurunun yaradılması lazımdır.

1.2. İnnovasiya yönümlü inkişaf strategiyalarının formalaşması

İnnovasiya fəaliyyəti sahəsində hamı tərəfindən qəbul olunmuş terminologiya hələki mövcud deyil. Tədqiqat obyektindən, predmetindən, nəzəriyyə və baxış bucağından asılı olaraq, ədəbiyyatda innovasiyaya hadisə, proses, yenilik, sistem, dəyişiklik və nəticə kimi yanaşırlar. XX əsrin 30-cu illərində innovasiya haqqında tədqiqatların əsasını qoyan İ.Şumpeter özünün «İqtisadi inkişaf nəzəriyyəsi» əsərində innovasiyaya texniki dəyişikliyin iqtisadi təsiri kimi baxmışdır. O, istehsal funksiyası çərçivəsində innovasiya sahibkarlığının mahiyyətini tapmağa cəhd etmiş və innovasiya prosesləri nəzəriyyəsinin əsaslarını tədqiq etmişdir. Yeniliyə texnologiyanın və idarəetmənin dəyişməsi kimi baxan alim innovasiya prosesində sahibkarın rolunu qeyd etmiş və onu ixtira ilə yenilik arasında əlaqələndirici adlandırmışdır.

"Strategiya" hərbi bir termindir. Döyüşü qazanmağın yolu bütün taktikanı öncədən müəyyən etməkdir. Etimoloji kökü qədim yunanlara əsaslanan strategiya sözü "stratos" (ordu) və "ago" (rəhbərlik, istiqamət verən) sözlərinin birləşməsindən əmələ gəlib. Digər tərəfdən də bəzi müəlliflər bu sözün latın sözü olan "stratum" sözündən götürüldüyünü və mənasının yol, xətt, çay yatağı olduğunu qeyd edirlər.

Fərz edək ki, bir şirkət var və böyümək üçün davam edən ciddi rəqabət döyüşünü qazanmalıdır. Bunun üçün ən mühüm silah yaxşı hazırlanmış, assimilyasiya edilmiş və uğurla həyata keçirilmiş strategiyadır. Siz yalnız yenilikdə deyil, biznesinizin bütün sahələrində uğur qazanmaq üçün strateji düşünməli və fəaliyyət göstərməlisiniz. Sizin korporativ strategiyanız şirkətinizin davamlı rəqabət

üstünlüyünün qaynağı nədir, bu rəqabət üstünlüyünü saxlamaq üçün bazarda necə bərqərar edilməlidir və strateji prioritetlərinizə dair digər sualları cavablandırmalıdır. Şirkətinizin strategiyası sizin rəqiblərinizdən daha çox müştərilərin ehtiyaclarını qarşılamaq üçün təyin etdiyiniz taktikanızdır. Bu təlimat digər idarəçilərin və işçilərin məsləhətləri ilə şirkətin sahibi və rəhbərliyi tərəfindən hazırlanmalıdır. Daha sonra şirkət içində qəbul edilən strategiya bütün işçilərə tətbiq edilməli və icra rəhbərliyinin nəzarəti altında olmalıdır.

Bir firma içindəki yeniliklərin müvəffəqiyyəti innovasiya strategiyasının firmanın müəssisə strategiyası ilə birləşdirilməsinə bağlıdır. Yenilik strategiyamızı inkişaf etdirmək üçün aşağıdakılar əsasdır:

- Şirkətinizdəki işçilərin ehtiyaclarını və gözləntilərini başa düşməyiniz;
- Fəaliyyət göstərdiyiniz bazarı tanımanız;
- Alıcılarınızın kim olduğunu və onların gözləntilərini bilməyiniz;
- Bazarınızın, alıcıların və işçilərinizin bir vizyon ətrafında ehtiyaclarını birləşdirməyiniz;
- Bu vizyonun hər kəs tərəfindən qəbul edilən və paylaşılan olmasını təmin etməyiniz;
- Şirkətinizin məqsədlərini, missiyasını və strateji planını hazırlamanız.

Daha sonra vizyonunuz, missiya və məqsədlərinizdə göstərilən ehtiyaclara uyğun olaraq yenilik imkanlarını şərh edərək yenilik strategiyasını yaratmalısınız. Yenilik strategiyanız hazırlanarkən həmişə bazarın və müştərilərin ehtiyaclarını nəzərə almalısınız. Yeniliklərinizi strategiyanızla müəyyənləşdirərkən özünüzü yeni məhsullar və xidmətlərin inkişaf etdirilməsilə məhdudlaşdırmayın. Rəqabətdə üstünlük qazanmaq üçün yeni və təkmilləşdirilmiş metodlar strategiyanızda önə çıxmalıdır. Yenə də yenilik strategiyanızda yadda saxlanması lazım olan sistem yalnız mövcud problemləri həll etməyə imkan verməməlidir. Hər bir innovasiya fəaliyyəti yeni innovasiya fəaliyyətlərini ortaya qoymalıdır.

Yenilik strategiyanız "fərqləndirməni" təmin edəcək tədbirləri müəyyən etməlidir. Bu hərəkətləri etmək üçün tələb olunan hərəkətlər də strategiyanızda açıq şəkildə

açıqlanmalıdır. Yenilik strategiyanızı həyata keçirmək üçün şirkətinizin bütün bölmələri məsuliyyət daşıyırlar. Buna görə, strategiyanız müvafiq vahidlər arasında sinerji yaratmaq məqsədi ilə hazırlanmışdır. Başqa bir vacib məqam budur ki, sizin innovasiya strategiyanız investisiya prioritetlərinin yenilikdə müəyyənləşdirilməsini təmin edir. Bu strategiya şirkətinizin məhdud resurslarının hansı növ innovasiya fəaliyyətlərinə yönəldildiyini müəyyən edən vasitə olmalıdır.

Ümumiyyətlə, gələcəyə dair bir strategiyayı həyata keçirmək üçün plan qurmaq əsasdır. İş planı sizin məqsədinizə, əldə etmək istədiyiniz hədəfləri və bu təyinatlı marşrut xəritəsini müəyyən edir. İşin nə olduğunu, iş mühiti, qısa və uzunmüddətli hədəfləri və bu məqsədlərə nail olmaq üçün vasitələr və üsulları təsvir edin.

- Yanlış etdiyiniz hər bir şeyi və işinizin hər bir addımında hansı səhvlərin olduğunu göstərən bir nəzarət mexanizmi biznesinizin uğurunu və inkişaf perspektivlərini qiymətləndirməyə imkan verir.
- Biznesinizi səmərəli şəkildə idarə etməyə çalışın çünki bu, uğur qazanmağa imkan verir.
- İşiniz üçün bir ünsiyyət vasitədir. Məqsədinizə, rəqabət şərtlərinizi, rəhbərliyinizi və insan resurslarını müəyyənləşdirin. Bu, sizin maliyyə təkliflərinizin əsasını təşkil edir.

Biznes planınızın nəticə verməsi üçün onu "istifadə" etməlisiniz. Yeni qurulan müəssisələrin 90%-i qurulmasının ilk ilində uğursuzluqla üzləşir. Bunun ən vacib səbəbi planlaşdırmanın olmamasıdır. Bu səbəblə, BİZNES PLANI hazırlayın və bu planı istifadə edin. Strategiya çox vacib bir şərtidir.

Biznes planı "məlumat" təmin edir. Çox vaxt, xüsusilə də işiniz üçün maliyyələşdirmə axtardığınız zaman sizə bir kömək əli olacaq. Bütün inkişaf etmiş ölkələrdə yaxşı hazırlanmış biznes planı hər hansı bir maliyyə alətinə, xüsusilə də riskli kapitalı kapitallaşdırmaq üçün lazım olan hər şeydir. Ölkəmizdə biznes planı maliyyəçilər tərəfindən yavaş-yavaş təşviq olunmağa başlamışdır.

Günümüzdə KOS-lar davamlı dəyişən şərtlər və artan rəqabət mühitində təyin etdikləri məqsədlərə ən təsirli və məhsuldar bir şəkildə çatmaq və ayaqda qala bilmək

üçün fərqlənmə və yeni şeylər ortaya qoymaq məcburiyyətindədirlər. KOS-lar öz aktivlərini müvəffəqiyyətlə saxlamağında uğurludurlar; gələcəyə bağlı naməlumluqları ortadan qaldırmaq və rəqabət üstünlüyü təmin etmək kimi faydalarıyla işıq tutacağı aşkardır. Yenilik konsepsiyası son bir neçə il ərzində idarəetməyə böyük maraq göstərmişdir. Davamlı rəqabət üstünlüyünü təmin etmək və davam etdirmək üçün KOS; məhsul, proses, marketinq, təşkilat kimi yenilik növlərini davamlı inkişaf etdirmək və yeniləmə ehtiyacı duyur. Sürətlə qloballaşan və kiçik bir kənd halını alan dünyada innovasiya KOS-ların bütün vahidləri tərəfindən davamlı tətbiq olunacaq bir strategiyadır. KOS-larda strateji idarəetmə prosesinin inkişafı işimizdə izah olunan məsələlərdəndir. İnnovasiya anlayışının tərifilə birlikdə KOS-dakı strateji rəhbərlik baxımından innovasiya strategiyasının necə bərqərar edilməsinin ortaya qoyulması qarşımıza məqsəd qoyulmuşdur.

Çevik istehsal strukturları ilə dəyişikliklərə asan uyğunlaşa bilmə, işsizliyi azaltma və iş yeri yarada bilmə, iqtisadi dinamizmi təmin edə bilmə xüsusiyyətləri olan kiçik və orta müəssisələrin günümüzdə iqtisadiyyat üçün böyük bir önəmi vardır. Lakin iqtisadiyyatda oynadıqları bu mühüm rola baxmayaraq, KOS-lar düzgün bir şəkildə idarə edilə bilmir və rəqabət şəraitində ayaqda qala bilmirlər. Strateji idarəetmə gələcəyə dair qeyri-müəyyənlikləri aradan qaldırır, rəqabət üstünlüyü yaradaraq kiçik və orta sahibkarlara fəaliyyətlərini sağlam bir şəkildə davam etdirməyə imkan yaradır.

Strateji idarəetmə anlayışı ilk növbədə böyük müəssisələrə tətbiq olunmasına baxmayaraq, bəzi dəyişikliklər və təkmilləşdirmələrə məruz qalaraq KOS-da tətbiq edilir. Strateji idarəetmə prosesinin həyata keçirilməsi sahəsində KOS-da da müvəffəqiyyətli nəticələr əldə edildi. Çünki dəyişən xarici mühit amiləri böyük müəssisələrə təsir etdiyi qədər kiçik müəssisələrə də təsir edir. Onlar çevik bir quruluşa sahib olduğundan gələn dəyişikliklərə daha tez və asanlıqla uyğunlaşa bilirlər. Onlar avantajlı bir mövqedədirlər, çünki qərar qəbuletmə prosesini daha tez işlədə bilir və tətbiq üçün daha çevik bir quruluşa malikdirlər. Biznesin artması onların sahibləri üçün arzu olunan bir vəziyyətdir və hər bir sağlam işin vaxt keçdikcə

artması təbii bir proses hesab edilir. Nəticədə, onlar da zaman keçdikcə artmaqdadır və onlar inkişaf zamanı yaranan müxtəlif problemlərlə üzləşirlər. Eyni zamanda, artan KOS-da planlaşdırma daha vacib hala çevrilir və strateji planlaşdırma zərurətə çevrilə bilər. Böyük müəssisələrdə strateji idarəetmə prosesləri, alətlər, metodlar və fəaliyyətlər, strateji idarəetmə ilə bağlı tədqiqatlar və tədqiqatlarda strateji alternativlər barədə daha çox məlumat var və bu müəssisələrdə strategiyanın yaradılması prosesi daha geniş hesab olunur. Bu səbəblərə, görə strateji rəhbərliyə, xüsusilə də böyük müəssisələrə aid araşdırmalar imtahan mövzusuudur. Lakin bugünkü rəqabət şəraitini və dinamik bazar şəraitini nəzərə alaraq, kiçik və orta müəssisələr dəyişən mübadilələrə uyğunlaşmaq, artım və rəqabət üstünlüyünə nail ola biləcək rəqabət strategiyaları və strateji idarəetmə vasitəsi üsulları və metodları kimi yeni idarəetmə modellərinə özlərini uyğunlaşdırmaq məsələlərində çox diqqətli olmalıdırlar. Digər tərəfdən, müəssisələrin fəaliyyət göstərdiyi ətraf mühitdəki dəyişikliklər və bu dəyişikliklərin templəri KOS-ları da strateji əsaslı idarəçiliyə yönəltdi. Bu istiqamətdə qlobal dəyişən biznes təcrübələri, idarəetmə modelləri və rəqabət strategiyaları KOS-lar tərəfindən qiymətləndirilməlidir və strategiyalar tendensiyalara uyğun şəkildə tətbiq olunmalı və öz strukturlarına uyğunlaşdırılmalıdır. Onların bu strateji yanaşmanı həyata keçirməsi üç addımlı bir prosesdir.

- 1) Bu mərhələdə müəssisə aşağıdakı suallara sadə bir cavab verməlidir: Hal-hazırda müəssisə hansı mövqedədir, hansı mövqeyə getmək istəyir, oraya gedə bilərmi və oraya hansı yollarla gedə bilər?
- 2) Təşkilat strukturu baxımından KOS-lar kiçik olduğundan, bütün əsas işçilər istehsal prosesində iştirak etməlidirlər;
- 3) Üst rəhbərlik və ya menecerlər işin artan bir müəssisə olduğunu və strateji rəhbərliyə hazır olmalı olduğunu bilməlidirlər. Bu prosesin sonunda müəssisə gərəklili inkişaf istiqamətinə yönəlmiş olacaqdır.

Struktur xüsusiyyətlərinə görə, KOS-lar böyük müəssisələrə nisbətən daha sadə bir təşkilati quruluşa malikdirlər. Bu sadə təşkilatlı model strateji idarəetmə prosesinə

daha asan uyğunlaşacaqdır. Kiçik biznes, eyni zamanda, kiçik imkanlara malik olduğundan üzləşəcəyi problemlər elədə böyük olmayacaqdır. Yenədə çox alternativ olmadığından mövcud seçimlərlə razılaşmaq lazımdır.

Uzunmüddət aktivliyini davam etdirmək üçün KOS-lara yenilik lazımdır. Sahibkarlığın əsas tərkib hissəsi olaraq görülən innovasiya bir müəssisənin davamlı rəqabət üstünlüyünə nail olmaq və bu üstünlükləri qoruyub saxlamaq üçün ən vacib aləti hesab olunur. Eyni şəkildə, iqtisadi inkişafı sürətləndirmək, cəmiyyətdə yaradıcı potensialı aşkar etmək və innovativ, yaradıcı ideyaları yaymaq üçün ən effektiv yol iqtisadiyyatın bütün vahidlərinə bərabər imkanların tanınmasıdır. İqtisadiyyatın inkişaf motoru və məşğulluq mənbəyi kimi tanınan KOS-lar yeni iş imkanları yaratmaqla yanaşı, yenilik və rəqabətin ən dinamik qaynağıdır. KOS-lar sənayeləşmə prosesinin lokomotiv gücləridir, çünki onlar yeni istehsal üsullarına və beynəlxalq bazarın tələblərinə uyğun yeni marketinq strategiyalarına uyğunlaşmaq üçün kifayət qədər çevikdirlər.

Xüsusilə son illərdə dünya səviyyəsində ortaya çıxan strategiya - yenilikdir. Bir müəssisə rəqabət üstünlüyünü qorumaq üçün məhsul və proseslərdə yenilik etməlidir. İnnovasiya yeni bir fikir, məhsul və ya prosesin qəbul edilməsidir. İnnovasiya ideyası icaddan da daha geniş bir konsepsiyadır. KOS-lar rəqabət mühitində yerlərini qorumaq üçün məhsul yeniliklərinə əhəmiyyət verməlidirlər. İnnovasiya müəssisələrin istehsalat proseslərində həyata keçəcək yeni istehsal metodlarını əhatə edən bir fəlsəfəni təmsil edir. Yenilikçi proseslər innovativ məhsullarla nəticələnir. İnnovasiya strategiyası KOS-ların qlobal arenada rəqabət qabiliyyəti qazanmasına imkan verəcəkdir.

İqtisadi və sosial dəyər yaratmaq üçün məhsul və xidmətlərdə dəyişikliklər müəssisələr üçün fərqlər və yeniliklər baxımından vacibdir. Eyni zamanda, qloballaşma, iqtisadi-sosial dəyişikliklər, məhsulun ömrünün azalması, texnoloji imkanların artması, müşayiət edilən rəqabət və dəyişən müştəri ehtiyacları KOS-dakı yenilikləri əhəmiyyətli dərəcədə vacib edir.

Ölkələrin inkişafında mühüm rol oynayan KOS-lar sistem balansının, demokratik cəmiyyətin və azad bazar iqtisadiyyatının əsas sığortası hesab olunur. KOS və bütün digər müəssisələr üçün innovasiya rəqabət mühitində yaşamaq üçün həyati bir şərtidir. Başqa sözlə, iş dünyasında yaşamaq və yenilik edə bilmək bir-birinə asılıdır. Kiçik və orta sahibkarların resurs sərhədlərində yaşaması, yaşamaq üçün daimi yenilik axtarması və öz resurslarını müəyyən etdikləri yenilikləri kommersiyalaşdırmaq üçün istifadə etməsi olduqca çətinidir.

KOS-lar müştərinin nəbzini daha yaxşı tuta və saxlaya bilirlər, çünki müştərilərlə fərdi əlaqələr qura bilir və müştərilərin seçimlərində dəyişiklikləri daha qısa müddət ərzində müəyyən edə bilirlər. Buna paralel olaraq, bazarda dəyişikliklərə, yeni rahatlıq hərəkətlərinə tez reaksiya vermə qabiliyyəti yüksək səviyyədədir. Çevik hərəkətliliyin yüksək potensialı böyük müəssisələrə nisbətən daha çox innovasiya ideyalarını yaradan KOS-larda daha yaxşı nəticələrin əldə olunmasına səbəb olur.

KOS-lar məhsullar və xidmətlər bazarlarında daha yaxşı müştəri dəyərləri yaradan rəqibləri üzərində rəqabət üstünlüyü qazanmağa çalışırlar. Bu üstünlüyə nail olmaq üçün müxtəlif üsullar və vasitələr var. Bəziləri bazarda rəqiblərə qarşı qiymət və keyfiyyət üstünlüyü yaratmaq və müştərilərin istəklərinə sürətli və etibarlı cavab verirlər. Müasir dünyamızda radikal dəyişikliklər baş verir. İnnovasiya bu radikal dəyişikliklərin mənbəyi kimi böyük rol oynayır. Bu yeniliklər yeni məhsullar, xidmətlər və ya məhsullar və xidmətlərin təqdim edilməsi üçün yeni proseslərdir.

KOS-lar və bütün digər müəssisələr üçün innovasiya - sıx rəqabət mühitində sağalma üçün həyati bir şərtidir. Başqa sözlə, iş dünyasında yaşamaq və yenilik edə bilmək bir-birinə asılıdır. Ədəbiyyatdakı qəbul edilmiş bir anlayışa görə, kiçik və çevik qurumlar və müştərilərlə sıx əlaqələr quran biznes daha uğurlu ola bilər. Resursları məhdudlaşdıran KOS-lar üçün yenilikləri davamlı şəkildə həyata keçirən böyük müəssisələrə, həyatlarını təmin etməyə davam edən və onların təyin etdiyi yeniliklərə iqtisadi düzəlişləri həyata keçirmək vacibdir. Hər hansı bir işin uğurlu ola bilməsi üçün ilkin şərt stratejik plandır. KOS-lar üçün strateji plandakı yeddi vacib addımı aşağıdakı kimi sıralaya bilərik:

- İş aydın müəyyən edilməlidir;
- Bir investor biznesinin dəqiq təsvirini verirsə, gələcək məqsədlərini daha asan müəyyən edə bilər;
- İşin tərifində yalnız istehsal olunan məhsul deyil, eyni zamanda, müştəri təqdim olunan məhsulun növü, bazarda hədəf imici, müştərilərin ehtiyaclarına nə dərəcədə cavab verməsi və hansı üsullardan istifadə edilməsi öz əksini tapmalıdır;
- Müəssisə - müəssisənin mövcudluğunun, mallarının və xidmətlərinin olduğu müştəri bazasıdır. Əhəmiyyətli olan şey isə eyni məhsulu təklif edən və bu fərqi üstünlüklərini təklif edən digər şirkətlərdən fərqli olmaq üçün onlara müraciət etməkdir;
- Alıcı dəstləri analizində: Sizin məhsulunuz üçün müştəri kimdir? Müştərilərinizin yaşı, gəlir səviyyəsi, alış-veriş xüsusiyyətləri və yaşadıkları məhəllələr kimi ümumi xüsusiyyətləri hansılardır? Nəyə görə onlar məhsulunuzu seçirlər? Söhbətiniz nədir? Satışların artmasına və ya azalmasına səbəb olan amillər hansılardır? Bazarda fərqli bir alıcı qrup varmı? kimi suallara cavab verilməlidir;
- Ətraf mühit faktorları təhlil edilməlidir;
- Belə təhlillər bazarda yarana biləcək qiymətlər və təhlükələrdən xəbərdar olmağa imkan verəcəkdir.

Hədəf bazarında istismar edilə biləcək imkanlar arasında potensial təhlükələrə qarşı hazır vəziyyətdə olmaq lazımdır. İqtisadi böhranlar, yeni qanunlar, faiz dərəcələrində artım, yeni rəqabət aparıcı şirkətlərin ortaya çıxması və texnoloji inkişafı ilə bağlı köhnə məhsullar kimi dinamik məlumatlar zamanında öyrənilə bilər. Beləliklə, bir sıra nəzarət edilə bilən dəyişənlərin təsbit ediləcəyi və müdaxilə ediləcəyi təqdirdə firmanın bazarda rəqabət imkanları artacaq. Bu sıralama aşağıdakı kimidir:

- ***Şirkətin güclü və zəif cəhətləri müəyyən edilməlidir:*** Belə bir qiymətləndirmə, investorun öz işinə, heyət, xərc, məhsul, bazar, məhsul inkişafı və təşkilatı ilə bağlı məsələlərdə daha realist bir perspektivə malik olmasını təmin edir. Bütün

fəaliyyətin təhlili aparılmalıdır. Bazarda heç bir iş yoxdur. Bənzər məhsulları və xidmətləri təklif edən şirkətlərdən öz rəqiblərini təhlil edən investor bütün vəziyyətə daim daha aydın baxa bilər. Şirkətə indi nə edərlər, nə edə bilərlər, nə ola bilər, risklərinə qarşı davranışları və dəyərləri nədir? Bunları müşahidə etməklə üzə çıxarılan zəifliklər üstünlüklərə çevrilə və müsbət nəticələr alınabilir.

- ***Şirkətin məqsəd və vəzifələri müəyyənləşdirilməlidir:*** Ümumi məqsədlər və hədəflərin müəyyən edilməsi menecərə ümumi məqsədlər istiqamətində qısamüddətli məqsədləri təyin etmək, eləcə də şirkətin fəaliyyətini qiymətləndirmək imkanı verir. Ümumi məqsədlər mənfəət, məhsuldarlıq, artım, effektivlik, pul saxlanması, pul vəsaitləri, təşkilati struktur, fiziki imkanlar, işçilərin rifahı və sosial məsuliyyət kimi mövzulardır. Yaxşı məqsədlər müəyyən, ölçülə bilən, əldə edilə bilən, realist, hərəkətverici olaraq, vaxtında və yazılı şəkildə həyata keçirilir.
- ***Bir alt qrupun və işçilərin məqsədlərinin müəyyənləşdirilməsi:*** gələcəyə dair həyata keçiriləcək bütün işlərin planlanmasına səbəb olur.
- ***Müvafiq strategiyalar təyin edilməlidir:*** Müəssisə özünü və rəqiblərini təhlil etdikdən sonra strateji baxışlarını qiymətləndirmək və məqsədlərinə nail olmaq üçün bir plan hazırlamalıdır. Strategiya biznesin müəyyən edilmiş məqsədlərinə nail olmaq üçün rəhbərliyin planladığı bütün tədbirlərdir.
- ***Strateji plan həyata keçirilməlidir:*** Biznes meneceri strateji planı gündəlik işlərə əsaslanan bir tətbiqə çevirməklə vəzifələndirilir. Planın istiqamətini əks etdirən siyasətlər, prosedurlar və büdcələr strateji planı tətbiq planlarına çevirmək üçün hazırlanmalıdır.
- ***Planın həyata keçirilməsi yoxlanılmalıdır:*** Şirkətin məqsədləri də daxil olmaqla planlaşdırma prosesi həyata keçirildikdən və strategiya müəyyənləşdirildikdən sonra əməliyyatın müəyyən edilmiş plana uyğun olub-olmamasına müntəzəm və diqqətlə nəzarət edilməlidir. Mühasibat uçotunun, istehsalın, satışın, inventarın

və digər əməliyyatların qeydləri administratorun plana uyğun bir marşrut olub-olmadığını yoxlamaq üçün ən uyğun mənbəyidir.

Xüsusilə son illərdə dünya səviyyəsində ortaya çıxan bir strategiya yenilikdir. İnnovasiya yeni bir fikir, məhsul və ya prosesin qəbul edilməsidir ki, KOS-lar rəqabət mühitində vəziyyətlərini qorumaq üçün məhz yeniliklərə əhəmiyyət verməlidirlər. İnnovasiya müəssisələrin qazanacağı yeni istehsal metodlarını əhatə edən bir fəlsəfəni təmsil edir. İnnovasiya strategiyası ilə KOS-lar qlobal arenada rəqabət üstünlüyü qazana biləcəklər. Bəziləri tamamilə yenilikçi strategiyalar ortaya qoyarkən, başqaları böyük müəssisələrin seçim etmədiyi sahələrdə yenilik axtarırlar. Yeniliklərin patentindən gəlir qazanmaq üçün onlar bazar və texnologiyaya ciddi şəkildə nəzarət etməlidirlər. KOS-ların müxtəlif yenilik strategiyaları vardır: hücum strategiyası, müdafiə strategiyası, kopyalama strategiyası və ənənənin və fürsətin monitorinqini aparan strategiyalar.

Hücum strategiyası: Rəqabətin qarşısını almaq və bazar üstünlüyünü qazanmaq üçün tətbiq edilən strategiya.

Müdafiə strategiyası: Müdafiə strategiyasını tətbiq edən şirkətlərin "ilk" olma ehtimalı azdır. Onlar ilk olma riskini gözə almaq istəmirlər. Onlar digər firmalar tərəfindən hazırlanmış yenilikləri təkmilləşdirmək və imkanları axtarmaq üçün çalışırlar.

Kopyalama strategiyası: Bu strategiyayı qəbul edən müəssisələr tez-tez digər müəssisələrin pioner olan yeniliklərinin ictimai qəbulundan ilhamlanır.

Ənənənin və fürsətin monitorinqini aparan strategiyalar: Hər hansı bir bazarla bağlı dəyişiklik tələbi və yenilikçilik imkanlarının olmaması səbəbiylə bu mövzuda heç bir mövqe tutmayan müəssisələr yetərli deyil, texniki yeniliklərdən daha çox mövcud dizaynı inkişaf etdirməyi üstün tuturlar.

Ölkələr arasındakı sərhədlərin yüksəlməsi informasiya, texnologiya və insan gücünün sürətli və sərbəst yayılması, informasiya və texnologiyanın sürətli inkişafı, istehlakçı həyat tərzinin sürətləndirilməsi və gözləntilərin artması ilə yanaşı, qaçılmaz yeniliklərə gətirib çıxardı. Bu baxımdan yenilik müəssisələrin ən vacib rəqabət

vasitələrindən birinə çevrildi. Lakin biznes üçün real problem - davamlı rəqabət üstünlüyü yaratmaq, yeni bazar imkanları yaratmaq, onların gəlirliliyini artırmaq və bazar payını artıracaq bu yeniliklərə necə nail olmaq haqda suallara cavab tapmaqdır. Yeniliklərin bu gün necə əhəmiyyətli olduğu vurğulansa da, bunun necə effektiv və səmərəli olacağına az diqqət yetirilir.

Yenilik strategiyası yeni məhsul və ya xidmət ilə bağlı maliyyə məqsədlərindən və inkişaf sahələrindən ibarətdir; yeni məhsul və ya xidmətlərin strateji missiyasını müəyyən edən strateji rollar və yeni məhsul və ya xidmət fikirlərinin keçməsi lazım olan filterlər. Yol xəritəsi innovasiyanı səfərbər etmək üçün geniş təlimat versə də, strategiya yenilik üçün qoyulan səylər haqqında daha ətraflı məlumat verir. Bu təsiri nəzərə alaraq, yenilik strategiyası həm yenilik planlaşdırma sənədidir, həm də bu səylərə başlamazdan əvvəl insanlar nəyə görə innovasiya edirlər? sualının cavabını axtarandır. Innovasiya elm sənətidir. Strateji yenilik şirkətə bir sıra üstünlüklər təqdim etməlidir. Birincisi, strategiyalar strateji variantların keyfiyyətinə səbəb olmalıdır. Keyfiyyət informasiya elementlərindən və ya inteqrasiya olunmuş təşkilati proseslərdən ibarət olmalıdır. İkincisi, yenilik vasitəsilə bazarda üstün bir şirkət olmaq mümkündür. Üçüncüsü, strateji yenilik firmanı rahatlatmadan strateji variantların həyata keçirilməsinə yönəltməlidir. Dördüncüsü, tətbiq edilən variantlar uzunmüddətli faydalara səbəb olmalıdır. Nəhayət, bir yeniliyin təmin etdiyi strateji variantlar davamlı rəqabət üstünlüyünə səbəb olmalıdır.

Yenilik yalnız yeni texnologiyaların yaradılması ilə bağlı deyil; eyni zamanda, köhnə problemləri yeni metod və üsullarla həll etməkdir. Bu problemlərin həlli də davamlı böyümənin açarıdır. Davamlı inkişaf üçün lazım olan innovasiyanı KOS-lar fərqli şkillərdə təmin edə bilirlər: xüsusilə rəqabət əsaslı müqayisə etmə və müştəri istəklərinə şərtsiz cavab vermə səyi ilə. Bir çox tədqiqatçılara görə, günümüz sektorlarını rəqabət tələsinə salır ki, bu da rəqiblərin müqayisəli xərc və keyfiyyət yaxşılaşdırma yanaşması zamanı bir müddət sonra bənzər məhsul və xidmətlərin təqdim edilməsinə və sektorların daha çox inkişaf edə bilməməsinə səbəb olmaqdadır. Günümüzün dəyişən məlumat əsaslı qlobal rəqabət şərtləri, təməldən

yeni fikirlərin, integrasiya etmiş strategiyaların həyata keçirilməsini tələb edir. Bu səbəblə, innovasiyanın rəqabət baxımından əhəmiyyəti getdikcə artır, yeni anlayışla əsaslandırılmış dəyər zənciri təməlinə yeni iş modellərinin inkişaf etdirilməsi prioritet qazanmaqdadır. Bu məzmununda strateji bir yanaşma çərçivəsində innovasiyanın əlavə dəyər yaratma prosesində həm müştəri, həm də biznes üçün radikal bir yaxşılaşdırmanı və vəd etdiyi böyüməni təmin edəcəyi deyilə bilər. Təşkilat məqsədləri və strategiyaları bu gün tətbiq olunarkən gələcəyə diqqət yetirilmirsə və təşkilati bacarıqlar nəzərə alınmırsa, onlara çatmaq çətin olacaq. İşçilər öz şəxsi cəhdləri və ya şöbələrinin işləməsi və işəgötürən strategiyaları arasında daha yaxşı əlaqələr qura biləcəklər. İnnovativ idarəetmə prosesi strateji planla başlamalı, biznesin strategiyaları və siyasəti qurulmalı və planda göstərilməlidir ki, innovasiya mühiti davamlı şəkildə aparılmalıdır. Təşkilatın uğuru üçün bir sıra əsas strateji qərarlar vacibdir. Bəzi strategiyalar rəsmi strateji planda aydın şəkildə nümayiş etdirilir və işçilərin nəzərdən keçirməsi üçün paylanılır. Rəsmi planı əməliyyatda innovasiya quruluşunu qurur. İnnovasiya üsulları düşünmək və dəyişdirmək deməkdir. Buna görə müəssisələrdə strateji innovasiya idarəetmə mədəniyyəti bərqərar edilməlidir. Strateji yenilik rəhbərliyi, texnologiyanın təkmilləşdirilməsi, yeni məhsul inkişafı və ya ənənəvi əvəzəlməzliyə əsaslanan əməkdaşlıq və şəbəkələrə əsas diqqətini yönəltmək deyil, bütövlükdə biznes modelini qiymətləndirməklə əlavə dəyər yaratmaq məqsədi daşıyır.

Strateji yeniliklərin istiqaməti və nəticələri. Strateji yeniliklərin üç növü müəyyən edilə bilər. Bunlar: yeni biznes modelləri (yeni dəyər zəncirinin arxitekturası), yeni bazarlar (yeniləri yaratmaq və ya mövcudları yenidən qurmaq) və müştəri və şirkət üçün yüksələn dəyərin birləşməsini əks etdirir.

KOS-lar bütün dünyada olduğu kimi, Azərbaycan iqtisadiyyatının da dinamik, çevik və immersiv ünsürlərindən biridir. Kiçik və orta ölçülü müəssisələr yalnız iqtisadi strukturlar və yaratdıqları əlavə dəyərlər baxımından ölkənin iqtisadiyyatı üçün əvəzsiz element deyil, eyni zamanda, kiçik və orta müəssisələrin texnologiya və iqtisadi inkişafının ölkə iqtisadiyyatının sürətli inkişafı üçün zəruri olduğu faktıdır.

Texnoloji yeniliklərə uyğunlaşma baxımından onların olduqca əhəmiyyətli rol oynadıqları bilinən bir gerçəklikdir. Strateji idarəetmə yanaşması və modelin kiçik və orta müəssisələrdə tətbiqi səviyyəsi, strateji idarəetmə fəaliyyətləri, hansı strateji planlaşdırma, strateji idarəetmə prosesinin necə işlədilməsi, təşkilat səviyyəsində strateji qərarların qəbul edilməsi, strateji rəhbərliyin üst rəhbərliyin bir funksiyası olduğuna görə strateji planların hazırlanmasında yüksək səviyyəli rəhbərliyin və biznes sahiblərinin söz sahibi olduğu qənaətdəyənkən, hazırlanan strateji planların müvəffəqiyyətlə yerinə yetirilməsində funksional vahidlərin fikirlərini istifadə etmək vacibdir. Qloballaşan dünyada texnologiya, bilik, biznes, cəmiyyət, mədəniyyət, fərd, xidmət və ətraf mühit kimi bütün aktivlər sürətli bir dəyişmə prosesindədir. Bu dəyişmə prosesi mövcud vəziyyətin, şərtlərin dəyişdirilməsi ilə yeni və fərqli vəziyyətə keçid kimi ifadə edilə bilər. Yenilikçilik anlayışı, dəyişmə prosesində daim inkişaf edən cari idarəetmə yanaşmaları səbəbiylə KOS-lar üçün qaçınılmaz hala gəldi. Dəyişən şəraitlər, dünyanın hər yerində bizi bir-birimizi daha yaxşı başa düşməyə və əməkdaşlığımızı artırmağa məcbur edir. Keçmişdə dünyanın müxtəlif bölgələrinə bölünmüş ideyaları və ideologiyaları artıq əhəmiyyətini itirməli və qloballaşma daha çox ağırlıq qazanmalıdır. Ölkə iqtisadiyyatının dinamikası arasında olan KOS-lar yenilikçilik fəaliyyəti böyük əhəmiyyət daşıyır. Nəticədə başa düşülmüşdür ki, həyata keçirilən hər bir iş innovasiya demək deyildir, innovasiya işi təşkilat üçün faydalıdır, əvvəlcədən təşkilatda mühakimə olunmayıb, fərq yaratmalıdır və s. İnnovasiya tədqiqatlarında qarşılaşdıqları yenilik maneələri yaxşı başa düşülür və maliyyə, bürokratik və insan resursları ilə əlaqəli maneələrin aradan qaldırılması üçün strateji yaratmaq xüsusilə vacibdir. Dəyişən şəraitlər, dünyanın hər yerində bizi bir-birimizi daha yaxşı başa düşməyə və əməkdaşlığımızı artırmağa məcbur edir. Həm də bilirik ki, yeniliklər təşkilatların qarşısında bir amil kimi qaçılmazdır və ortaya çıxmağa davam edəcəkdir.

Fəsil II. Kiçik sahibkarlıqda innovasiya yönümlü inkişafın idarə edilməsinin təşkilati-iqtisadi mexanizmi

2. 1. Kiçik sahibkarlığın innovasiyalı inkişafının institusional əsasları

Bütün dünyada olduğu kimi, ölkəmizdə də kiçik və orta müəssisələr yerli, milli və beynəlxalq iqtisadiyyatların imtina edilməz bir ünsürü olaraq iqtisadi və ictimai inkişafın əhəmiyyətli itələyici qüvvələrindən birini meydana gətirməkdədir. KOS-lar - işlətdiyi personal sayı və illik xalis satış dəyərlərinə görə iqtisadi vahidlər və ya cəhdlər olaraq təyin olunmaqdadır. **Günümüzün qlobal iqtisadi nizamı və yeni informasiya texnologiyalarındakı inkişaf**lar KOS-lara yerli bazardan kənara - beynəlxalq bazarlara çıxarmaqda, bunla bağlı olaraq rəqabət şərtlərini daha da artmaqda və bu mühitdə həmişə bir addım qabaqda olmaq üçün davamlı səy göstərməkdədir. Bu quruluş içərisində KOS-lara ölkə və dünya iqtisadiyyatına inteqrasiya olunması, varlığını davam etdirməsi, özünü yeni bazarlara tanıtməsi, hədəf kütlələrini meydana gətirməsi indiki vaxtda planlı və strateji olaraq reallaşdırılacaq rabitə söylərini daha da əhəmiyyətli edir. Müəssisələr baxımından rabitə, sənaye inqilabı ilə birlikdə ortaya çıxan böyük şirkətlərin təsirli ünsiyyət söyləri ilə başlamış, indiki vaxtda qloballaşmanın və yeni informasiya texnologiyalarının təsiri daha da əhəmiyyət qazanmış və müəssisələr üçün fərqli marketinq və ünsiyyət texnikalarını tətbiq etmişdir. Bu fərqli modellər arasında iştirak edən təşkilati rabitə yanaşması; qurumun içi və xarici hədəf kütləyə özünü ifadə etməsi, təşkilati şəxsiyyətini gücləndirməsi, güclü daxili və xarici əlaqələrin yaradılması və qorunmasını ehtiva edən, şirkətlərin işçiləri, müştərilər, təchizatçılar və cəmiyyət ilə əlaqələrini əhatə edən bütöv bir müddət olaraq ələ alınmaqdadır . Qloballaşan dünyada ehtiyac inzibati gərəksə iqtisadi olaraq ayaqda qalaraq, bazarda söz sahibi olmağı məqsəd qoyan KOS-ların hədəflərinə çata bilmək üçün təşkilatlanma, təqdimat, marketinq və marka yaradılması şüuru kimi problemləri mövzusunda çox daha professional davranmaları tələb olunur. KOS-lar daxili və xarici hədəf kütlələri ilə quracaqları əlaqə, bu əlaqələrin rəhbərliyində istifadə

təşkilati rabitə yanaşmaları və yeni informasiya texnologiyalarının rabitə fəaliyyətlərində istifadə edilməsi, bu müəssisələrin iqtisadiyyat üzərindəki müsbət təsirlərinin artırılması baxımından da böyük əhəmiyyət daşıyır. Bununla birlikdə bu fəaliyyətlərin planlaşdırılması, büdcə, zaman və qrup tələb, xarici qaynaqlı olaraq professional təşkilatlardan xidmət alınmaması səbəbiylə də çətin bir iş olaraq qəbul edilməkdədir.

Korporativ idarəetmə yaxınlarda işgüzar dairə, tənzimləyici qurum və akademiklər üçün maraq doğurur. Korporativ idarəetmənin bu yaxınlarda tez-tez müzakirə edilməsinin vacib səbəbləri var. Bunun səbəblərini nəzərdən keçirərkən, birincisi, tərəfdaşlıqların idarə edilməsinin və şirkət resurslarının istifadəsinin baş verməməsi. İkinci səbəb isə son illər inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan bazarlarda baş verən iqtisadi böhranlar, idarəetmə saxtakarlığı və maliyyə aldatmalardır. Bundan əlavə, qloballaşan dünya tərəfindən gətirilən maliyyə problemləri korporativ idarəetmənin əhəmiyyətini artırmışdır. Uğurlu korporativ idarəetmə; menecerlərin, şirkətlərin və maraqlı tərəflərin maraqları üçün məqsəd və vəzifələrin müəyyənləşdirilməsini təmin etməklə, menecerlərin fəaliyyətini gücləndirir, nəzarəti asanlaşdırır və şirkət resurslarının səmərəli istifadəsini təşviq edir. Nəticədə, şirkətə olan inam artır və şirkətin kapital xərcləri əhəmiyyətli dərəcədə azalır. Şirkətin kapital ehtiyaclarını bazar şərtlərindən daha az xərcləməsinə gətirib çıxarması, onun gəlirliliyini artırmaqla daha uzun müddət yaşamağa imkan verir. Korporativ idarəetmə yanaşmaları gündən-günə artmaqda, korporativ idarəetmədə uğursuzluqlar, intihar, təşviq, maliyyə böhranı, özəl sektorun rolunun artması, korporativ qalmaqallar, ölkələrin iqtisadi bir-birinə qarşılıqlı təsirinin artması təsirli olmuşdur. Bununla yanaşı sürətli texnoloji və iqtisadi sürətli dəyişikliklərlə rəqabət edə bilməyən hüquqi rejimlərin korporativ idarəetmə qaydaları ilə dolu ola biləcəyi boşluqlar ola bilər. Şirkətlərdəki qurulumaların yaradılması, iş üsullarının müəyyənləşdirilməsi və nailiyyətlərin qiymətləndirilməsi şirkətlərdəki şərtlər səbəbindən kifayət deyil. Korporativ idarəetmənin əhəmiyyəti gün keçdikcə qlobal iqtisadi dünyada artmaqdadır. Əgər korporativ idarəetmə məsələsinin əhəmiyyətini xülasə etsək.

- Korporativ idarəetmə, makroiqtisadi siyasətlərdən, məhsul və faktor bazarlarındakı rəqabət səviyyəsinə qədər firmaların fəaliyyətlərini formalaşdıran bir sıra ünsürdən ibarət olan daha geniş bir iqtisadi çərçivənin içində iştirak etməkdədir. Korporativ rəhbərliyin çərçivəsi, eyni zamanda hüquqi, tənzimləyici və institusional faktorlara dayanır. Buna əlavə olaraq, iş əxlaqına, aid olduqları cəmiyyətin dəyərlərinə hörmət və ətraf şüuru kimi faktorlar da, şirkətin imici və uzun müddətli müvəffəqiyyəti üzərində bir təsirə malikdir.
- Yaxşı korporativ idarəetmə təcrübələri şirkətlər və ölkələr üçün əhəmiyyətli fayda verir. Mövzu şirkətlərinə gəldikdə, təşkilatın keyfiyyəti yüksəkdir; aşağı sərmayə xərci, maliyyə imkanlarının və böhranların daha asan üstəsindən gəlməyə və yaxşı idarə olunan şirkətlərin sərmayə bazarlarında xaric edilməməsi mənasını verməkdədir. Mövzuya ölkələr baxımından baxdıqımızda isə yaxşı korporativ idarəetmə, ölkə imicinin yüksəlməsi, sərmayənin xaricə qaçmasının qarşısının alınması, xarici sərmayə qoyuluşlarının artması, böhranların daha az zərərlə üstəsindən gəlinməsi, qaynaqların daha təsirli bir şəkildə dağılması, yüksək rifahın təmin edilməsi və davam etdirilməsi mənasını verməkdədir.

Dünya və ölkəmizdəki maliyyə böhranları və skandallardan sonra şirkətlər aşağı qiymətli resurslar tapmağa çalışırlar. İnvestorların qeyri-müəyyən olduğu hallarda onlar məlum və etibarlı investisiyalara meyil edirlər. Korporativ idarəetmə şirkətlərə olan inam səviyyəsinin göstəricisidir. Korporativ idarəetmə risklərini qəbul etməyən bir şirkət investorlar üçün risk yaradır. Korporativ idarəetmə ölkələrə vacib olduğu kimi şirkətlər üçün də vacibdir. Korporativ idarəetmədə kifayət qədər hüquqi tənzimləmələr edə bilməyən ölkələr beynəlxalq bazar axınında olan heçnədən pay ala bilməzlər.

Şirkətlərdəki korporativ idarəetmənin bir çox məqsədləri var. Korporativ idarəetmənin əsas məqsədi inkişaf etmiş kapital bazarları olan ölkələrdə səhmdarların və menecerlərin maraqlarının uyğunlaşdırılmasına və səmərənin artmasına kömək

edəcək hüquqi bir institusional çərçivənin formalaşdırılmasıdır. Korporativ idarəetmə praktikası ilə bağlı bir çox işin müəllifi olan Çonkar və başqaları korporativ idarəetmənin məqsədlərini aşağıdakı kimi qeyd edirlər:

- Şirkətin üst rəhbərliyinə sahib olan gücün və səlahiyyətlərin kafi istifadə edilməsinin qarşısını almaq;
- Şirkətin səhmdarlarına bərabər şəkildə baxılmasını təmin etmək;
- Şirkətlə birbaşa təmasda maraqlı tərəflərin hüquqlarının qorunması, məsələn: azlıqların hüquqlarının qorunması;
- Direktorlar şurasının məsuliyyətlərinin dəqiq müəyyən edilməsi;
- İnvestorların hüquqlarının qorunması;
- Təminatın dəyərinin azaldılması;
- Korporativ mənfəətin səhmdarlara və əksərən ümumilikdə bütün maraqlı tərəflərə qaytarılmasının təmin edilməsi;
- Böyük səhmdarlar tərəfindən azlıq səhmlərinin müsadirəsi riskinin qarşısını almaq;
- Riskli investordan və qərar verənin maraqlarının yayınma qaydalarını birləşdirmək;
- Uzunmüddətli investisiyalar edən korporativ investorlar üçün etibar və investisiya kapitalının yaradılması, şirkət səhmlərinin emissiyası vasitəsilə maliyyə resurslarına asanlıqla daxil olmaq imkanlarını artırmaq;
- Müəssisələrin effektiv idarə edilməsi yolu ilə ən yüksək səviyyədə səhmdar mənfəətinin təmin edilməsi;
- Korporativ idarəetmənin əsas məqsədi şirkətlə doğrudan və dolaylı əlaqəli olan bütün maraqlı tərəflərin hüquqlarını qorumaqdır.
- Korporativ idarəetmə şəffaflıq, bütövlük və tərəfdaşlar, işçilər, kollektorlar və ətraf mühit üçün və hüququn üstünlüyü üçün daha çox məsuliyyət daşıyır.

Korporativ idarəetmə təcrübələri ölkələr, şirkətlər və investorlar baxımından əhəmiyyətli fayda verir. Ölkələrə institusional idarəetmə yanaşması - ölkənin imicinin artırılması, iqtisadiyyatın və bazarların rəqabət qabiliyyətinin artırılması,

böhranların ən az itki ilə aradan qaldırılması və resursların daha effektiv yayılmasıdır. Daxili kapital qeyri-kafi olduqda ölkələr beynəlxalq fondlardan vəsaitlər yığmağa çalışırlar. Korporativ idarəetmə prinsiplərini qəbul edən və bu prinsiplərə uyğun olaraq tənzimlənən ölkələr beynəlxalq maliyyələşdirilən vəsaitlərdən vəsait əldə etməklə kapital xərclərini azaltmağa qadirdirlər.

Beynəlxalq birbaşa investisiya miqdarını hər il nizamlı olaraq nümayiş etdirən Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Ticarət və İnkişaf Təşkilatı 2013-ci ildə nəşr olunan beynəlxalq birbaşa investisiyalar miqdarının ifadə olunduğu hesabatında, 2012-ci ildə dünyada axıcı halda olan birbaşa xarici investisiyanın miqdarının 1,3 trilyon dollardan çox olduğu ifadə edilmişdir. Korporativ idarəetmənin investorlara verdiyi üstünlüklər - investorların mülklərini itirmə riskinin azaldılması, idarə güclərinin təmin edilməsi, etibarlı bazarların meydana gəlməsi və bununla bağlı olaraq əldə edilən gəlirin artması olaraq sayıla bilər.

Korporativ idarəetmə tətbiqinin şirkətlərə təmin edəcəyi faydalar isə bu şəkildə sıralana bilər.

- Bu, şirkətin maliyyə bazarlarından daha asan maliyyələşdirilməsini təmin etməyə imkan verir; Bir şirkətin rəhbərliyi nə qədər yaxşı olsa, sərmayənin dəyəri aşağı olar. Bu baxımdan, korporativ idarəetmənin şirkətə təmin etdiyi ən mühüm fayda sərmayə xərclərini azaltmaqdır.
- Likvidlik problemini yaşayan şirkətə pul axınını təmin edir.
- Yerli və xarici investorların etimadı qurulur və beləliklə, uzunmüddətli kapital axını sürətlənir.
- Maliyyə böhranının asanlıqla aradan qaldırılmasına imkan yaradır.
- Şirkətin aktivlərinin dəyəri artır. Şirkət daha yaxşı idarə olunur. Buna görə, korporativ idarəetmə şirkətin dəyərini artırır.
- Şirkət rəhbərliyində şəffaflıq və hesabatlılıq səbəbindən korrupsiya azalır.
- Şirkətdə hakimiyyətin və səlahiyyətlərin istismarının qarşısını almaq və idarə olunmasında özbaşanlılığı ləğv etmək olur.

- Bu, bütün maraqlı tərəflərin maraqlarına xidmət edəcək şirkət və tərəfdaşlar arasında əlaqələrin və dialoqun gücləndirilməsinə kömək edəcəkdir.
- Şirkət öz fəaliyyətlərində uzunmüddətli sabitliyi təmin edəcəkdir.
- Şirkət rəqabət gücünü artırır.
- Şirkətin mənfəəti artırır.

İnstitusionalizasiya son illərdə müəssisələrimizin struktur problemləri ilə bağlı ən çox müzakirə olunan məsələlərdən biridir. İnstitusional idarəetmə dünyaya peşəkar yanaşma gətirir. İnstitusional struktura malik olmaq, biznesin inkişafı üçün lazım olan maliyyə resurslarına çıxışı asanlaşdırır. Müəssisələrin ömrünü uzatmaq institusionalizasiya yolu ilə mümkündür. Qloballaşan dünyada yerli və beynəlxalq bir marka olma yolu institusionallaşmadır. Bizim fəaliyyətimiz korporativ idarəetmə prinsiplərini özündə birləşdirsə, KOS-lar korporativ idarəetmənin şəffaflığı, ədalətliyi, hesabatlılıq və hesabatlılıq prinsipləri əsasında özlərini yeniləşdirə və markalanma yolunda əmin-amanlıqla gəzə biləcəklər. KOS-larda marka yaratmaq onların xarici bazarlara açılması, artım, yeni investisiya və imkanları kimi çox vacibdir. Günümüzdə kiçik bir telefon proqramı milyardlarla dollar gəlir gətirəcək bir proyektə səbəb olur. Markalaşma şirkətlərin nüfuzunu yüksəltməklə şirkətin marka dəyəri formalaşdırır və artırır məhsul və xidmətlərin gəlirliliyini artırır. Göründüyü kimi, bir çox marka şirkətlərdə marka dəyəri balans dəyərlərindən çox üstündür.

KOS-larda hüquqi idarəçilik son zamanlarda korporativ idarəetməni daha da önəmli hala gətirib. Firmalarda kənar rəhbərlik heyətləri onların sürətli böyüməsində böyük çətinlik yaşayır və korporativ idarəetmə ehtiyacını hiss edirlər. Formalaşmamış bir müəssisədə korporativ idarəetmənin tamamilə işləməyəcəyi bir vəziyyətə gətirilməsi asan deyil, çünki biznesin bütövlükdə nəzərə alınması zamanı korporativ idarəetməyə nail olmaq çətinidir. KOS-lar böyüməsi, inkişaf etdirməsi, fəaliyyətlərini davam etdirməsi üçün davamlı bir şirkət qurması lazımdır. Bunu həyata keçirmək üçün şirkətin institusionalaşdırılması və korporativ idarəetmə yanaşmasını idarə heyətinə bərqərar etmək çox vacibdir. Bir xəritə, strategiya və hədəflərin yaradılması uğurun

ən əhəmiyyətli açarıdır, çünki KOS-lar korporativ idarəetmənin yerləşdirilməsi prosesini ifadə edirlər.

Daxili və xarici audit mexanizmlərinin yaradılması həm də təşkilati və əməliyyat proseslərinin səmərəli və effektiv fəaliyyətini təmin edən institusionalizasiya prosesində böyük əhəmiyyət kəsb edir. Qəbul edilmiş prinsiplərin həyata keçirilməsi prinsiplərdən uzaqlaşdırılmamaq üçün hər zaman tətbiq olunmalarını tələb edir və daxili və xarici yoxlamaların davamlı nəzarətində olmalıdır, tərəfdaşlıq və mülkiyyət anlayışlarında qarşıdurma yaşanarkən mühüm rol oynayan korporativ idarəetmənin genişləndirilməsi çərçivəsində yeni məsuliyyət daşıyıcılar və şirkətlər ikinci və üçüncü nəsillərdə qarşılaşdıqları problemləri həll etmək üçün fürsət pəncərəsi açılır.

Korporativ idarəetmə dünya iqtisadiyyatının təməl daşları olan KOS-lar üçün güclü bir quruluşa sahib olan tənzimləmələrin başlanğıc nöqtəsidir. Korporativ idarəetmə yanaşmasını mənimsəyən KOS-lar öz gələcəyini təmin edir və öz ölkələrində inkişaf etməkdədirlər. Dünya kapital bazarlarında 1,5 trilyon dollardan çox sərmayə var və bu, investisiya üçün etibarlı limanları axtarır. Korporativ idarəetmə ölkələrə bu sərmayədən pay almaq və investitorlara güvən vermək baxımından son dərəcə əhəmiyyətlidir.

Korporativ idarəetmə üzrə iş, əsasən, fond bazarında fəaliyyət göstərən şirkətlərdə, xüsusilə sərmayə bazarlarının ümumi olduğu və kapitalın geniş yayıldığı ölkələrdə diqqət mərkəzindədir. Bu sahədə işin başlanğıcında səhmdarlar və menecerlərin maraqlarını uyğunlaşdırmağa kömək edəcək hüquqi və konseptual çərçivənin tənzimlənməsi nəzərdə tutulur. Bu baxımdan korporativ idarəetmə yalnız böyük müəssisələrlə məşğul olur. Lakin korporativ idarəetmə təcrübələrinin şirkətlərə və dolayısı ilə sahiblərə verdiyi potensial faydalarına baxdıqımızda, şirkətin məhsuldarlığı və əməliyyat səmərəliliyinin artırılması, bazarlarda asan maliyyə təmin edilməsi, kapitalın dəyərinin aşağı salınması və aktivlərinin dəyərinin artırılması, daha çox şöhrət gətirdiyini və maarifləndirdiyini görə bilərik. Bundan əlavə, KOS-ların korporativ idarəetmə prinsiplərinin qəbul etməsi və tətbiqi də qeyri-rəsmi fəaliyyətlərin qarşısını alır. Bu faydasına görə, korporativ idarəetmə yalnız böyük

şirkətlər üçün deyil, həm də bütün müəssisələr üçün əvəzsiz bir tələbdir. Qloballaşma çətin rəqabət şərtlərini meydana çıxarır və gələcəkdə mövcud olacaq yeni metodları qəbul etməlidir. İnkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatları nəzərdən keçirdikdə, institusionallaşma və korporativ idarəetmə bu məqamda zəruri hala gəlir. Menecerlər və şirkət sahibləri ölkədəki müəssisələrin 98% -dən çoxu KOS-lar tərəfindən formalaşan korporativ idarəetmə təcrübələrini qəbul etmirlər. Beynəlxalq bazarlarda adını qeyd etdirmiş şirkətlərdə inkişaf və dəyişiklik üçün bir çox imkanlar tapılır. Bütün bu inkişaf və dəyişikliklər KOS-lara təsir edir və onların iqtisadi strukturlarını bu səviyyəyə hazır olmağa məcbur edir. Bu səbəblərdən ötəri KOS-lar köhnə üslubda idarə edilə bilməyəcək və rəqabət edə bilməyənlər bazardan çıxacaq. Bu baxımdan, bütün şirkətlərdə olduğu kimi, KOS-larda davamlı və yaxşı idarəetmə konsepsiyası ön plandadır. Bu, şirkət rəhbərliyi tərəfindən korporativ idarəetmə üçün zəruri olan şəffaflıq, hesabatlılıq, ədalətlik və məsuliyyət prinsiplərini qəbul etməklə mümkündür və investorların bu praktikanın mövcudluğunu görməsini mümkün edir. KOS-ların böyük əksəriyyəti ailə biznesidir. Belə müəssisələrin ən böyük problemi növbəti nəsildə şirkətin kim tərəfindən idarə olunacağı problemidir. Daxili problemlər, qlobal iqtisadi böhranlara nisbətən daha çox təsir etməsə belə, biznesin mövcudluğunu və davamlılığını təhlükə altına ala bilər. Araşdırmalar davamlılığın olmaması səbəblərinin başlanğıcında, şirkətin müəyyən bir ölçüyə çatması və zəruri şərait yarandığı təqdirdə institutlaşdırıla bilməməsini göstərir. Bu halda korporativ idarəetmə yanaşması şirkətlərin institusionalaşdırılmasına kömək edəcək və gələcəkdə birja bazarına açılması üçün əsas qoyacaqdır.

KOS-larda korporativ idarəetmənin mövcudluğundan danışmaq üçün bu müəssisələrin institusionalizasiya səviyyəsinə baxmaq lazımdır. İnstitusionallaşmanın müəssisələrin bu prinsiplərin tələb etdiyi kimi, anlayışlarını və korporativ idarəetmə prinsiplərini idarə etmələrini gözləmək səhv olardı. KOS-larda korporativ idarəetmənin effektiv olması üçün bu anlayış ilk növbədə inkişaf etdirilməlidir. Korporativ idarəetmə zehniyyətinin formalaşması və inkişafı menecerlərə ardıcıl olaraq fərdi istəklərini saxlamağa imkan verir; müəssisənin ümumi və düzgün

vizyonunu inkişaf etdirmək - idarəetmənin normal səviyyələrinin yerinə çevik, fəaliyyət göstərən bir sistemin qurulması; bu, müəssisədə səlahiyyətlərdən düzgün istifadə edilməsindən asılıdır. Korporativ idarəetmə anlayışında dəyişiklik etmədən müvəffəqiyyət qazanmaq çətinidir. KOS-larda köhnə idarəetmə sisteminin dəyişməməsini istəyən, yeniliklərə elə də açıq olmayan idarəçilər korporativ idarəetmə sisteminin qarşısında duran ən böyük əngəllərdən biridir. Müasir dövrdə menecerlər kimi biznes sahiblərinin qeyri-adekvat olması fərqli peşəkar menecerlərin və müəssisələrin işə salınmasının zəruriliyini göstərir. İnstitutionlaşma və idarə müəssisənin sahibi ilə məhdudlaşdıqda mövcud struktur qeyri-kafi olur və müəssisənin bağlanması ilə təhlükəsi yaranır. Yeni fikirli menecer və idarəetmə sistemləri daima inkişafın sürətlənməsinə və dəstixətin dəyişməsinə gətirib çıxarır. Ölkəmizdə hal-hazırda getdikcə KOS-ların idarəetmə şərtləri inkişaf edərək daha da təkmilləşir. Sözsüz, bəhs etdiyimiz problemlər qaçılmazdı, lakin bunların həllinin bir gündə həyata keçirilməsi də imkansızdır. Lakin hər il iqtisadiyyat özü ilə yeni qaydalar, dəyişikliklər, böhranlar və ya sıçrayışlar gətirir. Nəyinsə daimi olacağını düşünmək yanıldıcı olardı. Dəyişiklik iqtisadiyyatın qaçılmaz bir yönüdür. Sahibkarlığın gələcəyi haqqında bir təhlil aparmaq üçün nəzərdən keçirəcəyimiz tək şey keçmiş inkişaf şkalasıdır. Ayrı-ayrılıqda müəyyən hesabatlar üzrə Kiçik və orta sahibkarlığa aid bir sıra cədvəllərə nəzər salaraq onları təhlil edəcəm. Statistika Komitəsindən əldə olunan 2011-2015- ci illərin nəticələrinə nəzər yetirək:

*Kiçik sahibkarlıq subyektlərinin sayı
(iqtisadi fəaliyyət növləri üzrə, ilin sonuna)*

	2011	2012	2013	2014	2015
İqtisadiyyatın bütün sahələri üzrə – cəmi	223 547	248 288	165 277	186 898	196 327
 ondan fiziki şəxslər – fərdi sahibkarlar	210 643	234 634	150 816	171 917	178 163
o cümlədən:					

kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıq	3 897	3 973	3 997	3 410	3 449
fiziki şəxslər – fərdi sahibkarlar	2 593	2 451	2 334	1 624	1 534
sənaye	4 457	4 326	5 173	6 418	4 551
fiziki şəxslər – fərdi sahibkarlar	2 628	2 505	3 369	4 697	3 310
tikinti	1 501	1 755	1 936	2 335	2 177
fiziki şəxslər – fərdi sahibkarlar	580	727	924	1 007	895
topdan və pərakəndə ticarət; avtomobillərin və motosikletlərin təmiri	156 926	178 036	87 446	91 690	96 731
fiziki şəxslər – fərdi sahibkarlar	150 686	171 646	81 041	85 338	89 950
nəqliyyat və anbar təsərrüfatı	22 627	25 093	27 862	28 178	28 607
fiziki şəxslər – fərdi sahibkarlar	22 374	24 821	27 576	27 877	28 160
yaşayışın təşkili və ictimai iaşə	7 767	8 356	9 406	12 863	13 241
fiziki şəxslər – fərdi sahibkarlar	7 527	8 106	9 157	12 511	12 895
informasiya və rabitə	242	311	354	455	538
fiziki şəxslər – fərdi sahibkarlar	-	-	-	-	-
daşınmaz əmlakla əlaqədar əməliyyatlar	826	930	1 131	1 478	1 877
fiziki şəxslər – fərdi sahibkarlar	708	729	905	1 204	1 372
təhsil	84	105	155	198	398
fiziki şəxslər – fərdi sahibkarlar	-	-	-	-	-
əhaliyə səhiyyə və sosial xidmətlərin göstərilməsi	155	204	256	305	431
fiziki şəxslər – fərdi sahibkarlar	-	-	-	-	-
digər sahələr	25 065	25 199	27 561	39 568	44 327
fiziki şəxslər – fərdi sahibkarlar	23 547	23 649	25 510 ¹	37 659	40 047

¹ Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi (<https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/>)

2011-2015-ci illər ərzində ölkədə kiçik sahibkarlıqla məşğul olan sahibkarların sayı Statistika Komitəsi tərəfindən müəyyən edilmişdir. Burada hər il ən çox sahibkar sayı olan fəaliyyət sahəsi topdan və pərakəndə ticarət; avtomobillərin və motosikletlərin təmiri sahəsidir. Hər iki göstərici də ən çox burada yüksəkdir. Cədvələ əsasən müəyyən edə bilərik ki, 2011-ci ildən 2012-ci ilə yüksəliş keçid olub, 2013-cü ildə isə iqtisadi vəziyyətlə əlaqədar bir azalma müşahidə edilir, daha sonra isə növbəti illərdə vəziyyət yavaş-yavaş düzəldilmiş və müəssisələrin sayı artmağa davam etmişdir. Təbii ki, günümüzdə bu rəqəmlər daha yüksəkdir. Ən az sahibkarlıq subyektləri isə təhsil, əhaliyə səhiyyə və sosial xidmətlərin göstərilməsi, informasiya və rabitə sahələrindədir. Halbuki bu sahələr günümüz iqtisadiyyatının inkişafının onurğa sütunudur. Bu sahələrdə inkişafın olması, sahibkarlıq subyektlərinin artması gələcəkdə daha müsbət nəticələrə səbəb ola bilər. Ümid edirik ki, bu sahələrə marağın artırılması üçün dövlət rəsmiləri bir sıra fəaliyyətlər həyata keçirəcəkdir.

*İqtisadi fəaliyyət növləri üzrə kiçik müəssisələrdə məhsul buraxılışı
milyon manat*

	2011	2012	2013	2014	2015
İqtisadiyyatın bütün sahələri üzrə - cəmi	1812,6	2322,1	3139,8	2547,2	1912,8
o cümlədən:					
kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıq	49,7	63,5	195,5	226,8	36,4
sənaye	252,3	243,7	294,3	386,3	46,2
Tikinti	543,8	936,9	1375,9	368,0	130,3
topdan və pərakəndə ticarət; avtomobillərin və motosikletlərin təmiri	607,5	610,9	642,2	652,0	1238,9
nəqliyyat və anbar təsərrüfatı	41,2	86,1	115,8	125,0	44,7
yaşayışın təşkili və ictimai iaşə	18,0	9,9	10,6	16,7	19,0
informasiya və rabitə	29,6	62,5	91,8	131,8	44,1

daşınmaz əmlakla əlaqədar əməliyyatlar	8,8	10,4	18,0	30,8	15,4
təhsil	2,9	3,0	4,9	7,3	69,9
əhaliyə səhiyyə və sosial xidmətlərin göstərilməsi	3,6	8,6	12,5	21,3	12,7
digər sahələr	255,2	286,6	378,3	581,2	255,2

2

Növbəti cədvəl isə bu illər ərzində kiçik müəssisələrdə məhsul buraxılışının təhlilidir. Bu cədvəldə də yenə eyni sahələrin zəif fəaliyyətini və topdan satışın bütün illər ərzində yüksək olduğunu açıq şəkildə görürük. Lakin heç bir ildə məhsul buraxılışı topdan satışda zəifləməmişdir. Lakin bir sıra sahələrdə kəskin azalma baş vermişdir. Xüsusilə tikinti sahəsində praktiki bildiyimiz durğunluq Statistika Komitəsi tərəfindən öz nəzəri əsasını tapmışdır.

14.5 İqtisadiyyatın sahələri üzrə kiçik müəssisələrdə işləyənlərin orta illik sayı

	2011	2012	2013	2014	2015
İqtisadiyyatın bütün sahələri üzrə - cəmi	90182	95503	108976	115035	87608
o cümlədən:					
kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıq	5024	5253	5550	5869	4732
sənaye	16516	17885	20192	17362	6664
tikinti	9348	12052	15435	12504	3940
topdan və pərakəndə ticarət; avtomobillərin və motosikletlərin təmiri	37147	37129	37616	38661	35144
nəqliyyat və anbar təsərrüfatı	1633	1670	2124	2502	2999
yaşayışın təşkili və ictimai iaşə	2433	1799	2266	4220	3479

²Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi (<https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/>)

informasiya və rabitə	1386	1893	2391	3117	2619
daşınmaz əmlakla əlaqədar əməliyyatlar	781	1030	1601	1787	2278
təhsil	700	872	1293	1993	2824
əhaliyə səhiyyə və sosial xidmətlərin göstərilməsi	1221	1788	2453	2993	3528
digər sahələr	13993	14132	18055	24027	19401

Bu cədvəldə isə eyni illər ərzində işləyən əhalinin sahələr üzrə bölgüsü aparılmışdır. İqtisadiyyatda baş verən proseslər və ümumiyyətlə, bəzi sahələrdə durğunluq bu cədvəldə aydın şəkildə görünür. Təbii ki, ən çox müəssisə sayı və məhsul buraxılışına sahib olan topdan və pərakəndə ticarətdir; avtomobillərin və motosikletlərin təmiri sahəsi ən çox işçi sayına da sahibdir. Onun inkişaf tsikili də 2014-cü ildə kəskin azalmaya səbəb olmuşdur. Cədvəldən də görüldüyü kimi, 2013-cü ildən sonra bir çox sahələrdə azalma prosesi başlamışdır. 2015-ci ildə isə kəskin azalmalar artıq qaçılmaz olmuşdur. Ən kəskin azalma fərqi tikinti və sənaye sahəsində baş vermişdir. Hal-hazırda da ölkəmizdə baş vermiş devalvasiya prosesindən sonra hələ də tikinti sahəsi əvvəlki vəziyyətinə gələ bilməmişdir. Təbii ki, digər iki cədvəldən asılı olaraq sahibkarlıqla məşğul olan sahələrin azalması öz-özlüyündə məhsul istehsalının və iş yerlərinin də azalmasına səbəb oldu. Lakin artıq bu dövrlərdə bütün bu sahələrdə olan azalmalar yavaş-yavaş inkişafı əvəz olunur. Dünyanın bir çox hegemon ölkələrində belə dəyişikliklərə səbəb olan iqtisadi böhran ölkəmizdən yan keçə bilməzdi. Hələdə öz izlərini qoyan bu proses yavaş-yavaş yerini renesansla əvəz edəcək. Bütün aparılan islahatlar, siyasi islahatlar ölkəmizi olası vəziyyətlərdən qorumaq və yaxud az zərərlə çıxarmaq üçündür.

2.2 Kiçik sahibkarlıqda innovasiya prosesinin təşkilati-metodiki mexanizminin qiymətləndirilməsi

Dünyada davam edən dərin iqtisadi və maliyyə böhranından asılı olmayaraq, Azərbaycan öz iqtisadiyyatını mənfi nəticələrə qarşı qoruyub saxlamaq üçün əlindən gələni edir. Azərbaycan dinamik inkişafını, o cümlədən iqtisadi sahədə uğurlarını davam etdirən tolerant bir dövlətdir. Neft qiymətlərində son zamanlardakı kəskin azalmaya baxmayaraq, ölkə iqtisadiyyatı artım sürətini qoruyub saxlayır. Son 10 il ərzində Azərbaycan iqtisadiyyatı 300% artıb. Yoxsulluq və işsizlik kəskin şəkildə azalır, bu gün həmin rəqəmlər 5 % qədər azaldılıb. 2015-ci ildə qeyri-neft sənayesi 8,4% artıb. Bu iqtisadi inkişafın qorunması üçün böyük bir müvəffəqiyyətdir, siyasi, hərbi və maliyyə böhranı isə dünyada dərinləşir. 2015-ci ildə neft qiymətləri üç dəfə azalıb. Bu səbəbdən, gəlirlərimiz təbii olaraq büdcə gəlirləri və büdcə xərcləri daxil olmaqla kəskin şəkildə düşmüşdür. Büdcə xərclərini 2015-ci ildə böyük ölçüdə saxlaya bilmişik. Təəssüf ki, dünyada davam edən problemlər 2016-cı ilə qədər optimist olmağa əsas vermir. Hazırkı dövrdə hökumətin əsas məqsədi makro-iqtisadi sabitliyin və normal inflyasiyanın tempini təmin etməkdir. 2015-ci ilin sonunda inflyasiya 4 faizdən az idi.

İllər ərzində müxtəlif proseslər həyata keçirilir, iqtisadiyyat daima dəyişir, günümüzdə bazar iqtisadiyyatı maksimum dəyişimlə fəaliyyət göstərir. Tələblər və təkliflər müəyyən şərtlər daxilində daima hərəkətdədir. Günümüzdə bu sahədə dəqiq bir təhlil aparmaq istər inkişaf etmiş, istərsədə inkişafda olan ölkələr üçün olduqca çətindir. Yeni müəssisələrin formalaşması və az məhsuldar firmaların bağlanması müasir iqtisadiyyatların dinamizmini artıran mühüm amillərdir. Yeni şirkətlər yeni fəaliyyətlər üçün resurslardan istifadə etdikləri və işlərinə paralel olaraq sürətli inkişaf etdikləri zaman, bir çox yeni iş imkanları yarada bilirlər və sahibkarlıq innovasiya bacarıqlarını istifadə edərək bazarda mövcud olan şirkətlərlə daha effektiv işləyə bilər. Bu nöqtədə yaxşı işləyən bir iş mühiti yaratmaq xüsusilə gənc və yenilikçi firmaların sürətli böyüməsindən asılıdır. Bu yeni firmalar rəqabət təzyiqi ağır hiss olunan yüksək texnologiyalı sektorlarda yaşamaq üçün yenilikçilik

üstünlüyünə malik olmalıdırlar. Qlobal rəqabət mühiti ilə ayaq uydurmaq istəyərkən texnoloji inkişafı təqib edən firmalar; yeni istehsal üsulları, yeni təşkilat və marketinq üsulları, yeni proseslər və yeni məhsullara əsaslanmalıdırlar. Şübhəsiz ki, bu dəyişikliklərə çox diqqət ayıran şəxslərdən biri sahibkarlardır. Texnologiyadakı inkişafı təqib edən və bildiyimiz motivlərlə hərəkət edən sahibkarlar, risk qiymətləndirməsini qəbul edərək hərəkətə keçir. Sahibkarlar innovativ məhsulları və prosesləri inkişaf etdirərək iqtisadiyyatda dinamizmi təmin edirlər. Digər tərəfdən, firmalar innovasiya fəaliyyətlərinin aşkarlanması üçün böyük ehtiyatları olan araşdırma xərcləri ilə əhəmiyyətli gəlir əldə edirlər. Bu satınalmalar şirkətlərin yerləşdiyi ölkəyə qayıdır və onların resursları əlavə dəyər kimi köçürülür. Şirkətlər bu fəaliyyəti həyata keçirərkən sosial şəbəkələr, universitetlər, rəqiblər, elmi-tədqiqat və inkişaf təşkilatları ilə əlaqədə olurlar. Bu işin əsas məqsədi sahibkarlıq və innovasiya arasındakı nəzəri əlaqəni izah modelləri ilə ələ almaqdır və Azərbaycanın sahibkarlıq və innovasiya fəaliyyəti baxımından seçilmiş ölkələrlə müqayisədə hansı nöqtədə olduğuna dair ümumi bir perspektivi müəyyən edir. Bu çərçivədə iş bu şəkildə nəzərdə tutulmuşdur: Birinci hissədə sahibkarlıq və innovasiyanın nəzəri əsaslarına, ikinci qisimdə sahibkarlıq-innovasiya əlaqəsi ilə bu əlaqəni izah modellərinə, üçüncü hissədə isə Azərbaycanda və seçilmiş ölkələrdə sahibkarlıq və innovasiya fəaliyyətlərinə iştirakına verilməkdədir. Təhlil nəticə və tövsiyələrlə tamamlanıb.

Dünyadakı iqtisadi fəaliyyət istiqamətlərini müəyyən edən, dünya iqtisadiyyatının iqtisadi problemlərinə həll axtaran müxtəlif təşkilatlar, təşkilati birliklər və forumlar var. Məsələn, Dünya Bankı, Beynəlxalq Valyuta Fondu, Dünya Ticarət Təşkilatı, G-20 və s. Dünya İqtisadi Forumu onlardan biridir. Dünya İqtisadi Forumu beynəlxalq bir təşkilatdır və dünyanın hər yerindən əhəmiyyətli iş adamları və siyasətçilərini bir araya gətirərək, qlobal işlərin müzakirə edildiyi bir yer olaraq bilinir. Terrorizm, qaçqın böhranı və məşğulluq siyasəti kimi mövzular hər il Dünya İqtisadi Forumunun gündəliyində olur. Forumun qlobal iqtisadi problemlərinin siyasi və sosial cəhətdən

həll edilməsi lazımdır. Bu çərçivədə məşğulluq siyasəti də nəzərə alınır. Bir sözlə, forum dünya ilə bağlı məsələlərin zənginləşdirildiyi bir platformdur.

Bugünkü dünya bir çox problemlərlə üzləşib və üzləşməyə də davam edir. Çünki təməl iqtisad dərslərində də ifadə edildiyi üzrə qıt resurslar sərhədsiz (sonsuz) ehtiyaclar ikilisi və də paylaşım nöqtəsində qeyri-tarazlıq olduğu müddətcə, bu əbədi davam edəcək. Bundan əlavə, tarixi və təbii səbəblərə görə, problem bəzi iqtisadiyyatlarda daha çox hiss olundu. Bu çərçivədə ölkələrin paylanması ilə bağlı fikir ayrılığı cəmiyyətin digər sahələrinə də gedərək yayılır. Əslində, iqtisadi cəhətdən əhəmiyyətli bir problem də tədricən cəmiyyətin digər sahələrinə təsir göstərir. Məsələn, ictimai həyat, siyasi həyat, demokratik həyat, fundamental hüquqlar və azadlıqlar kompensasiya üçün zəruri ziyanlara səbəb olur. Bunun ən aktual nümunəsi isə Suriyada illərdir davam edən vətəndaş müharibəsi səbəbi ilə yığınla ölüm və yaşadıkları yerləri tərk etmək məcburiyyətində qalan qaçqınların yaşadıkları dramadır. Bu baxımdan bütün bu iqtisadi, ictimai və siyasi həyatda baş verən mənfiliklərə həll tapmaq, əlaqədar problemlərin ən minimum səviyyədə yaşanması və ya heç yaşanmaması üçün lazımlı tədbirləri görmək dünyanın əsas prioriteti olmuşdur, olmaq da məcburiyyətindədir. Bir tərəfdən qlobal ölçüdəki anlaşılmazlıqlar, digər tərəfdən güc və hakimiyyət mübarizələri, bir tərəfdən gizli rəqabət razılaşmaları kimi insanlıqdan kənar tutum və davranışlara görə, inkişaf etmiş ölkələr ilə digər ölkələr arasındakı uçurum daha da genişlənmişdir. Bu nöqtədə araşdırma əhəmiyyət qazanır. Qlobal miqyasda mənfilik törətməmək üçün zəruri tədbirlər görmək lazımdır. Bu səbəbdən, beynəlxalq təşkilatlar digər sahələrdə iqtisadi və digər problemlərin həlli yollarına cəmləşməyə ehtiyac duydu. İqtisadi fəaliyyət istiqamətini, xüsusilə dünyada baş verən və sonra qlobal iqtisadi hal alan problemlərin və digər sosial pozuntuların aradan qaldırılması üçün cəhd göstərən müxtəlif təşkilatlar, birliklər və forumlar mövcuddur. Bunlardan biri də Dünya İqtisadi Forumudur- beynəlxalq təməldir və Cenevrədə yerləşən bir mərkəzdir. Məqsəd beynəlxalq mübahisələrin həlli üçün bir platforma təmin etməkdir.

Dünyadakı məsələ və problemlər qlobal bir ölçü qazandıqca, müzakirə mövzusu problemlərin həlləri üçün fərqli üzvlərin iştirakının təmin edilməsi və fərqli dünya görüşlərinin qiymətləndirilməsi zərurəti ortaya çıxmışdır. Bu baxımdan, 2000-ci ildən etibarən haqqında bəhs edilən Dünya İqtisadi Forumu əhəmiyyət qazanmışdır. Bunun səbəbi qlobal bir problemin geniş bir konsensus platforması tərəfindən tutulması və həll edilməsidir. Bu, Davos'da insanları müxtəlif sahələrdən və elmlərdən bir araya gətirən və onların yenilikçi yanaşmasını test etməyə imkan verən bir yerdir. 1971-ci ildə Klaus Schwab tərəfindən qurulan və dünyanın qabaqda gələn 1000-ə yaxın beynəlxalq şirkəti tərəfindən təmsil edilən forum, ilk əvvəl Avropa İdarə forumu olaraq adlandırılmış, 1987-ci ildə isə adı Dünya İqtisadi Forumu olaraq dəyişdirilmişdir. Beynəlxalq mübahisələrin həlli üçün platforma yaratmağı planlayan forum, Davos Konqres Mərkəzindəki ilk Avropa İdarəetmə Simpoziumunu həyata keçirmişdir. Sonrakı dövrlərdə Dünya İqtisadi Forumu Davos ilə sinonimləşdi. Bütün dünyadan ən tanınmış siyasətçi və iş adamlarının dəvət edildiyi forum, qlobal kapitalizmin təqdim olunduğu bir yer olmuşdur. Bu da Amerika inhisar kapitalının dünya hakimiyyətini təmin etməsinin əsas məqsədidir. Vikipediya görə, 1974-cü ildə siyasi liderlər tərəfindən ilk dəfə təşkil edilən forum əhəmiyyətli qərarlar verdi. Məsələn, Türkiyə ilə Yunanıstan arasında 1988-ci ildə imzalanan Davos Bəyannaməsi ilə döyüşün eşiyindən dönülmüşdür. Digər tərəfdən, İsrail əsgərlərinin Fələstin torpaqlarından çəkilməsi mövzusu və Almaniyanın birləşdirilmə fikri 1990-cı ildə Davosda ortaya atılmışdır. Kyoto müqaviləsi çərçivəsində isə 2000-ci illərdə, ətraf siyasəti və Afrika ölkələrinə yardım mövzuları Davosda gündəmin ilk sıralarında yer almışdır. Həm də dünyanın müxtəlif yerlərində müxtəlif adlar Dünya İqtisadi Forumu ilə hər il bir sıra konfranslar təşkil edir. Çində, məsələn, Yeni Çempionlar Konfransı, Avropa və Mərkəzi Asiya, Afrika və Yaxın Şərq kimi regional konfranslar təşkil edilmişdir. 2008-ci ildə Dubayda belə qlobal gündəm zirvəsi sıx bir mübarizə və geniş iştirak ilə başlamışdır. Forum üzvlərinin sektor əsaslı işlərini icra etdiyi və təşkil etdiyi konfransların bir neçə digər hesabatını dərc edir. Bir sözlə, bu foruma ölkəsinin iqtisadi cəhətdən illik hesabatı kimi də yanaşmaq

olar. Çünki artıq 1979-cu ildən etibarən bu forumda illik dövlətlərin rəqabət davamlılığı adlı məruzələr hazırlanır. Bu məruzədə ən əsas iki göstərici dövlətlərin ***potensial inkişafı*** və ***rəqabətə davamlılıq indeksi*** müəyyən edilir.

Ölkəmizi isə bu forumla ilk tanışlığı 1995-ci ildə Ümumilli liderimiz Heydər Əliyevin uzaqgörən siyasəti nəticəsində baş tutmuşdur. Bu forumda liderimiz sadəcə iştirakı ilə kifayətlənməyərək dünya ölkələrinə ölkəmiz haqqında, onun güclü resursları, iqtisadi inkişaf potensialının necə yüksək olduğu haqqında geniş və təqdirə layiq bir məlumat vermişdir. O tarixdən etibarən Azərbaycandan DİF-də iştirak edir. Son 6 ilin nəticələrinin qısa hesabatına nəzər salaraq, biz ölkəmizin o platformada necə bir fəalliyət göstərdiyini analiz edəcəyik.

2012-2013-cü illər:

Bu illərdə ölkəmiz rəqabət qabiliyyətliliyi sırasına görə 46-cı yerdə idi. Ötən il ölkəmiz 55-ci yerdə idi. İştirak etdiyimiz ildən etibarən ən yüksək irəliləməsi bu ildə baş vermişdir. Bu illərdə ölkəmiz MDB ölkəri arasında ən yüksək nəticə əldə edərək inkişaf sürəti, güclü iqtisadi siyasəti və dinamikası ilə Cənubi Qafqazda vacib dövlətə çevrilərək bu rəqabət siyahısında 9 addım irəliləməyə nail olmuşdur. Bu, Azərbaycanda sahibkarlıqda innovasiya və texnoloji hazırlıq sahəsində və müasir inkişaf modelinin dinamikasının sürətli inkişafın nəticəsidir. 7 bal cədvəlində Ölkəmiz 4. 41 xal toplamışdır. Bu nəticə o dövrlərdə baş verən iqtisadi inkişafın bariz sübutudur.

2013-2014-cü illər:

Azərbaycan bu illərdə rəqabətlik reytinginə görə 39-cu yeri, yeddi ballıq şkala üzrə isə 4. 51 bal toplamışdır. MDB ölkələri arasında öz liderliyini saxlayıb qoruyan ölkəmiz sürətli inkişafı, regionda mövcud iqtisadi potensialı ilə sahibkarlıq fəaliyyəti həyata keçirən inkişaf etmiş ölkələrin maraq dairəsində olmağı bacarmışdır. Ümumiyyətlə, sərhəd ölkələrimizin bu reyting cədvəlindəki sıralamasında ölkəmiz qədər məfasə qət edə bilməmələri Azərbaycanın sürətli inkişafının bariz sübutudur.

Qazaxıstan 50, Rusiya 64, Güscüstan 72-ci yerdə idi. Türkiyə və İran kimi güclü sərdəd qonşularımız isə bir neçə pillə bizdən arxada yer almışdılar.

2014-2015-ci illər:

Rəqabətlik siyahısında Azərbaycan bir pillə də irəliləyərək 144 ölkə arasında 38-ci yerdə qərar tutmuşdur. Bu illərdə Latviya 42-ci, Polşa 43-cü, İtaliya 49-cu, Yunanıstan 81-ci sıralarda öz yerlərini tutmuşdu və ölkəmiz bu ildə hətta böyük iqtisadi gücə sahib olan Türkiyə və Rusiya kimi güclü ölkələri də geridə qoya bilmişdi. Bir çox iqtisadçılar Azərbaycanın bu ilki nəticələrini izləyərək qeyd etmişdilər ki, ölkəmiz siyasətçilərin düzgün iqtisadi islahatları ilə hətta yaxın 10 ildə ilk 20-liyə daxil olma potensialına malikdir. Bundan başqa, Azərbaycan sağlamlıq və ibtidai təhsil, ali təhsil və təlim, maliyyə sektoru sahələrinə diqqət yetirməlidir. Digər sahələrdə də müdaxilələrə ehtiyac var: yerli rəqabət intensivliyi, anti-monopoliya siyasətinin effektivliyi, xarici mülkiyyətin yayılması, gömrük proseduru yükü, idxalın ÜDM-in faizi, maliyyə xidmətlərinin mövcudluğu və bankların sağlamlığı. Hesabatda bildirilir ki, Mərkəzi Asiya ölkələrinin hökumətləri davamlı iqtisadi artımı təmin etmək üçün beynəlxalq rəqabət qabiliyyətli reytinglərini artırmağa yönəlmişlər. Ötən on ildə Mərkəzi Asiya dövlətləri böyük iqtisadi inkişafa nail olublar və fəaliyyət göstərən bazar iqtisadiyyatı istiqamətində əhəmiyyətli irəliləyiş nümayiş etdiriblər. Bu müvəffəqiyyət, əsasən, neft məhsullarının və mineral ehtiyatların geniş ixracatının nəticəsidir. Neft, qaz və mineral sektorlara investisiyaların üstünlükləri iqtisadiyyatları daha da artırıb, lakin iqtisadiyyatları diversifikasiya etmək, rəqabət qabiliyyətini artırmaq və regionun iqtisadiyyatlarını daha qlobal rəqabət qabiliyyətli yerlərə yerləşdirmək üçün səylərini azaldıb.

2015-2016-cı illər:

Bu illərdə baş verən iqtisadi böhran bir çox ölkələrin bu cədvəldə yerinin dəyişməsinə səbəb oldu. Lakin ölkəmiz regionun digər ölkələrinə baxanda yerini elə də çox dəyişmədi. Bu illərdin göstəricisində sadəcə 2 pillə geriləmə oldu. Bu, aşağı inflyasiya və əlverişli dövlət maliyyələşməsi ilə xarakterizə olunan güclü makro-

iqtisadi mühitdən yaranan nəticədir. Ölkədə nisbətən səmərəli əmək bazarı da mövcuddur. Azərbaycanda ümumilikdə inkişafın qarşısını kəsən ən əsas iki problem mövcudur: 1) korrupsiya; 2) maliyyə sektorunun hələdə lazımı dərəcədə inkişafının olmaması. Bizim kimi öz iqtisadiyyatını digər ölkələrin investisiyasına ehtiyac duyan inkişafda olan ölkələr üçün bir sıra çətinliklər vardır. Ümumiyyətlə, dünya ekonomik forumunun nəticələri sadəcə bir rəqəm toplusu deyildir. İri sahibkarlar, investisiya obyektini axtaran ölkələr bu göstəricilərlə bir sıra layihələrə qərar verir. Bizim kimi inkişafda olan ölkələr üçün bu siyahıda yüksək pillələrdə yerləşmək olduqca müsbət fikir oyadır. Mövcud problemlərin, ən azı bu iki real problemin həll edilməsi hətta ölkədaxili kiçik sahibkarlığın da inkişafında öz nəticəsini göstərə bilər və bu göstəricilər daha ürəkəçən olar. Əmtəə qiymətlərinin nisbətən aşağı olmasının proqnozlaşdırıldığı bir dövrdə, uzunmüddətli inkişafa nail olmaq üçün diversifikasiya və bazar bazlı siyasətlərin həyata keçirilməsi xüsusilə vacibdir.

2016-2017-ci illər:

Dünya İqtisadi Forumu tərəfindən hazırlanmış 138 ölkənin iştirak etdiyi tədqiqatda Qlobal rəqabət qabiliyyəti hesabatında Azərbaycan 37-ci yerə layiq görülmüşdür. Əvvəlki hesabatda olduğu kimi, Azərbaycan yenə də MDB ölkələri arasında ən yüksək mövqə tutur. Azərbaycanın qlobal rəqabət qabiliyyətliliyi indeksi Ümumdünya Ticarət Təşkilatının veb saytında yerləşdirilən hesabatda əsasən, maksimum 7 balda 4.6 təşkil edir. Hesabatda, makro-iqtisadi mühitə təsir edən neft qiymətlərinin düşməsi ilə əlaqədar baş verən qarşıdurmalara baxmayaraq, Azərbaycan və Rusiya biznes mühiti və məhsul bazarında yaxşı və daha geniş yayılmış təhsil və islahatlarla bağlı öz səmərəliliyinin yaxşılaşdırılması nəticəsində siyahıda irəliləmə qət etmişdir və bu da cənab prezidentimiz İlham Əliyevin özəyini Heydər Əliyevin qoyduğu qeyri-neft sektorunun inkişafının nəticəsinin sübutudur ki, ərazidə neftin qiymətinin aşağı düşdüyü bir iqtisadi dövrdə əsasını neft təşkil edən bir ölkə olaraq Azərbaycan iqtisadi irəliləmə qət edə bilmişdir. Azərbaycan prezidenti İlham Əliyev iqtisadi inkişaf strategiyasının layihəsini və 2016-2020-ci illər üçün fəaliyyət planını, 2025-ci ilədək müddətə uzunmüddətli baxış layihəsini hazırlamağı,

2025-ci ilədək İqtisadi islahatlar üzrə Azərbaycan prezidentinin köməkçisi Natiq Əmirovun rəhbərlik etdiyi işçi qrupu "Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sahələri üzrə Strateji Planın əsas istiqamətləri" istiqamətində inkişaf planlarını təkmilləşdirmək üçün yaradılmışdır. Yeni islahatlar əsasən dörd istiqamətə yönəldiləcəkdir: ölkədə sürətlə davamlı makro-iqtisadi mühitin yaradılması, biznesin əməliyyat xərclərinin azaldılması, investisiya və maliyyə xidmətlərinə geniş imkanların verilməsi, elastik və effektiv hüquqi islahatların yaradılması.

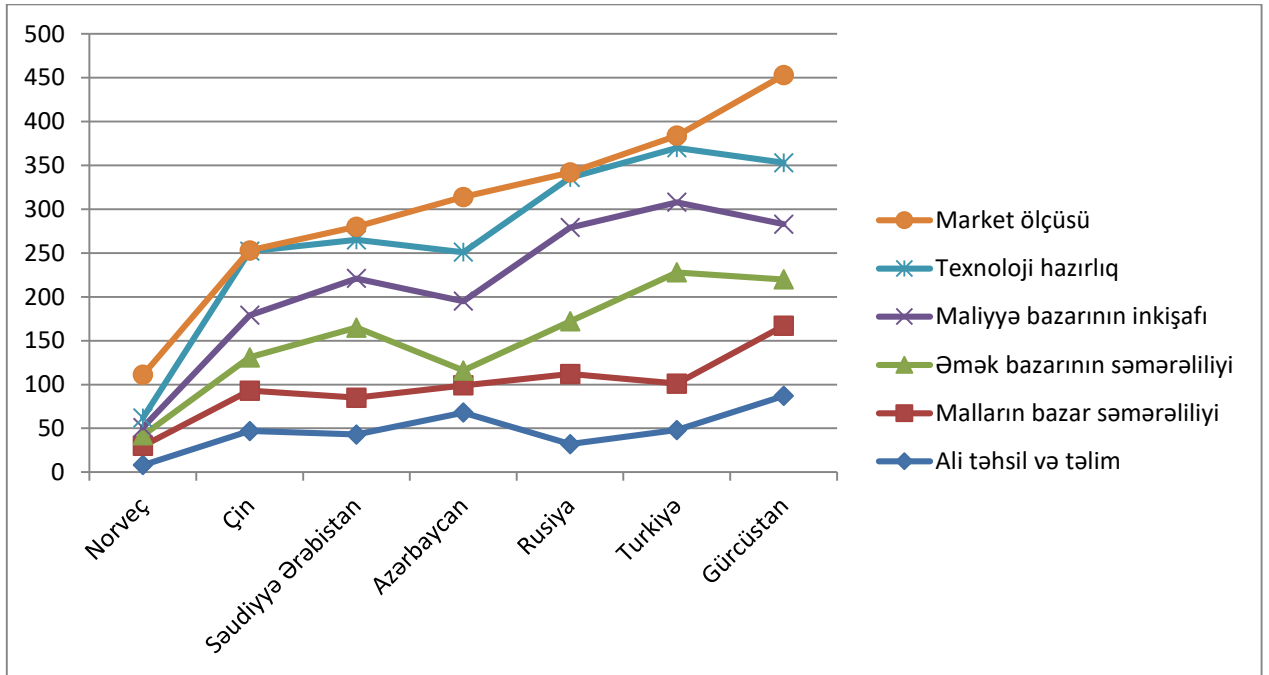
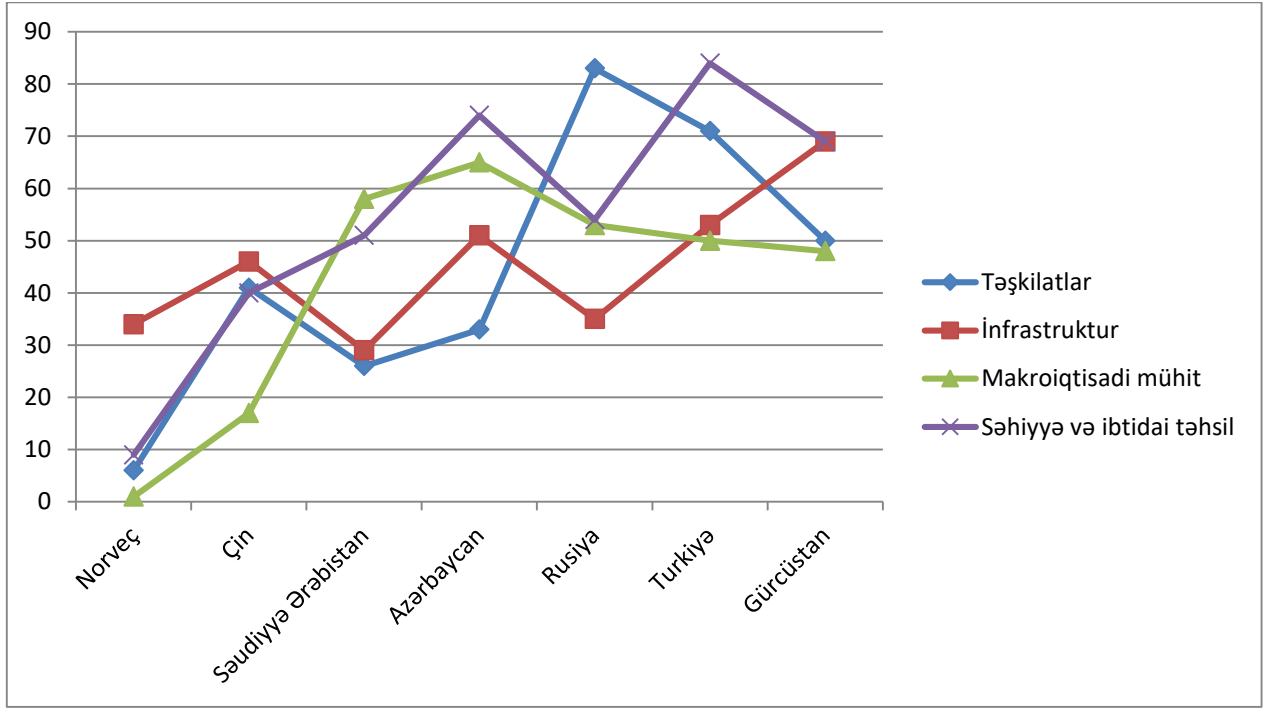
2017-2018-ci illər:

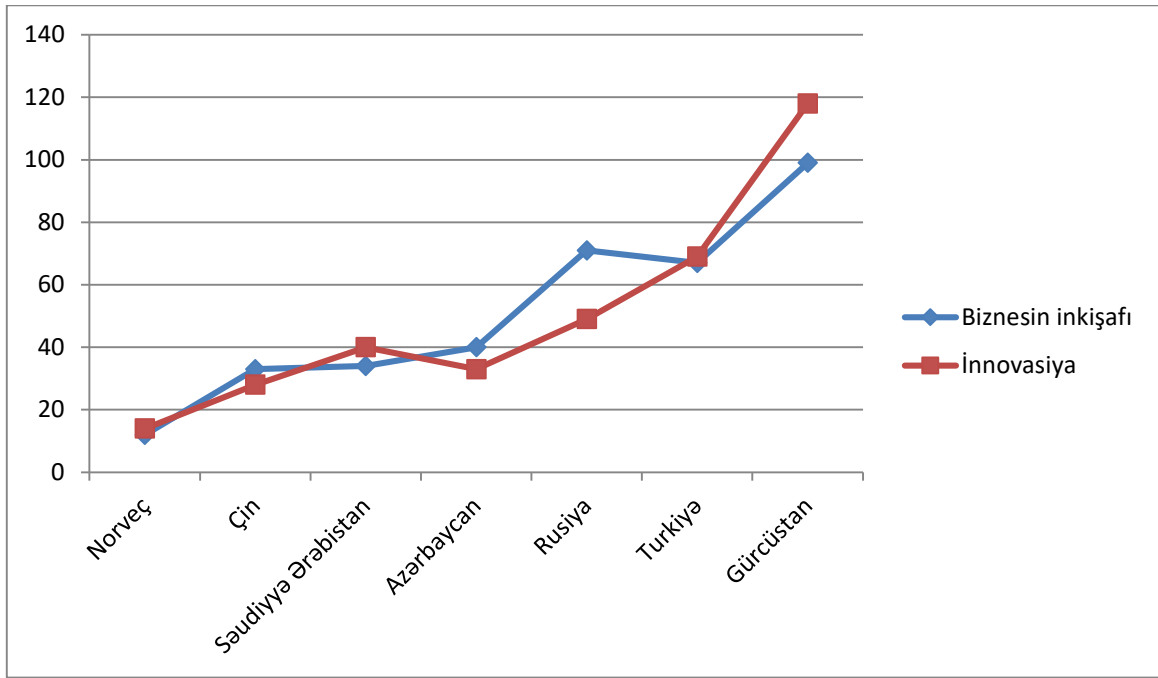
Dünya İqtisadi Forumu tərəfindən nəşr olunan 2017-2018-ci illər üzrə Qlobal rəqabət qabiliyyəti hesabatında Azərbaycan 35-ci yeri tutub. Ən nüfuzlu beynəlxalq reytingdə energetik zəngin Azərbaycan MDB-də liderliyini qoruyub saxlamışdır. Ölkə iqtisadi rəqabət göstəricisində İtaliya, Rusiya, İndoneziya, Hindistan, Türkiyə və Cənubi Afrika Respublikası daxil olmaqla 20-lik ölkələrini geridə qoydu. Sferalar üzrə ilətilmə baxımından Azərbaycan 2017-2018-ci illər üzrə Qlobal Rəqabətlik Hesabatında 12 pillədən 9-da öz mövqeyini yaxşılaşdırıb: Azərbaycanın ən böyük inkişafı isə, Biznes İnkişafı Sütununda (20 yer) olub. Əmək bazarının səmərəlilik sütununda Azərbaycan dünyanın 17 nömrədir. Mallar bazarında səmərəlilik sütununda Azərbaycan müsabiqə üzrə 32-ci, Tələbə şərtləri kateqoriyasında isə 31-ci yerdədir. Azərbaycanın dünyanın ən nüfuzlu reytingindəki mövqeyinin inkişafı dünya ictimaiyyətinin Prezident İlham Əliyev tərəfindən aparılan hərtərəfli iqtisadi islahatlar siyasətinin tanınmasını nəticələndirir. Bu barədə İqtisadi İslahatlar üzrə Təhlil və Əlaqə Mərkəzinin məlumatında deyilir. Mərkəz Trend-a bildirib ki, 2016-cı ilin sonlarında prezidentin təsdiqlədiyi Strateji Yol xəritələrinin monitorinqi və qiymətləndirilməsi də sistemli iqtisadi siyasətin müsbət nəticələr verdiyini göstərir. 2016-2020-ci illərdə milli iqtisadi perspektivlər və fəaliyyət planı, uzunmüddətli vizyon və 2025-ci ildən sonrakı hədəflər müəyyənləşdirilmiş olan 2016-cı ilin dekabrında 12 Strateji Yolun xəritələri təsdiqlənib. Strateji Yol xəritələri iqtisadiyyatın demək olar ki, bütün sahələrini, o cümlədən kənd təsərrüfatı, neft və qaz sənayesi, kiçik və orta sahibkarlıq məhsullarının, ağır sənayenin və maşınların

inkışafı, turizm loqistikası və ticarət, peşə təhsili və təlim, maliyyə xidmətləri, kommunikasiya və informasiya texnologiyaları və kommunal xidmətlər. Ölkənin investisiya cəlbediciliyinin artırılması və beynəlxalq reytinglərdə Azərbaycanın mövqeyini daha da yaxşılaşdırılması üçün sahibkarlıq fəaliyyətinin optimal karlılığını təmin etmək və rəqabət qabiliyyəti prinsiplərinə əsaslanan biznes mühiti yaratmaq üçün ölkə öz qanunvericiliyi və inzibati sistemini təkmilləşdirdi.

Mərkəzin sözlərinə görə, Azərbaycan 2017-2018-ci illərdə yüksəlir. Qlobal rəqabət qabiliyyəti hesabatı göstərir ki, ölkənin mövqeyi digər avtoritar reytinglərdə də inkişaf edəcəkdir. Qısa müddətdə Azərbaycanın mövqeləri yaxşılaşdırılıb, bu, ilk növbədə prezident Əliyevin rəhbərliyi ilə uğurla davam etdirilən yaxşı və xarici siyasətin nəticəsidir. Bu gün əsas məsələ qeyri-neft məhsullarının ixracı mexanizmlərini tətbiq etməkdir. Hal-hazırda İqtisadiyyat Nazirliyi xaricdə "Made in Azerbaijan" markasının təşviqi üçün çox işləyir, bu sahədə biznes forumları və ticarət missiyaları təşkil edir. Bu tədbirlər sayəsində 2017-ci ilin birinci rübündə tərəvəzlərin ixracı 45 faiz, meyvə 20 faiz, pambıq 3,6 dəfə, şərabçılıq 29 faiz artıb. İxrac edilmiş məhsullar üzrə xərclərin bir hissəsinin qaytarılması sistemi də yerli istehsalçıların ixracata yönəldilmiş məhsulların istehsalına stimül verir. Dövlət qeyri-neft məhsullarının ixracı mexanizmləri çərçivəsində qeyri-neft ixracatçılarında malların gömrük dəyərinin 3-6 faizini geri qaytarır. Bundan əlavə, sahibkarlıq fəaliyyətinin yoxlanılmasının iki il müddətinə dayandırılması vəzifəli şəxslərlə əlaqələrin sayını azaldıb, bu da bu yoxlamalarla əlaqəli mümkün korrupsiya faktlarının sayının azalmasına gətirib çıxardı. Həm də biznesin aparılması üçün lisenziya və icazələrin sayı azalıb. Lisenziyaların sayı 59-dan 37-ə enib və icazələr isə təxminən dörd dəfə - 86-a enib.

Sonuncu iqtisadi forum nəticələrini də əsas tutaraq bir sıra ölkələrin Azərbaycanla sıralama intervalını analiz etmək istəyirəm. Bildiyimiz kimi, bu sıralama günümüzdə mövcud iqtisadi gərginlikdən sonra iri ölkələrə investisiya mərkəzi seçmək üçün olduqca gözəl xəritədir.





Yuxarıda qeyd olunmuş cədvəllərdə ölkələr üzrə bir sıra iqtisadi göstəricilər təhlil edilmişdir. Əsasən, hər il müəyyən sahələr üzrə bütün ölkələr təhlil edilir və inkişaf perspektivinə əsasən müəyyən sahələrdə önə çıxırlar. Bu cədvəldə isə ümumi sıralamada ölkəmizdən yuxarıda və aşağıda yerləşən 6 ölkənin nəticələrini ölkəmizlə təhlil edəcəyik. Cədvəli diqqətlə təhlil etsək görürük ki, hətta bir sıra sahələrdə ölkəmiz ondan irəlidə olan ölkələri müəyyən sahələrdə geridə qoyur. Ümumi inkişaf şkalasına əsasən son əmsalın təhlili nəticəsi olaraq 35-ci yerdə yerləşən ölkəmiz malların bazar səmərəliliyi, əmək bazarının səmərəliliyi, innovasiya sahələrindəki sıralamada daha ön sıralarda yerləşir. Düşünsək ki, son illərdə ölkəmizdə bu sahələrə ciddi önəm verilir, bu nəticənin əldə edilməsi elədə gözlənilməz deyildi. Ölkəmizin bu cədvəllərdə Çin, Norveç, Yaponiya, Ərəbistan kimi inkişaf etmiş ölkələrə yaxın sıralamada olması olduqca qürurvericidir. Bundan əlavə, ölkəmiz dünya iqtisadiyyatında istər iqtisadi, istərsə də siyasi gücü ilə öz sözünü demiş Rusiya, Türkiyə kimi qonşu ölkələrimizi də, bir neçə il olduğu kimi, bu ildə cədvəldə geridə qoymuşdur. Buda ölkəmizin sürətli inkişafının bariz sübutudur. Ölkəmizin bu cür hegemon ölkələrlə müqayisə ediləbilməsi belə bizim üçün böyük bir iqtisadi irəlləyişdir.

Fəsil III. Kiçik sahibkarlıqda innovasiya yönümlü inkişafın əsas istiqamətləri

3. 1. Kiçik sahibkarlıqda innovasiyaların istifadəsində yaranan əsas problemlər

KOS-ların rəhbərliyi peşəkar insanların tərkibinə daxil edilmədikdə, strategiya hazırlamaq və həyata keçirməkdə problemlər yaranır. Tez-tez bu problemlər biznes sahibləri və ya tərəfdaşları tərəfindən yaradılan hökumətlər qarşısında durur. Yenə də, biznes müəssisəsində effektiv SWOT təhlili üçün resurslar və imkanlar məhduddur. Mənbələrdəki bu azalma təkə təhlillə məhdudlaşmayacaq, həm də bütün prosesə təsir edəcəkdir. Kadrların dövriyyəsi nisbəti idarəçilər və işçilər tərəfindən tez-tez dəyişdirilmədiyi üçün prosesə və tətbiqə qarşı müqavimət və reflekslər zamanla baş verəcəkdir. Əlilliyi olan məhdud resurslara dair məhdudiyyətlər də bir dezavantajdır.

Dünya təcrübəsi göstərir ki, sahibkarlıq fəaliyyəti olmadan heç bir cəmiyyətin inkişafı ola bilməz. Ulu öndərimizin sahibkarlığa çox gözəl bir yanaşması vardır: “Sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi, sərbəst iqtisadiyyata yol verilməsi, bazar iqtisadiyyatının yaradılması bizim strateji yolumuzdur” . Həqiqətən də, onun sözləri gerçəklikdir. Sahibkarlıq azad bazara sahib olan bir ölkə üçün iqtisadiyyatın əvəzsiz bir sahəsidir. Hər bir sahənin irəliləməsində ən vacib ünsür onun dövlət tərəfindən hazır bir yön xəritəsinin, müəyyən çərçivələrinin olmasıdır. Ümumilikdə ölkədə müəyyən bir sahədə qanunların olması o sahənin formalaşmasına mövcud bir zəminin olması deməkdir. Kiçik və orta sahibkarlıqda isə bu mövcuddur. Bu, sahibkarlara irəliləməkdə müəyyən bir iz yaradır və dövlətimiz bu baxış açısını əsas tutaraq sahibkarlığa ciddi önəm vermişdir. Günümüzdə sahibkarlığın inkişafının davamlılığına da mövcud qanunvericilik bazasının olması çox böyük kömək olmuşdur.

Keçən dövr ərzində ölkəmizdə sahibkarlığın inkişafı üçün prezidentimiz müəyyən illər ərzində mövcud vəziyyəti dəyərləndirərək lazımi qərarlar qəbul edərək bir sıra fərmanlar vermişdir. Bu, proqramların biznes mühitinin yaxşılaşdırılması, kiçik sahibkarlığın inkişafı, sahibkarların hüquqlarının və mənafeələrinin təkmilləşdirilməsi

üçün əsas zəmin yaratmışdır. “Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlığa dövlət köməyi proqramı (1997-2000-ci illər)”, “2008-2015-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında əhalinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatına dair Dövlət Proqramı”, “2008-2015-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında yoxsulluğun azaldılması və davamlı inkişaf Dövlət Proqramı”, “Azərbaycan Respublikası regionlarının 2014-2018-ci illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı”nda, “Azərbaycan Respublikasında sənayenin inkişafına dair 2015-2020-ci illər üçün Dövlət Proqramı”. İllər ərzində verilmiş bu fərmanlar hamısı özlüyündə kiçik və orta sahibkarlığın inkişafını dəstəkləmiş və təkan vermişdir. Məşğulluğun təmin edilməsi, biznes mühitinin genişləndirilməsi, qeyri-neft sektorunun ixracının artırılması daxili iqtisadiyyatda sahibkarlığa dəstək və onların rolunun yüksəldilməsinə səbəb olmuşdur. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 21 aprel tarixli Sərəncamı ilə aprel ayının 25-i Azərbaycanda “Sahibkarlar Günü” kimi qeyd edilir. Bu da özlüyündə ölkə prezidentinin sahibkarlara necə böyük önəm verdiyinin sübütüdür.

Sahibkarlıq sahəsindəki yoxlamalar 2 il ərzində dayandırıldı, lisenziya və icazələrin sayı azaldıldı, icarə və lizinglərin verilmə şərtləri sadələşdirildi, əlverişli elektron portallar yaradıldı, rüsumlar dəfələrlə azaldıldı (bu sahibkarlara olduqca böyük kömək oldu), sahibkarların hüquq və vəzifələrinin qoruması üçün apelyasiya şurası quruldu, daxili sahibkarlığa investisiya marağının yaradılması üçün 7 il ərzində gömrük, vergi güzəştləri verildi, tranzit yüklərin daşınması üçün vahid pəncərə prinsipi yaradıldı, gömrük prosedurları və lazımi sənədlərin hazırlanması üçün elektron portalların yaradılması, sahibkarlıq proseslərində lazımi sənəd və prosedur sayı dəfələrlə azaldıldı, mövcud suallar və çətinliklər zamanı ortaya çıxan sualların cavablandırılması üçün məsləhət xidməti göstərən çağrı mərkəzlərinin yaradılması və s. iş həyatında sahibkarlara böyük dəstək oldu.

Ölkəmiz kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı üçün güclü imkanlar və geniş potensiala sahibdir. Bu prosesin daha da təkmilləşdirilməsi üçün maliyyə çıxışlarının effektiv və səmərəli təşkil edilməsi, sahibkarların daxili və xarici bazarlara çıxışına şəraitin

yaradılması, biznes mühitinin imkanlarının yaxşılaşdırılması və ixtisaslı kadrların təmin edilməsi bu sahədə atılacaq vacib addımlardandır.

Təbii ki, hər bir inkişaf etmiş, eləcə də inkişafda olan ölkədə olduğu kimi, ölkəmizdə də sahibkarlığın inkişafı üçün bir sıra çətinliklər vardır. Misal üçün qeyd etmək istəyirəm ki, hələki yeni iqtisadi dirçəlməyə başlayan ölkəmizdə bir sıra sahələrdə çatışmazlıqlar mövcuddur. Bu kimi bir sıra səbəblər KOS inkişafına maneələr yaradır. Dünyə kimi neft sektorunu əsas götürərək onun təkmilləşməsi üçün bir sıra əməliyyatlar həyata keçirən ölkəmiz artıq ulu öndərimizin prezidentimizə və bu xalqa miras qoyduğu tövsiyələrdən biri olan qeyri-neft sektorunun inkişafının əsas götürülməsi bu sahədə iri addımlar atılmasına səbəb olur. Xüsusən KOS inkişafı ölkə daxilində bu sahədə atılmış çox böyük bir strateji addım olaraq qiymətləndirilir. Bu prosesin qarşısına bir sıra maneələr, təbii ki, çıxır. Bu zaman sahibkarların ən böyük dəstəkçisi rolunda dövlət çıxış etməlidir. Regionda və dünya iqtisadiyyatında gedən bir sıra məsələlər dövlət dəstəyinin və kooperasiyanın dərinləşməsinin vacibliyini bir daha təsdiq edir. Belə ki, iqtisadiyyatın genişlənməsi və inkişafı üçün sahibkarların potensialının gerçəkləşməsi üçün bu sahədə bir sıra dəyişikliklərin edilməsini qaçınılmazdır. Qanunvericilik sahədə bir sıra dəyişikliklər edilsə də, hələki, təkmilləşdirilmələr həyata keçirilməyib. Bir sıra sahələr var ki, daşınan əmlakın reyestri, özəl sahibkarlıq krediti bürosu kimi məsələlər üzrə qanunvericilik hələdə tam təkmilləşməyib.

Ümumilikdə KOS siyasəti vahid şəkildə reallaşdırılmalıdır, dövlətin dəstəyi ixrac və idxal bazarlarının dərinləndirilməsində hiss olunmalıdır, monitorinqlər üçün əsas müəyyən edilməli, dünya standartlarının təcrübələrinin daha çox tətbiqinə nail olunmalıdır və ölkəmizdə bu sahələrin inkişafına sahibkar və dövlət dəstəyi verilməlidir. Hal-hazırda həyata keçirilən bir sıra fəaliyyətlər bu sahədə atılan böyük addımların göstəriciləridir. Amma sahibkarlıqda innovasiya və beynəlmilləşməyə dəstək tədbirləri hələdə olduqca zəifdir. Bu sahədə fəaliyyətlər dərinləşməlidir. Gələcəyə dair məqsədli planlar, vahid yol strategiyaları yaradılmalıdır. **Ölkəmizdə bu sahədə siyasət yalnız telekommunikasiya və informasiya texnologiyaları sektorunda**

mövcuddür. Lakin bu siyasət zamanla bütün sahibkarlıq fəaliyyətlərinə tətbiq edilməlidir. Ölkəmizdə KOS-un inkişafı iqtisadiyyatımızın inkişafı və dünyaya inteqrasiyamız üçün olduqca ciddi məsələdir. Bu, hər bir vətəndaşdan tutmuş yüksək vəzifəli dövlət məmurlarına kimi hər kəsin maraq dairəsində ilk pillədə olması vacib olan bir məsələdir. Çünki Azərbaycan kimi yeni-yeni yüksəkliyə doğru irəliləyən ölkənin kiçik sahibkarlığının inkişafı olduqca vacibdir. Bütün iri firmaların mövcudluğu, təbii ki, hər bir ölkə üçün vacibdir. Lakin kiçik sahibkarlar bir ölkənin iqtisadiyyatının dəyişən nəbzini idarə edir. Mövcud bazar və iqtisadiyyat dəyişikliklərinə iri firmaların reaksiyası olduqca kəskin olur. Onlar ya rəqabətə dözə bilməyib iflas elan edirlər, yaxud da yüksəlişə keçirlər. İqtisadiyyatda enişlər qaçılmazdır. Ölkə təməlinə kiçik sahibkarların varlığının çoxluğu bu cür dəyişikliklərdə iqtisadiyyatın kəskin zədələnməsinin qarşısını alır. Düşünsək ki, kiçik sahibkarlar bu cür fəaliyyətlərə də az reaksiya verir və onların süqutu iqtisadiyyatda elədə köklü dəyişiklik yaratmır, eyni zamanda, bu firmaların yenidən bazara qayıtması da elədə çox vaxt almır. Sözüün əsl mənasında iqtisadiyyatı canlı tuturlar. O səbəbdən, istər inkişaf etmiş, istərsə də inkişafda olan ölkələr öz KOS-larına ciddi önəm verirlər. Onların fəaliyyətinin mexanikləşdirilməsi üçün bütün şərait istər dövlət, istərsə də özəl sektor tərəfindən həyata keçirilir. İşsizlik, bazarda fəaliyyəti iqtisadi canlandırma, daxili və xarici ixrac və başqa bu kimi bir sıra fəaliyyətlər həyata keçirərək daima bazarı aktiv saxlayırlar. Ümumilikdə, KOS fəaliyyətinə dəstək verilməsi və onlar üçün lazımı şəraitin yaradılması strateji əhəmiyyət kəsb edir.

“Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında” Qanun Azərbaycan Respublikasında sahibkarlığın prinsiplərini, sahibkarlıq fəaliyyəti subyektlərinin hüquqlarını və vəzifələrini, onun dövlət tərəfindən müdafiə və təqdir olunmasının forma və üsullarını, sahibkarların dövlət orqanları ilə qarşılıqlı münasibətlərini müəyyənləşdirir. Qanun mülkiyyətin bütün formalarının bərabərliyi prinsipinin həyata keçirilməsi, müstəqil olaraq fəaliyyət sahələri seçilməsi və iqtisadi qərarlar qəbul edilməsi əsasında iqtisadi təşəbbüsün və işgüzarlığın geniş təzahür etməsi üçün şərait yaradılmasına yönəldilmişdir.

Sahibkarlıq fəaliyyəti göstərmək üçün məcburi vəzifələr və öhdəlikləri yerinə yetirmək lazımdır. Sahibkar Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyinin tələblərinə əməl etmədiyi, öz öhdəliklərini icra etmədiyi və ya lazımi qaydada icra etmədiyi hallarda qanunvericiliyə uyğun olaraq mülk-hüquqi, inzibati və cinayət məsuliyyəti daşır.

Ölkəmizdə mövcud bir qanunvericiliyin olması ilə yanaşı, hər zaman dövrün və bazarın tələblərinə uyğun olaraq yeni fərmanlar, qanunlar və islahatlar həyata keçirilir. İqtisadiyyat davamlı inkişafda və yenilənmədə olan bir sahədir. Azad bazar şəraiti isə, heç bir zaman müəyyən çərçivədə qalmır; buna əsasən, bu yenilənməyə sahibkarlıq qanunvericiliyi və dövlət dəstəyi də uyğunlaşmalı, bunu izləməli və bu sahədə lazımi qərarları verməlidir. Bir sıra önəmli dövlət proqramları mövcuddur. Bu proqramların həyata keçirilməsi ilə bir sıra sahibkarlar üçün milli fond, agentliklər və mərkəzlər yaradılmalıdır. Bunlar paytaxtla birgə, bir sıra şəhər və rayonlarımızda da yaradılmaqda və sahibkarlara yön verməkdədir. Göründüyü kimi sahibkarlıq hüquqları gündən-günə hərtərəfli böyük dəyişikliklərə uğrayır və son zamanların ən yeni normativ bazasına sahibdir.

Hər fəaliyyət digərləri tərəfindən qiymətləndirilərək müəyyən bir dərəcəyə yerləşdirilir. Dünya ölkələri müasir rəqabət şəraitində həm təkmilləşmək, həm də dünya bazarında öz sözünü demək üçün mübarizə aparır. Hər biri il ərzində etdiyi islahatlar, bazar çevrilişləri, dünyaya atılmış gülcü iqtisadi addımlarla müəyyən forumlar və yığıncaqlar və siyahılar tərəfindən qiymətləndirilib müəyyən bir yerə sahib olur. Təbii, güclü hegemon ölkələrlə ölkəmizi müayisə edib qiymətləndirmək elə də düzgün olmaz. Lakin az bir zamanda ölkəmizin keçdiyi pillələri qiymətləndirməklə onun fəaliyyətini dəyərləndirmək olar. Ölkəmizin bir sıra global rəqabət siyahılarında bacarığının heçdə pis olmadığını görürük. Son on ildə dünya iqtisadi forumunda irəliləmə şkalası belə ölkəmizin sürətli iqtisadi inkişafının əsas göstəricisidir. Bu kimi bir sıra forum və siyahıları da əsas götürmək olar. İqtisadi forum dünyanın ən güclü iqtisadi göstəricilərinin siyahısıdır.

Vətəndaşlara dövlət xidmətlərinin göstərilməsi sahəsində effektivlik və şəffaflığın artırılması sahibkarlara verilmiş ən böyük dəstəklərdən biri sənədləşdirmə və hüquqi proseslərdə onlara rahatlıq və şəffaflığın təmin edilməsidir. Bu sahədə dövlətimiz, demək olar ki, bir çox güclü addımlar atmışdır, misal üçün, Vahid pəncərə, Asan xidmət, Elektron hökumət, Yaşıl dəhliz və s. Bunlar arasında dünya tərəfindən belə çox yüksək dəyərləndirilmiş Asan xidmət, həqiqətən də, istər sahibkarlıq, istərsə də adi vətəndaşların hüquqi işlərini çox asanlaşdırmışdır. Bundan əlavə, bir sıra prosedurların qısaltılması və sənəd və lisenziyaların sadələşdirilməsi sahibkarlığa marağı olduqca artırmışdır.

Keçmiş zamanlardan ipək yolunun üzərində yerləşən ölkəmiz bir sıra belə avantajlı layihələrdə özünü daima maraq mərkəzi edə bilmişdir. Günümüzdə də bir sıra iri layihələrə ev sahibliyi etməsi daima iş fəaliyyətinin davamlılığına şərait yaratmışdır. Ölkədə bir sıra iri layihələrin olması onları təmin edən kiçik sahələrin fəaliyyətinə səbəb olmuşdur, bu da hər zaman işsizlik, iqtisadi bazar və canlı iqtisadiyyat kimi məsələləri təmin edəcəkdir.

Xarici ticarət qaydalarının sadələşdirilmə və sahibkarlığa dövlət dəstəyi də bir çox sahibkarları həvəsləndirən əsas ünsürlərdəndir. Təbii ki, dövlət bütün səlahiyyətlərə sahibdir və sahibkarların önünü yalnız o açar. Xarici ticarətə inteqrasiya hal-hazırda ölkəmiz üçün olduqca önəmlidir. Bu, eyni zamanda, bir sıra beynəlxalq qapıları açır və ölkəmizin dünya bazarında tanınmasına səbəb olur. Ona görə də, sahibkarların xarici ticarətə çıxışı nə qədər asan olsa, bir o qədər sürətli axın olar və bu proseslərin hamısı özlüyündə dövlət dəstəyinin əsas göstəricisidir. Bu da sahibkarları motivasiya edir. Dövlət daima həvəsləndirici mövqe daşmalıdır və hətta bir sıra bağlı qapıların da açılma ümidi olmalıdır. Zamanla dövlət rəhbərimizin uğurlu siyasətinin nəticəsi olaraq görəcəyik ki, sahibkarlıq önündə heç bir demokratik əngəl qalmayıb.

Günümüzdə ölkəmizdə kiçik və orta sahibkarlığın mövcud vəziyyəti olduqca ürək açandır. Yeni-yeni öz sözünü regionda deməyə başlayan ölkəmiz olduqca yaxşı

göstəricilərə sahibdir. Hətta sürətlə bu sahədə irəliləyir. Lakin düzgün və realist bir dəyərləndirmə etsək, bir sıra çatışmayan cəhətləri də görürük. Ümumilikdə, hər bir sahədə özünü dəyərləndirmə və analiz etmə şərtidir. Sadəcə plyuslardan ibarət bir tablo ilə elədə çox irəliləmək mümkün deyil. Düzgün analiz etmə bacarığı hər zaman labüddür. Bu sahədə gəlin biraz da dünya standartları ilə müqayisədə ölkəmizdə bu sahədə olan bir sıra çatışmazlıqlara nəzər salaq və onları düzgün təhlil edərək çıxış yoluna doğru gedək.

İlkin olaraq, ən əsas problemlərdən biri hələdə dövlət və özəl sektor arasında əlaqələrin istənilən səviyyədə olmamasıdır. Hələdə bu iki sahə ayrı iki hissə kimi fəaliyyət göstərir, halbuki bunların birlikdə və məqsədli hərəkət etməsi şərtidir. Bu prosesin həyata keçməsi güclü bir inkişafa səbəb ola bilər. Bu iki sahə hələdə birbirindən uzaq və zidd tərəflər mövqeyindədir. Bir sıra məsələlərdə ortaq bir həll tapılsada, hələdə gözə batacaq dərəcədə çətinliklər yaranmaqdadır. Bu problemin həll edilməsi üçün, ilk olaraq, dövlət dəstəkləyici zəmində geniş layihələr həyata keçirərək orta və kiçik sahibkarları öz ətrafında toplamalıdır. Bunun üçün yuxarıda qeyd elədiyim bir sıra önəmli addımlar atılıb, düzdür. Onları da görməzdən gəlmək haqsız bir analiz olar. Lakin hələdə bir sıra manələr mövcuddur; istər dövlət quruluşunda, istər qanunda olan boşluqlarda, istərsədə məmurların özbaşınalıqları bir sıra çətinliklər yaradır. Bu səbəbdən, şəffaf fəaliyyət prosesinin yaradılması bu kimi bir sıra çətinliklərin də qarşısını ala bilər.

Bundan əlavə, problem sadəcə dövlət və sahibkarlar arasında deyil, hətta iri və kiçik sahibkarlar arasında belə əlaqə problemləri var ölkəmizdə. Ümumilikdə nəzər salsaq, elədə dəstəkləyici bir xarakterimiz yoxdur. Paylaşmaq hər zaman insana daha çox gəlir gətirər. Lakin bizim bazar iqtisadiyyatı hələ bu fikrə elədə açıq deyil. Onlar rəqabət bazarı anlayışının hələ rəqabət hissəsinə kökləniblər. Kiçik və iri sahibkarlar arasındakı bu problemin həllində dövlət və bir sıra sahibkarlıq cəmiyyətləri də böyük rol oynaya bilər. Onlar ümumilikdə eyni məqsədə qulluq edirlər və daxili bazarda güclərini birlikdə hərəkət etdirmək iqtisadiyyatı gücləndirə bilər. Bunun üçün isə

onlara ortaq marağ dairələri yaradılmalıdır. Birlikdə işləmə bacarığı təbii ki bir çox sahibkarlarda formalaşmayıb, lakin bu, böyük uğurlara səbəb ola bilər. Ölkədə bir sıra kiçik sahibkarlar bazara daxil olur və elədə çox fəaliyyət göstərə bilmir və bazardan çıxır. Bu zaman onların bazarda qalmasına dövlət qədər iri sahibkarlar da maraqlı olsalar, iqtisadi bazarda daima canlılıq hiss edilir. Rəqabət və fəaliyyət daima inkişafa səbəb olur. Sadəcə iri firmalardan ibarət bir bazar şəraiti o qədər də real deyil. Bazarda kiçik sahibkarlar daima var olacaq və onlar bazar fəaliyyətinin canlı qalması və yeni sahələrin inkişafı üçün əvəzsiz bir yaradılışdır.

Bəli, doğrudur ki, dövlət sahibkarlar üçün hər il günü-gündən şərtləri yüngülləşdirir, inkişaf üçün əsas problemləri, bürokrativ çətinlikləri aradan qaldırmağa çalışır; lakin bir problem var ki, bunun üçün bir sıra rəsmi sənədlər, sərəncamlar qəbul edilsədə, bunların həyata keçirilib-keçirilmədiyi monitoriqlər vasitəsilə yoxlanmır. Həqiqətən, bu fəaliyyətlərin yoxlanışları həyata keçsə, bir sıra problemlər ortadan qalxar. Bir sıra fəaliyyətlərin həyata keçirilməsi üçün start verilsədə, çoxu yarıda qalmışdır və bugünkü gündə bu, sahibkarlar üçün problemlər yaradır. Lakin bir sıra yoxlamalarla dövlət öz fəaliyyət qurumlarını, eləcə də sahibkarlara dəstək komitələrini daima nəzarətdə saxlasa, vəziyyət daha da təqdirəlayiq bir səviyyəyə çatar.

Hər bir ölkə təhsilə hər şeydən çox önəm verməlidir. Ən böyük sərvət, zənginlik təhsildir. Millətimizə edə biləcəyimiz ən böyük yaxşılıq ixtisaslı savadlı gənclərin hazırlanmasıdır. Dünya liderləri arasında ulu öndərimiz təhsilə çox önəm verən idarəçilər arasındadır. O, daima biz gənclərə bu sahədə öz öyüdlərini vermişdir. Günümüzdə ən çox problem yaşadığımız sahələrdən biridə iqtisadiyyatda yüksək ixtisaslı kadr çatışmazlığıdır. Hər hansı bir texnikanın ölkəyə gətirilməsindən daha vacibi hər hansı bir ixtisaslı kadrların ölkəyə müvəqqəti gətirilməsidir. Dünya ölkələrinə nəzər salsaq, görürük ki, inkişaf etmiş ölkələrin, demək olar ki, yüzdə 90-da təhsil yüksək səviyyədədir. Təbii özümüzü onlarla müqayisə etmək biraz həvəsqırıçı ola bilər, lakin ən azından onları özümüzə nümunə götürməliyik. Təhsilə önəm verilən bir ölkə mütləq bir uğura çatacaqdır. Günümüzdə istər iqtisadiyyatda, istərsə də başqa

sahələrdə ixtisaslı kadrlar yetişdirilməli, onların yüksək təhsili üçün xaricdən nümayəndələr cəlb edilməlidir. Bu zaman uğurdan bəhs etmək olar. Çünki sadəcə təhsil bizi parlaq uğura apara bilər. Hər sərvət tükənəndir, hətta tükənməz sərvətlər belə. Lakin elm daima alovlanmağa hazır bir qığılcımdır. Bu sahədə inkişafa nəinki dövlət, hətta sahibkarlar özləri də maraqlı olmalıdırlar. Öz ixtisaslarını dərinlən, kamil bir şəkildə bilməli və inkişaf etdirməlidirlər. Mövcud dövlət proqramları və bu sahəyə ayrılan imkanlardan yararlanmaq isə sahibkarlarımızın çiyinə düşən yüküdür. Bu sahəyə belə bir yön də verilsə, daha gözəl ola bilər: dövlət və özəl sektorlar ali təhsil və peşə məktəbləri ilə birgə fəaliyyət göstərə bilər. Bu zaman qarşılıqlı maraqlar bazar iqtisadiyyatında öz əksini tapar. Bu həm düzgün ixtisas yerləşdirilməsinə, həm də işsizliyin aradan qaldırılmasına kömək olar, üstəlik təhsil də marağın artmasına səbəb ola bilər. Ölkəmiz öz ixtisasına tam yiyələnməyən, hətta ixtisasını bitirdikdən sonra belə onları nə gözlədiyini dərd edən gənclərlə doludur. Yuxarıda irəli sürülmüş təklif hədəfini seçməyən gənclərimizə də bir istiqamət ola bilər. Qarşılıqlı maraqlar sahəsində hər iki tərəfin də tələbləri həyata keçər.

3. 2. Kiçik sahibkarlıqda İnnovasiya yönümlü iqtisadi inkişafın stimullaşdırılması

mexanizminin təkmilləşdirilməsi

Ölkəmizdə son dövrlərdə iqtisadiyyatın inkişafı və rəqabət qabiliyyətli mühitin yaradılması istiqamətində bir çox tədbirlər həyata keçirilmişdir. Qeyri-neft sektorunda çalışan sahibkarların dəstəklənməsi, bir sıra iqtisadi islahatların həyata keçirilməsi, güzəşt, stimullaşdırıcı fəaliyyətlərin həyata keçirilməsi bu sahədə canlanmaya səbəb olmuşdur. Bu fəaliyyətlərin nəticəsidir ki, son illərdə aparılmış düzgün siyasət nəticəsində özəl sektorun ÜDM-də payı 70 % üzərindədir. Lakin gəlirinin əsas hissəsini neft məhsullarının satışından həyata keçirən ölkəmiz üçün özəl sektorun inkişafı daha da yüksək dərəcəyə çatdırılmalı, öz növbəsində, gəlirlərdə neft sektorunun payını minimuma endirməliyik. Özəl sektorun, xüsusilə, KOS-un inkişafı bizi neft satışı asılılığından qurtara bilər və dünya bazarında digər xidmət və məhsullarımızlada fəaliyyət göstərə bilərik. Bu səbəbdən daha məqsədyönlü və planlı

tədbirlərin həyata keçirilməsi zəruridir. Biznes və investisiya mühitinin günümüzdəki vəziyyətinin daha da yaxşılaşdırılması əsas strateji hədəflərdən biridir. Bu hədəfi həyata keçirmək üçün biznes - investisiya mühitinin dəstəklənməli, eləcə də sahibkar və dövlət münasibətlərindəki maneələrə nəzər salınaraq daha da yaxşılaşdırılmalıdır. Qanunsuz müdaxilələrin və süni yaradılmış maneələrin aradan qaldırılmasına ciddi nəzarət edilməlidir. Bunun üçün inzibati qayda və proseslər biraz nizamlanmalı elektron və texniki xidmətlər bir çox sahələrdə tətbiq edilməlidir - bir çox proseslər elektronlaşdırılmalıdır. Uzun və lazımsız prosedurlar aradan qaldırılmalıdır. Ölkə inkişafının özəyini formalaşdıran sahibkarlar üçün bütün proseslərin həyata keçirilməsi sadələşdirilməli və sürətləndirilməlidir (ən azı ana bazanın formalaşacağı müddətədək). Süni maneələr və uzun prosedurlar xarici investorların da marağını azaldır, heç bir sahibkar belə bir dövrdə sənəd toplanması ilə öz vaxtını itirmək istəməz. Bu səbəbdən, bütün proseslər qısa bir zamanda elektronlaşdırılmalıdır. Bu cür bir mühitin yaradılması həm daxili sahibkarlara böyük motivasiya olar, həm də xarici investorların marağına səbəb ola bilər. Hal-hazırda mövcud bazarımızı həm də xarici standartlara cavab verə biləcək səviyyədə inkişaf etdirməliyik. Hədəflərimiz bizim üfuqimizin bir göstəricisidir. Hədəflərdən bəhs etmişkən qeyd edək ki, bu sahədə inkişaf planı bir sıra hədəflərdən ibarətdir. Bunları sıralayaraq hər birinə nəzər salaq.

- ***Dövlət dəstəyinin təmin edilməsi və əsas hərəkətverici qüvvəyə çevrilməsi.***

Ən böyük uğurlar daima birgə fəaliyyətin bəhrəsi olur. Əgər bu yolda yeni addımlar atılırsa, bu zaman dəstək qaçılmazdır. Ölkədə KOS sahəsində ixtisaslı kadrlar və ya bir sıra sahələrdə məlumatlı insanlar yoxdur demək, həqiqətən də, böyük haqsızlıq olardı. Sadəcə çətin olan təcrübəli və savadlı insanların bir yerə yığılmasıdır. Bu zaman, hər bir zaman olduğu kimi, dəstəkverici əsas qüvvə dövlət olmalıdır. Bu sahədə atıla biləcək əsas addımlardan biri də agentliklərin yaradılmasıdır. Bu agentliklərin müəyyən bir missiya və prinsipləri olacaqdır. Bu agentlik əsas qurumların kollektivi formasında nəzərdə tutulub. Burada özəl, dövlət, təhsil müəssisələri, bir sıra lazımi orqanların nümayəndələri olacaq və öz sahələrində lazımi

köməklikləri göstərəcəklər. Agentliyin fəaliyyəti müddətində komanda şəklində fəaliyyət göstəriləcək, müəyyən hədəflər qoyulacaq və ona gedən yollar müəyyən ediləcək. Lazımi monitorinqlər keçiriləcək və müəyyən edilmiş tarixlərdə hesabatlar veriləcək. Əldə edilən hədəflər müzakirə olunub təhlil ediləcək, uğursuz addımların səbəbləri aydınlaşdırılacaq və gələcək hədəflər gözdən keçiriləcək. Agentliyin fəaliyyəti, inkişaf xəritəsi kütləvi informasiya vasitələri, məktublar vasitəsi ilə lazımi qurumlara və şəxslərə ötürüləcək. Agentlik elektron portalda da xidmətlərini həyata keçirəcək. Daima xəbərlər, məlumatlar və yeniliklər sahibkarlara ötürüləcək.

KOS evlərinin də fəaliyyəti stimullaşdırıcı fəaliyyətlərin içərisindədir. Onların əsas məqsədi fəaliyyətlər və sahibkarlıq xidmətləri ilə məlumatları daha yaxşı bir yolla lazımi mənbələrə çatdırmaqdır. Burada sahibkarlara bir çox xidmətlər göstəriləcək. Vahid pəncərə prinsipi bir çox sahələrdə dövlət qurumlarından asılı fəaliyyətləri asanlaşdırıb. Bu sahədə də bu cür fəaliyyətin həyata keçirilməsi sahibkarlığın inkişafında əvəzsiz rol oynayır. Əsas ideya sahibkarlığa xidmət edən bütün xətlərin bir nöqtədə birləşdirilməsidir. Bir növ ASAN xidmət kimi bir layihə nəzərdə tutulub. Burada məsləhət xidmətləri, təlim mərkəzi, bir sıra fondlar, beynəlxalq təşkilatların şöbələri, bundan əlavə, onlayn bir platforma yaradılacaq. Gərəkli ərizələr, xidmətlər və köçürmələr bu yolla həll ediləcək. Bir çox inkişaf etmiş ölkələrdə bu fikir həyata keçirilmiş və istənilən nəticələr əldə edilmişdir. Ölkəmiz də o ölkələri əsas götürərək bu layihəni həyata keçirməyi düşünür. Fəaliyyət obyektinin dünya standartlarına yaxın olması sahibkarlar üçün böyük stimül mənbəyi ola bilər. Burada təlim mərkəzləri də fəaliyyət göstərəcək. Bazar iqtisadiyyatı daima yenilənən bir sahədir və bir iqtisadçı daima dünya yeniliklərini izləməli, təhlil aparmalı və buna uyğun hərəkət etməlidir. Dünya iqtisadiyyatı böyük bir zəncirlə bir birinə bağlıdır; nə qədər hərə öz sərhədlərində özü üçün yaşasa da, bir ölkə iqtisadiyyatında olan bir dəyişiklik bütün dünya bazarını və ya bir sahənin şərtlərini dəyişdirə bilər. Bu səbəbdən, daima məlumatlı olmaq olduqca gərəklidir.

Biznes məsləhət xidmətləri də bu sistemin bir parçası olacaq. Burada sahibkarlar üçün ilkin bazar araşdırması, biznes plan, hüquq sahəsində məsləhətlər, maliyyə və

mühasibatlıq xidmətləri və s. veriləcəkdir. Burada sahibkar günləri, seminarlar, müxtəlif dəyirmi masa söhbətləri təşkil ediləcəkdir. Bu da sahibkarlarla dövlət qurumları nümayəndələrinin, müxtəlif ölçülü sahibkarların və bütünlükdə rəqabət bazarında zəncirvari, bir-biri ilə əlaqədar olan bütün qurumların nümayəndələrinin bir-biri ilə vahid bir məkanda birləşməsinə və əlaqədə olmasına şərait yaradacaqdır. Təbii ki, bu, bir sıra əlaqələrin güclənməsinə və həmçinin bir sıra problemlərin aradan qalxmasına səbəb olacaqdır. Hal-hazırda bazarda olan bir sıra problemlərin həllini özündə əks etdirən bu agentlik öz fəaliyyəti ilə nəinki sadaladığım fəaliyyətləri həyata keçirəcək, həm də ölkə iqtisadiyyatında müxtəlif yönlü sahələrin birləşdiyi bir körpü rolunu oynayacaqdır.

- ***Qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi və tətbiqinə nəzarət edilməsi.***

Mükəmməl qanunvericilik arzu ediləndir, lakin bunu yaratmaq uzun illər, böyük təcrübə və bir sıra düzəlişlər tələb edir. Bizim o sahədə üstünlüyümüz var ki, müəyyən bir bazaya sahibik və bu da olduqca böyük əhəmiyyət kəsb edir. Təbii ki, hər bir ölkənin əsas məqsədi qanunvericiliyinin mükəmməl olmasıdır. Çünki ölkənin hər bir sahədə fəaliyyət göstərən qurumlarının inkişafında, həmçinin ölkənin özünün addımlamasında əsas dəstəkləyici qüvvə qanunvericilikdir. Sahibkarlığın inkişafı ölkəmizdə dövlətin iqtisadi siyasətinin əsas tərkib hissəsidir. Son dövrlərdə qanunvericilik bazasının, dövlət-sahibkar münasibətlərinin inkişafı istiqamətində dövlət tərəfindən əsaslı tədbirlər həyata keçirilmişdir. Qanunvericiliyimiz təkmilləşməsinin əsas göstəricisi qəbul edilən qərarların tətbiqdə fəaliyyətinin təhlil edilməsidir. Qanunlar müəyyən baza və normativlər əsasında həyata keçirilir, lakin bu, o demək deyil ki, hər qanun arzu edilən nəticəni verir. Bəzən bir sıra qanunlar dəyişən şərtlərdə kömək etmək əvəzinə daha çox zədələyici xarakter daşıyır. Bu səbəbdən, qanunvericilikdə ən düzgün və stimullaşdırıcı fəaliyyətlərdən biri verilən qanunların tətbiqinin izlənməsi və təhlilidir. Bu zaman çətinliklərin hansı istiqamətdə olduğu düzgün müəyyən edilir və daha tez həll edilə bilər. Təcrübədə həmişə şərtlər dəyişə bilər. Bu sistem neqativ halları minimuma endirir və bir istiqamətli qərarların verilməsinin qarşısını alır; bir növ bunu qanunların təcrübədən sonrakı təhlili kimi də

qiymələndirmək olar. Birbaşa qərar qəbulunun qarşısını alan bu sistem sayəsində mükəmməl bir qanunvericilik yaratmaq mümkün ola bilər. Çünki bu zaman yaranan problemlər daha təkmilləşmiş və daxili bazara uyğun bir normativ akt yaradır və bu daha dolğun nəticə verir. Dünya təcrübəsində tətbiq edilən və uğurlu olan bir qanunun mütləq bizim bazarda da eyni effektdə nail olması o qədər də vacib deyil və yaxud da əksinə. Hər bir ölkənin öz bazar şərtləri var və bu, daima fərqli nəticələr verə bilər. Bu səbəbdən də, qanunların tətbiqindən sonra izlənməsi və təhlili olduqca lazımlı bir fəaliyyətdir. Bunun nəticəsi olaraq artıq biznes üzvləri, sahibkarlar qanunlardan bir normativ kimi çəkinməyəcək, hətta öz fəaliyyətləri ilə onların dəyişməsinə yön verə biləcəklər. Bununla yanaşı, müəyyən qanunlar qəbul edilməmişdən əvvəl, ona ictimaiyyətə təklif edilməli müəyyən rəylər alınmalıdır. Qəbul ediləcək istənilən qanun dünyavə daxili bazara ayaq uydurmalı və inteqrasiya etməlidir. Əks halda tətbiqi olduqca çətinidir.

- ***Dövlət və özəl sektor əlaqələrinin yaradılması.***

Dünya təcrübəsində infrastruktur layihələrinin maliyyələşdirilməsini özəl sektor öz üzərinə götürür. Demək olar ki, bütün inkişaf etmiş ölkələrdə bu cür layihələr özəl sektor tərəfindən maliyyələşdirilir. Dövlət bu cür iri maliyyə tələb edən işlərini çox zaman özü maliyyələşdirə bilmir. Bu zaman iri sahibkarlar bu layihələri təhvil alır, həyata keçirərək böyük bir investisiya qoyur və bu proyektə həyata keçirdikdən sonra onun fəaliyyətini təmin edərək öz qoyduğu investisiyanı zamanla geri alaraq dövlətə təhvil verir. Bu cür fəaliyyət özəl və dövlət tərəfdaşlığı adlanır. Bu cür fəaliyyətin bir çox üstün cəhətləri var. İlk olaraq, hər iki tərəfin maraqları ödənilir. Azərbaycanda bu cür əməkdaşlıq elədə inkişaf etməmişdir, lakin iqtisadi islahatların səmərəliliyini artırmaq üçün bu əməkdaşlığın qurulması zəruridir. İlk olaraq belə bir tərəfdaşlıq tikinti sahəsində yaradılmışdır. “Tik-idarə et-təhvil ver” adlandırılan bir model yaradıldı. Burada da ana fikir obyektlərin özəl sektor tərəfindən tikilməsi, daha sonra öz vəsaitlərini əldə edənə qədər onların idarə edilməsi sonra isə dövlətə təhvil verilməsindən ibarətdir. Bu fəaliyyətin bir başqa müsbət cəhəti isə kiçik və orta sahibkarların bu cür layihələrə daxil edilməsi ilə onların fəaliyyət sferasını

genişləndirmək, müxtəlif ölçülü sahibkarlara da fəaliyyət şəraiti yaratmaq və təbii ki, işsizlik dərəcəsini azaltmaqdır. Ümumilikdə özəl və dövlət sektoru istənilən layihədə daima birgə fəaliyyətə yönümlü olmalıdır. Bu həm də dövlətin yükünün azalmasına və daha çox islahat prosesləri ilə maraqlanmasına səbəb olur. Bunu bir vəzifə bölgüsü kimi də düşünmək olar. Özəl sektor dövlət sektorunu əngəlləyici bir bürokrat sistem kimi yox, dəstəkləyici bir qurum kimi tanınmalıdır. Düzü, ölkəmizdə aparılan iqtisadi siyasət tamamilən bu şəraitin yaradılmasına çalışır. Zamanla bu sahədə hüquqi bazanın daha da inkişaf etdirilməsi sayəsində özəl-dövlət əməkdaşlıqları arzu edilən səviyyəyə çatacaqdır.

- ***Rəqabət bazarının formalaşdırılması və əks təsirlərin qarşısının alınması.***

Dünya iqtisadiyyatında illərlə bir sıra bazar formaları mövcud olmuşdur. Günümüzdə qədər ən ideala yaxın bazar forması rəqabət bazarıdır. Bu bazar formasında qiymət tələb və təklif əsasında özünü tənzimləyir. Qiymət bazardakı alıcı və satıcı maraqları əsasında formalaşır. Bəzən isə buna kənardan süni müdaxilələr olur, misal üçün, bazarda bir əmtəə üzrə bir satıcının mövcud olmağı kimi. Bu zaman monopoliya yaranır. Günümüzdə rəqabət mühitinin təmin edilməsində böyük yük dövlətin üzərinə düşür. Ümumilikdə bazar formasının mövcud olmasında dövlətdə olduqca maraqlıdır. Rəqabət istər-istəməz özü ilə daima innovasiya, inkişaf və təkamül gətirir. Eyni zamanda, alıcı üçün maksimum xidmət və minimum qiymət mühiti yaradır. Hansı istiqamətdən baxsaq, iqtisadiyyatda inkişafa səbəb olur. Dövlət də bu sahədə nəzarəti daima əsas maraq dairəsində saxlamalıdır. İstənilən vaxt istənilən sahibkar bazara rahat daxil ola və yaxud bazardan çıxıb bilməlidir, hər bir məhsulun bazara girişinə şərait yaradılmalıdır. Hətta bazarda sahibkarların sayının artırılması üçün belə lazımi yardımlar həyata keçirilməlidir, istər qurumsal, istərsə də maliyyə yardımları. Sağlam rəqabət daima aşağı qiymət, yüksək keyfiyyəti gətirəcəkdir. Bu səbəbdən, anti-inhisar qurumlarının yaradılması və bu qurumların fəaliyyətinin təhlil edilməsi sayəsində bu sferada olan problemlər aydınlaşdırıla bilər. Qurumların təhlili nəticəsində bazarda olan, lakin gözdən qaçan problemlər belə ortaya çıxıb bilər. Hal-hazırda bizim ölkə olaraq tək məqsədimiz ixrac yönümlü fəaliyyətə keçməkdən

ibarətdir. Ölkədə idxal yükünün azalması yetərinə vacib bir məsələdir. Bu səbəbdən, bazarda rəqabət şəraiti qiymətlərin enməsinə, burada öz növbəsində istehsala yönələcək. Rəqabət daima özü ilə inkişaf gətirir. Bu səbəbdən isə kiçik və orta sahibkarlara daima bu sahədə yardımların edilməsi olduqca vacibdir. Ancaq bu halda yerli xidmət və məhsulların yaradılmasına maraqla bələd olmalıdır.

- ***Rəsmi prosedurların azaldılması və elektronlaşma.***

Digər stimullaşdırma mənbələrindən biri də yoxlamaların sayının azaldılması, sahibkarların hüquqlarının qorunması, lisenziya və digər rəsmi sənədlərin əldə edilməsinin asanlaşdırılmasıdır. Ümumiyyətlə, hüquqi proseslər sahibkarların fəaliyyətinə bir çox maneələr yaradır. İlk olaraq, dövlət orqanlarının yoxlamaları. Bu, sahibkarların fəaliyyətinə böyük maneələr yaradırdı. Yeni yaranmış və yaxud da inkişaf mərhələsində olan bir firma hüquqi proseslərə o qədər vaxt ayırırdı ki, öz işi ilə maraqlanmağı ikinci plana keçirdi. Lakin prezidentimizin verdiyi qərarla yoxlamalar dayandırıldı və bu hətta çox qısa bir müddətdə belə öz təsirini göstərdi. Bu kimi bir sıra fəaliyyətlər həyata keçirilməlidir. Yoxlayıcı orqanlarla sahibkarlar arasında olan münasibətlər bir polis-qatil münasibəti olmamalıdır. Yoxlama aparan orqanların daha çox məsləhət yönümlü olması sahibkarlar üçün olduqca böyük dəstək ola bilər. Bundan əlavə, rəsmiləşdirmə zamanı lisenziyaların əldə edilməsi də artıq asanlaşdırılıb. Lakin bu proses daha da təkmilləşməli və daha operativ bir səviyyəyə çatmalıdır. Dünya təcrübəsində bu cür fəaliyyətlər sahibkarların çox az bir zamanını alır. Ölkəmiz də bu standartlara cavab verməlidir. Vergi orqanları tərəfindən də kiçik və orta sahibkarlara bir sıra kömək fəaliyyəti həyata keçirilir, lakin bu daha da təkmilləşməlidir. Bütünlükdə bu proseslərin həyata keçirilməsi ölkədə nəinki yerli sahibkarların fəaliyyətinin asanlaşmasına, hətta xarici sahibkarların investisiya axınına səbəb ola bilər. Azərbaycan investisiya imkanları bol olan bir ölkədir. Bir çox xarici sahibkarlara bu bürokratik əngəllər mane olur. Bundan əlavə, bütün bu fəaliyyətlər, ümumiyyətlə, ölkəmizdə çox dağınıq fəaliyyət göstərir. Bütün bu qurumlar ayrı-ayrılıqda fəaliyyət göstərir və bir məhsulu ortaya çıxarmaq üçün lazım olan hər şey çox dağınıq formada. Bir çox ölkələrdə sahibkarlar üçün xüsusi

zonalar yaradılır ki, burada lazımi sənədlərin əldə edilməsi, bankların və maliyyə dəstəyi həyata keçirən digər qurumların kiçik şöbələri, məsləhət və dəstək mərkəzləri mövcuddur. Bundan əlavə, bu ərazilərdə davamlı tədbirlər, konfranslar və dəyirmi masa söhbətləri təşkil edilir. Bu cür aktivitələr sahibkarların münasibətlərinin yaranmasına və dərinləşməsinə səbəb ola bilər. Ümumiyyətlə, dövlət və eləcə də lazımi assosiasiyalar bacardıqları qədər çox sahibkarların birgə fəaliyyətinə nail olmalıdırlar. Bu zaman onların mövcud problemlərini anlamaq və həll edə bilirlər. Bu cür zonalarda həm də işçi və xidmət büroları da fəaliyyət göstərir ki, bu da sahibkarlara çox kömək olur. Hər hansı bir xidmət və ya işçiyə ehtiyac duyulduğunda sahibkarlar buraya müraciət edərək daha tez bir zamanda istəklərini qarşılaya bilərlər. Bu həm də digər tərəfdən işsizlik və xidmət sahəsinin inkişafına da böyük kömək olur. Birgə fəaliyyət zəncirvari şəkildə canlanmaya səbəb olur. Bu birgə zonalarda əlverişli biznes mühitinin yaradılmasından əlavə olaraq, sahibkarlar arasında əlaqələrin qurulması, böhran vəziyyətində birgə fəaliyyət üçün mühitin yaradılması, onların fəaliyyətinin asanlaşdırılması, dövlətlə sahibkarlar arasında əlaqələrin gücləndirilməsi üçün biznes assosiasiyaları, işəgötürən təşkilatlar və müxtəlif qurumlar mövcuddur. Onların əsas iş prinsipi bürokratik əngəlləri ortaya çıxarmaq, bazarda mövcud maneələri təhlil etmək, sahibkarların və yaxud hər hansı bir biznes subyektinin problemlərini dövlət orqanlarına çatdırmaqdan ibarətdir. Güclü bir iqtisadiyyat özəl sektorla dövlət arasında sıx bir əlaqədən yaranır. Əgər bu subyektlərin informasiya əlaqəsində bir problem yoxdursa və şəffaf bir münasibət yaranıbsa, bu, o deməkdir ki, özəl sektor istənilən bir məsələdə dövlət dəstəyini arxasında hiss edəcək, eynilə dövlət istədiyi zaman özəl sektora güvənərək hər hansı bir siyasi-iqtisadi addım atmağa biləcək. Təbii, belə bir mühitin yaradılması illər tələb edir, amma hər şey sağlam toxumlardan başlayır. Ölkəmizin də belə bir addıma ehtiyacı var. Bu inkişafda olan özəl sektora mükəmməl bir dəstək olar. Düzü, bu sahədə ölkə liderimiz bir sıra əmin addımlar atıb. Görünən odur ki, hal-hazırdakı inkişafın səbəbi də dövlət gücünü arxasında hiss edən sahibkarların fəaliyyətidir.

- *Maliyyə imkanlarının səmərəli paylanılmasının təmin edilməsi və müflisləşmə prosesinin həlli.*

Maliyyə vasitələri iqtisadiyyatın var olma səbəbidir. Heç bir sahibkarlıq fəaliyyətinə maliyyə dəstəyi olmadan başlamaq olmaz. Hələki bazara yeni daxil olmuşunuzsa, pul hər şey deməkdir. Bəzən bir sıra sahibkarlıq fəaliyyətlərinin sadəcə biznes plan formasında qalmasının əsas səbəbi də maliyyə mənbələrinin tapılmasının çox çətin olmasıdır. Onuda qeyd etmək istəyirəm ki, bu cür mənbələrin tapılması imkansızdır demək bir balaca insafsızlıq olardı. Ölkədə bir sıra investisiya ayıran mənbələr, qurumlar və banklar mövcuddur. Məsələn, Azərbaycan Respublikasının Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu, Azərbaycan İnvestisiya Şirkəti, Azərbaycanda İxracın və İnvestisiyaların Təşviqi Fondu, Azərbaycan Respublikasının Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi yanında Kənd Təsərrüfatı Layihələri və Kreditlərinin İdarə Edilməsi üzrə Dövlət Xidməti və s. Bu qurumların əsas fəaliyyəti öz maraqları daxilində fəaliyyət göstərən sahibkarlara dəstək olmaq və onlara inkişafyönümlü istiqamət verməkdən ibarətdir. Lakin əsas problem ondan ibarətdir ki, adını qeyd etdiyimiz bir çox qurumlarda kreditlər, investisiyalar ayrılırsa, bunların bölgüsü düzgün həyata keçirilmir. Bu səbəbdən, ayrılmış pullar düzgün istiqamətləndirilmir. Buda yeni fəaliyyətə başlamaq istəyən bir çox sahibkarlara maneə yaradır. Daxili maliyyə mənbələri olan digər bir vasitə banklardır. Banklara dövlət tərəfindən qoyulmuş müəyyən faiz limitləri mövcuddur və əslində, dövlət banklarının sahibkarlara dəstək yönümlü olması arzusundadır. Lakin banklarda məsələ eyni deyil; risk profilinin yüksək olması, verilən kreditlərin qaytarılma potensialının aşağı olması, iflas etmə ehtimalının yüksək olması səbəbinə görə artıq banklar da bu mövzuda elə də maraqlı deyil. Təminat göstəricilərinin çox yuxarı olması bu işi daha da imkansız edir. Daxili maliyyə vəsaitlərinin azlığı sahibkarları xarici investitorlara yönəldir. Lakin bu məsələ də o qədər asan deyil. Ölkədə olan bir sıra hüquqi məsələlər, məlumatların azlığı, texnologiya və ixtisaslı kadr azlığı xarici investitorlarda da bura yönəlməyə maraq yaratmır. Sahibkarlar bu sahədə də böyük çətinlik yaşayır. Burada başlıca atılmalı olan addımlar maliyyə resurslarının bölgüsü ilə məşğul olan

qurumlara nəzarətin gücləndirilməsidir. Həqiqətən, gələcək göstəriciləri olan layihələrə vəsaitlər ayrılmalıdır. Hər hansı bir kənar müdaxilə ilə lazımsız işlərə milyonlarla pul ayrılmamalıdır. İqtisadiyyatımız bizim gələcəyimizdir. Bizə əmanət edilən bu sərvəti gələcək nəsə sağlam bir şəkildə təhvil verməyə borcluyuq. Bu səbəbdən, istər verilən kreditlər, istərsə də ayrılan investisiya yatırımları həqiqətən araşdırılmalı və layiqli layihələrə pul ayrılmalıdır. Bu zaman hər bir sahibkar dəyərli işlərin görülməsinə inanaraq daha da əzmlə fəaliyyət göstərir. Əks halda inkişafdan bəhs etmək qeyri-mümkündür.

Qeyd etdiyimiz kimi, müflisləşmə prosesinə qarşı da ciddi yanaşılmaması, həqiqətən, böyük problemlərin mənbəyidir. Məsələn, bankların kredit verməməsinin başlıca səbəblərindən biri firmaların müflisləşmə riskidir. Məsələni kiçik şəkildə təhlil edib banklar tərəfdən bir yanaşma edək və təhlil edək. Çünki bir problemi həll etmək istəyiriksə, ilk öncə onun kökündə olan ana problemləri təhlil etməliyik. Bəli, müflisləşmə. Hər hansı bir sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan firmalar külli miqdarda müəyyən əsaslarla kredit götürür. İstər dəyişən bazar şərtləri, istər infilyasiya, istərsə də istehlakçı marağının azalması nəticəsində firma borclarını ödəyə bilmir və ən son çarə iflasa gedir. Məhkəmə prosesi olur və ödəyə bilməməsi sübut edilir. Nə bir inkişaf, nə bir sahə, nə də bir maliyyə ortada mövcud olmur. Təbii, bu o qədərdə yaxşı bir mənzərə deyil. Halbuki ilk olaraq, bu cür firmalarla iflasa qədərki dövrdə maraqlanmalı, iflasa aparan səbəblər təhlil edilməli və qarşısı alınmağa çalışılmalıdır. Daha sonra əgər bu mümkün deyilsə, başqa bir sahəyə yönəldilməyə çalışılmalıdır və deyək ki, heç bir halda qarşısı alınmırsa, ən azı müəyyən bir dövr sonra belə bazara daxil edilməsinə ikinci bir fürsət yaradılmalıdır. Ümumiyyətlə, bu sahədə qanun bazamız olduqca zəifdir. İlk öncə, bu hissədən başlamaq lazımdır, daha sonra sırf bu məsələlərlə məşğul olan təşkilatlar yaradılmalıdır. Məsələlər təhlil edilməli və həlli yolları tapılmalıdır. Bu cür yanaşma şəkli təşkil edilsə, bu, özlüyündə bir sıra məsələləri həll edəcək. Əgər bu cür fəaliyyət bir sıra ölmüş maliyyə vəsaitlərini yenidən iqtisadiyyata geri qaytara biləcəksə, bu, bank sektorunun da gözündə sahibkar fəaliyyətinə inam yaradacaqdır. Buda bu sahəyə ayrılmış

kreditlərin sayını artıracaqdır. Kredit zəmanət fondlarının yaradılması da bu sahə üçün olduqca uğurlu bir addım olar. Verilən kreditlərin daha müdafiəli hərəkətinə səbəb olar. Maliyyə risklərinin azalmasına səbəb ola bilər. Bundan əlavə, sahibkarların da maliyyə sahəsində biliklərinin artırılması pulun düzgün idarəsinə səbəb ola bilər. Yerli və xarici məsləhətçilər, idarəçilərin həyata keçirdiyi bir sıra konfranslar təşkil edilməlidir. Təbii, sahibkarların mövcud problemləri, üzləşdikləri çətinliklər araşdırılaraq ortaq məxrəc ifadə edən tədbirlər həyata keçirilməlidir.

- ***Xarici bazara çıxış imkanlarının yaradılması və beynəlmiləşmə.***

Digər bir stimullaşdırıcı əsas isə xarici bazara çıxış imkanlarının və beynəlmiləşmənin artırılması ola bilər. Bunu həyata keçirmək üçün, beynəlxalq tələblərə uyğunlaşmaq üçün dəstək göstərilməli, xarici investisiyaların cəlbi təşkil edilməli, sektorlar üzrə assosiasiyalar yaradılmalı və s. kimi sırf xarici əlaqələrlə bağlı məsələlər inkişaf etdirilməlidir. İlk əsas vəzifə beynəlxalq standartların yüksəldilməsidir. Bir ölkənin dünya bazarına inteqrasiya etməsi üçün ilkin şərt standartlarının rəqabət bazarına uyğun olmasıdır. Əks halda, onun bazarda davamlı qalması imkansızdır. Bu sahədə dövlət dəstəyi olduqca vacibdir. Bu cür məsələlər sadəcə sahibkar fəaliyyəti ilə həyata keçirilə bilməz. Dövlət bu sahədə iqtisadiyyatının inkişafı üçün bir sıra maraqlı ölkələrlə əməkdaşlıq həyata keçirməlidir. İqtisadi güclərin birləşməsi və qarşılıqlı maraqların toqquşması nəticəsində iqtisadiyyatın inkişafı həyata keçirilir. Ölkəmiz bu sahədə bir sıra iri addımlar atıb. Daima ölkələrlə iqtisadi, siyasi əlaqələrə girərək qarşılıqlı əlaqədə olur. Bundan əlavə, texnologiyaların istehsal gücü dünya standartlarına uyğunlaşdırılmalıdır. Dünya bazarı elə bir gücə sahibdir ki, orada daima yeniliklərə ayaq uydurmaq lazımdır. Bu səbəbdən, maraqlara cavab vermək üçün sənaye fəaliyyətinə ən son texnologiya və biliklərin tətbiqi labüddür. Bu zaman məhsullara dünya bazarında gərəklilik şərti yaranır və digər ölkələrlə əlaqəyə keçmək üçün səbəb yaranır. Bu fəaliyyətlərin tədbirli bir şəkildə həyata keçirilməsi üçün isə əsas olaraq assosiasiyalar yaradılmalıdır. Qurumsal fəaliyyət nəticəsində bir sıra sahələrin xarici bazarda qalma gücü müəyyən edilə bilər. O sahələr seçilərək, daha çox dəstəklənərək

dünya bazarına çıxışı həyata keçirilə bilər. Əsas məqsəd “Made in Azərbaycan” adı altında məhsulların dünya bazarına çıxma bilməsidir. Bu günümüzdə dünya bazarında ölkə istehsalı gücünün brendləşməsi böyül bir iqtisadi, siyasi əmək istəyir. Müəyyən bir sahə üzrə ixtisaslaşa bilərək dünya bazarında brend halına çevrilmək ölkəmiz üçün əvəzsiz ola bilər. Bu fəaliyyətin həyata keçirilməsi üçün ilk öncə iqtisadiyyat daxildən gücləndirilməlidir, daha sonra məhsul çıxması potensiala çadırılaraq dünya bazarına çıxmalıdır. Hal-hazırda həyata keçirilən bütün fəaliyyətlər ölkəmizin “Made in Azərbaycan” adı altında dünya bazarına məhsul çıxara bilməsinə yönəlmişdir.

- ***Sahibkarların təhsil səviyyəsinin artırılması, dünya standartlarına uyğun təcrübələrin tətbiqi və qadın fəaliyyətinin artırılması.***

Hər bir sahənin inkişafının kökündə təhsil var. İqtisadiyyat daima yeniliklərə uyğunlaşdırılmalıdır, inkişaf üçün vacibdir. Son illərdə ölkəmizin də ən vacib maraqlarından biri biznes sahəsində fəaliyyət göstərən sahibkarların marifləndirilməsi, daima yeniliklərdən xəbərdər olması və iş mühitində də tətbiq etmələridir. Ölkəmizdə fəaliyyət göstərən Biznes Tədris Mərkəzinin fəaliyyətinin əsasını daima dünyada və biznesdə baş yerən ən yeni məlumatların sahibkarlara, biznes nümayəndələrinə ötürülməsi təşkil edir. Burada daima iclaslar, konfranslar, dəyirmi masa söhbətləri təşkil edilir. Həm sahibkarlar məlumatlandırılır, həm yeni proseslər üzərinə fikir mübadiləsi edilir, həm də bu yeniliklərin ölkəmizdəki bazar iqtisadiyyatına necə tətbiq ediləcəyi müzakirə edilir. Bundan əlavə, biznes inkubatorları və startap layihələri də bu sahədə atılacaq böyük stimullaşdırıcı addımlardan sayılır. Ümumiyyətlə, ölkədə sahibkarlığa maraq olduqca azdır. Bu cür layihələrin həyata keçirilməsi insanları kiçik sahibkarlıqla məşğul olmağa vadar edə bilər. Günümüzdə fəaliyyət göstərən, bir sıra ölkələrin iqtisadiyyatında güclü payı ola firmaların çoxu ilk öncə kiçik bir layihə olub. Ümumiyyətlə, biznes fəaliyyətlərinin çoxu kiçik bir qığılıcım olaraq yaranır, daha sonra bazarda güclü mübarizə apararaq önəmli bir yerə sahib olur. Startap layihələri ölkədə kiçik sahibkarlıqda fəaliyyət prosesini daha da canlı saxlayır. Sahibkarların maarifləndirilməsi üçün daima xaricdən ixtisaslı kadrların ölkəyə dəvəti və çoxsaylı konfransların keçirilməsi də

yeniliklərin ölkə bazarına tətbiqini olduqca sürətlədirə bilər. İşin gedişatı yönündə yeni fəaliyyətlərin öyrədilməsi idarəetmə şəklinin də inkişafına səbəb olacaqdır. Geniş bir layihə olaraq kiçik və orta sahibkarlıqda fəaliyyət göstərən firmalar təhlil edilərək onların maarifləndirmə sahəsində olan çatışmazlıqları müəyyən edilməlidir. Daha sonra planlı şəkildə maarifləndirmə prosesi həyata keçirilməlidir. Planlı bir şəkildə tədbirlər, konfranslar, dərslər müəyyən edilməli və buraya sahibkarların cəlbə həyata keçirilməlidir. Burada qarşılıqlı maraqlar təmin edilməlidir. Ölkədə bu sahədə maraqlı tərəfdir, çünki bütün fəaliyyətində əsas məqsəd dünya bazarına məhsul çıxardabilmə gücünə sahib olmaqdır, sahibkarların marağı isə təkmilləşmək, bazarda rəqabətdə önə çıxma bilmək və ən önəmlisi mənfəətdir. İxtisaslı kadrların cəlbə də olduqca vacibdir. Ümumiyyətlə, gələcək dövrlərdə təhsil müəssisələri, peşə məktəbləri ilə özəl və dövlət müəssisələri daima əlaqədə olmalıdır. Onlar gələcək bazar iqtisadiyyatının gedəcəyi istiqaməti müəyyən edərək daha çox hansı istiqamətdə ixtisaslı karda ehtiyac olacağını müəyyən təhlillərlə ortaya çıxarmalıdır. Bu istiqamətdə tələbələrin yetişdirilməsi hər iki tərəfin marağına uyğundur. Ən əsası isə ondan ibarətdir ki, ən böyük iqtisadi problem olan işsizliyin qarşısının alınmasına səbəb ola bilər. Ən azı lazım olacaq ixtisaslar üzrə ixtisaslı kadrların yetişdirilməsi gələcəyə doğru atılmış güclü addımlardan olar. Sahibkarlar elə bir sahənin içindədirlər ki, onlar daima öyrənməyə məhkumdurlar. Yenilik və təkmilləşmə iqtisadiyyatın bir parçasıdır. Güclü bir sahibkar olmaq istəyirsinizsə, daima özünüzü təkmilləşdirməlisiniz. Bu səbəbdən, hətta dövlət ölkə xaricində də təkmilləşdirmə və ixtisasartırma üçün əlindən gələ biləcək bütün imkanları yaratmalıdır. İstər xarici nümayəndələrin ölkəyə dəvəti, istərsə də bizim nümayəndələrin orada təhsilinin həyata keçməsi üçün dövlət dəstəyi əvəzsiz olardı.

Ümumiyyətlə, bir sahədə inkişaf orada fəaliyyət göstərən şəxslərin düşüncə tərzindən də asılıdır. İnkişaf ilk olaraq fikirlərdə başlayır. Daima inkişafa açıq fikirli olmaq olduqca böyük uğurlar gətirə bilər. Hətta böyük risklər də yeniliklərin bir parçasıdır. Bir sahəyə maraqlı orada fəaliyyət göstərən şəxslərin bazarda qalma dərəcəsiindən aydın görsənir. Bu sahəyə maraqlı yaratmaq üçün ona olan önəmin artırılması vacibdir.

İnsanlara bu sahənin önəmi aşılmalıdır. Ancaq bu yolla sahibkarlığa maraqla artırılmalıdır. Azərbaycan digər ölkələrlə müqayisədə sahibkarlığın inkişafı üçün daha yüksək potensiala sahibdir. Digər ölkələrə nisbətən ölkəmizdə əhalinin sahibkarlıq fəaliyyəti üç dəfə azdır. Bir sıra sahələrdə demək olar ki, sahibkar fəaliyyəti həyata keçirilmir. Üstəlik dövlət dəstəyi, sahibkarlara edilən bir sıra güzəştlər, rəqibsiz bazar var olmaq və inkişaf etmək üçün əvəzsiz bir bazardır. Sadəcə insanları düzgün istiqamətləndirmək və gönləndirmək lazımdır. Bir sıra naminiyala, gənc layihələrin həyata keçirilməsi üçün vəsaitlərin ayrılması və s. də olduqca həvəsləndirici addım ola bilər.

Daha bir stimullaşdırılması əsas bir məsələ qadın fəaliyyətinin biznesdə artırılmasıdır. Dünya iqtisadiyyatında son dövrlərdə qadınların fəaliyyəti getdikcə artırılır. Bir sıra məhsulların bazara çıxmasında yaradıcı fikir qadınlara məxsus olub. Qadınlar daima iş həyatında uğurlu fəaliyyətləri və öz dəsti xətləri ilə fərqlənirlər. Ölkəmizdə bu sahədə əksiklik olduqca nəzərə çarpacaq səviyyədədir. Əmək fəaliyyətli əhalinin 41 % qadınlardan ibarətdir. Lakin onların çox az bir hissəsi işləyir və daha da az bir hissəsi sahibkarlıqla məşğul olur. Özlüyündə bu nəticələr işsizlik səviyyəsinə də öz təsirini göstərir. Qadınlar ölkə iqtisadiyyatında daha çox təhsil, səhiyyə və incəsənət sahələrində fəaliyyət göstərir. Sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan biznesadamlarımız demək olar ki, çox az saydadır. Bu özlüyündə sahibkarlığa marağın lazımı səviyyədə olmamağından xəbər verir. Lakin bu sahədə də lazımı tədbirlər həyata keçirilir. Xüsusən qadın əməyinin iqtisadiyyata çəlbə sahəsində layihələr həyata keçirilir və ümid edirik ki, lazımı nəticələr göstərəcəkdir. Onlara maliyyələşmə (lazımı kredit və vəsaitlərin əldə edilməsində), informasiya (bazar fəaliyyəti və iş prinsipləri haqqında), inkubatorların yaradılması və peşə dəstəyində lazımı köməyin həyata keçirilməsi labüddür.

- ***Araşdırma və ixtira fəaliyyətinin genişləndirilməsi, innovasiyaya marağın artırılması.***

İqtisadın inkişafında innovasiyaların yeri əvəzsizdir. Bəhs etdiyimizin bütün fəaliyyətlərin həyata keçməsi innovasiya mühitinin yaradılması şərtidir. İnnovativ

iqtisadi fəaliyyətə əsasən dünya bazarında ayaqda qalmaq üçün texniki və texnoloji bazanın davamlı inkişafı məsulun rəqabət qabiliyyətini artırması üçün vacib şərtidir. Bunun üçün milli innovasiya fəaliyyəti yaradılmalıdır. Bu sistemin qurulmasında əsas məqsəd iqtisadiyyatın hər bir sahəsi üzrə çevik və son standartlara uyğun fəaliyyətin təmin edilməsi, elmi işçilərin hazırlanması, yüksək ixtisaslı kadr yaradılması, elmi tədqiqat institutların yaradılması və son standartlara cavab verə bilməsi, ixtiraçıların fəaliyyətinin artırılması və bütün bu fəaliyyətlərin sonda istehsala tətbiq edilə bilməsi çox vacibdir. Dünya arenasında milli innovasiya sistemlərinin mövcudluğu və sürətli inkişafı ölkənin rəqabət qabiliyyətliliyi artırır və ixrac gücünü göstərir. Dünyanın bir çox yerində innovativ məhsullardan istifadə və innovasiya potensialı milli innovasiyanın formalaşma səviyyəsinin bariz göstəricisidir. Təəssüf ki, ölkəmizdə innovasiya fəaliyyəti ilə əlaqədar mövcud bir qanunvericilik bazası yoxdur, lakin bu sahəni stimullaşdırmaq üçün bir çox qanunlar qüvvəyə minmişdir. "Elm haqqında", Əqli mülkiyyət hüquqlarının təminatı və piratçılığa qarşı mübarizə haqqında", "Patent haqqında" və s. Bundan əlavə ölkəmizdə fəaliyyət göstərən bir sıra texnoparklar, biznes inkubatorları, innovasiya mərkəzləri və də innovasiya fəaliyyətini həyata keçirmək üçün stimullaşdırıcı əsaslardandır. Ölkədə bir sıra yenilikçi fəaliyyətlərin həyata keçirilməsi üçün olduqca çox dəstəkverici əsaslar vardır. İxtira ilə əlaqədar ilk iş isə patent hüququnun əldə eilməsidir. Ölkəmiz patent üzrə bir sıra beynəlxalq konvensiyalara üzv olmasına baxmayaraq hələdə bu məsələlərdə çətinlik yaşayır. Bu problemin həllinə dair bir sıra addımların atılması kiçik ixtiraçılara böyük dəstək ola bilər. Hal hazırda bu sahədə bir sıra çatışmamazlıqlar var. Milli innovasiya fəaliyyəti yeni yeni həyata keçirildiyi üçün təbii ki, dünya ölkələrində biraz geri qalır. Bunu aradan qaldırmaq əsasən də KOS fəaliyyətinə müsbət təsir edəcəkdir. KOS subyektlərinin ən əsas marağı peşəkar və hazır ixtiraçıların yeniliklərindən yararlanaraq sahibkarlıq fəaliyyətini daha da inkişaf etdirməkdir. Bunun üçün ən əsas addımlar, texnoparkların sayını artırmaq, elmi tədqiqat mərkəzlərinin sayını artırmaq, innovasiya infrastrukturunu təkmilləşdirmək və gənç ixtiraçılara dəstək olmaqdan ibarətdir.

Bütün bu toxunduğumuz mövzular nəzəri və elmi əsaslarla təyin edilmişdir. Bundan əlavə ölkəmizdə fəaliyyət göstərən tərkibində 100-dən çox insanın işlədiyi 5 firmada sorğu keçirdim. Firmalar istehsal, xidmət və ixracat sferalarında fəaliyyət göstərir. Sorğunun məqsədi kiçik və orta sahibkarlığa innovasiyanın tətbiqinin vacibliyini araşdırmaqdır. Sorğuda iştirak edən insanlar müxtəlif yaş, peşə və iş təcrübəsinə malikdirlər. Sorğu zamanı fərqli yanaşmalarla rastlaşdır. Eyni zamanda ortaya çıxan rəqəmlərdə bizə bunu ifadə edir. 17 - 50 yaş arasında keçirilən sorğumuzda iştirak edən insanların çoxu ölkəmizdə işlərinə yeniliklərin tətbiqi üçün heçnə etmirlər. Davamlılıq əsasdı onlar üçün. Bazarda yeniliklərin tətbiqi üçün heç bir maraq yoxdur. Səcdə yeniliklərlə köklü əlaqədə olan firmaların (marketin və reklam şirkətləri) nümayəndələri bu sahədə müsbət cavab verdi. Lakin innovasiyanın tətbiqi hər bir firma üçün hətta hər bir sahə üçün çox vacibdir. Sorğuda iştirak edən şəxslərin çox hissəsi 30-40 arası yaş qurupundan ibarət idi. Yetərincə iş həyatında öz sözlərini demiş insanlardı. Daha çox texniki və maliyyə sahəsində işləyən insanlarla bu sahə üzərinə danışıldı. Onuda qeyd etmək istəyirəm ki, sorğuda iştirak edənlərin yarıdan çox ali təhsilli insanlardı. Lakin iş şərtlərində və əmək haqqılarından elədə razı deyillər. Bu məmnuniyyətsizlik təbii ki, iş görmə performanslarına da təsir edir. Bəlkədə bu səbəbdəndir ki, işçilərin böyük bir hissəsi illərdi bu firmalarda çalışmaqlarına baxmayaraq öz sahələrində demək olar yarıdan çoxu heç bir yenilik etməyib. İlk öncə çalışanların iş şərtlərinin yaxşılaşdırılması onlara böyük bir stimullaşdırıcı əsas olar. Günümüzdə demək olar ki, bütün peşələrində müəyyən qədər innovasiya prosessi həyata keçirilir. İş fəaliyyətində olan insanların bir çoxunun hətta öz sahəsindəki yeniliklərdən xəbərsiz olması olduqca böyük problemdir. Bu onu göstərir ki, o şirkətlərdə işçiləri ixtisasartırmaya yönəltmə yoxdu. Bu təbii ki, çox böyük bir problemdir. Hətta bu məsələdəki problemin dövlət səviyyəsində həlli məcburidir. Hər bir peşə üzrə müəyyən vaxtdan bir ixtisasartırmalar vacib olmalıdır. Əks halda inkişafdan söz gedə bilməz. İnsanlar daima yeniliyə maraqlı olmalıdır. Günümüzdə hər bir inkişaf doğrudur ki, bir sıra sahələrdə insan əməyinin azalmasına, hətta bəzi sahələrin yox olmasına gətirib

çıxartsa belə insan əməyi olmadan heç bir sahəni təsəvvür etmək olmaz. Bu inkişaf özü ilə birgə yeni peşələr və ixtisaslar gətirir. Yəni ki, inkişafdan qorxmaq yox ona ayaq uydurmaq lazımdır. Bu prosesin hələdə bizim firmalardan uzaq olmasının bir sıra səbəbləri vardır. Araşdırmam nəticəsində də bu qərara gəldim ki, yuxarıda sadaladığım stimullaşdırıcı əsaslar həqiqətən özünü təcrübədə də doğruldu. İnsanlar yeniliklərin həyata keçirilməməsini bir sıra səbəblə açıqlayırlar. Böyük bir hissəsi problemi maliyyə çatışmamazlığında və rəhbərliyin göstərişlərində görür. Onuda qeyd etmək istəyirəm ki, əsas olaraq insanlar bu sahədə maraqlı deyirlər belə deyək, heç bir innovativ prosesə ehtiyac görmürlər. Əsas problem elə budur ki, insanlar yeniliyə ehtiyac olduğunun fərqlində deyillər. İlk öncə bu sahədə məlumatlar verilməli və bu cür yeniliklərə ehtiyac duyulduğu insanlara çatdırılmalıdır. Daha sonra səbəblər arasında təhsil, dövlət dəstəyinin olmaması və rəqiblərin olmamasıdır. Bunlara da ayrılıqda izah gətirək. Təhsil həqiqətən də bu sahədə ən böyük problemdir. İşçilərin həm təhsili güclü olmalıdır, (təhsil prosesi özlüyündə yeniliklərə açıq olmalı və tətbiq edilməlidir) həm də ixtisası artırılmalıdır. Bu prosesin həyata keçirilməsi üçün təhsil sistemi inkişaf etdirilməli, ixtisaslı kadrlar cəlb edilməlidir. Bu prosesdə həm dövlət, həm də firmalar maraqlı olmalıdır. Yeni texnikaların tətbiqi, yeni biliklərin və ixtisaslı kadrların tətbiq edilməsi iqtisadiyyatın sürətli inkişafına səbəb ola bilər.

Bütün bu problemlər dövlət dəstəyini olduqca vacib edir. Dövlətin bu sahədə edəcəyi islahatlar, tətbiqlər və bütün layihələr firmalar üçün maraqlı yarada bilər. Dövlətin də burdakı əsas marağı təbii ki, iqtisadiyyatın canlanmasından ibarətdir. Araşdırmam nəticəsində bu problemin əsasında rəqabət bazarının olmamasını da qeyd etdik. Bu doğrudan da düzgün bir diaqnozdu. Bəzi fəaliyyət sahələrinin inkişaf etməməsinin əsas səbəblərindən biri də məhz rəqiblərinin olmamasıdır. Rəqib firma olduğu zaman firmalar məhsullarının satışını həyata keçirmək üçün daima yeniliklərə əl atırlar. Ölkəmizdə bəzi sahələrdə ümumiyyətlə rəqib firmaların olmaması o sahələrin yeniliklərdən uzaq qalmasına və məhvinə səbəb olur. Nə qədər rəqib firma olmasa belə müştərilərin tələblərini ödəmək üçün firmalar yeniliklər həyata keçirməlidirlər

əks halda onların tənəzzülü qaçılmazdır. Bütün bu faktları analiz etsək o nəticəyə gəlmək olar ki, yuxarıda qeyd etdiyim problemlər bu araşdırmamda da öz əksini tapır və başda ölkəmizin iqtisadi islahatlar komitəsi olmaq şərti ilə bütün iqtisadiyyatda maraqlı insanlar bu problemlərin aradan qaldırılması üçün lazimi fəaliyyətləri həyata keçirməlidir. Ümid edirik ki, 1993-cü ildən Ümumilli liderimiz Heydər Əliyevin hakimiyyətə gəlməsi ilə iqtisadiyyatımızda əsasını qoyduğu və İlham Əliyevin uğurla davam etdirdiyi bu iqtisadi siyasət öz bəhrəsini verəcək. Aparılan işlər, həyata keçirilən layihələr xüsusən də Stateji Yol Xəritəsi kiçik və orta sahibkarlığa böyük ümidlər bəsləməyə səbəb olur. Qeyri-neft sektorunun inkişaf etdirilməsi və rəqabət bazarının canlandırılması üçün kiçik və orta sahibkarlığa maraq olduqca böyükdür.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Günümüzdə dünya iqtisadiyyatının əsasını təşkil edən hərəkətverici qüvvələri sahibkarlıqdır. Bazar iqtisadiyyatını sahibkarlıq fəaliyyəti olmadan təsəvvür etmək olmaz. Onların ən əsas forması isə kiçik və orta sahibkarlıqdır. Bildiyimiz və bəhs etdiyimiz kimi bazar iqtisadiyyatında daima kiçik və orta sahibkarlığın əsası vacibdir. Böyük firmalar iqtisadi böhranlardan bir sıra böyük problemlərdən keç təsire uğrasalarda onların süqutu ölkə iqtisadiyyatına yön verici hadisə olur. Lakin kiçik sahibkarlıqda bu elədə böyük təsir oyatmır. Onların məhvi yox ümumiyyətlə olmamaqları böyük bir çətinlik yaradır. Onlar bazarın əsas yenilikçi və hərəkətverici qüvvələridir. KOS bazar iqtisadiyyatında milli iqtisadiyyatın formalaşmasına, iş yerlərinin artmasına, yeni və innovativ məhsulların yaradılmasına, cəmiyyətin məhsul və xidmət tələblərini ödəməyə, bazarda fəallıq və rəqabət şəraiti yaratmağa böyük kömək edir. Təbii ki, yeni yaranmış bu sahibkarlıq formasında günümüzdə bir sıra problemlərlə üzləşir. Yeni yaradılan istənilən istehsal sahəsində problemlər mümkündür. Əsas olan onların həlli üçün lazımı islahatlar həyata keçirmək və qısa bir müddətdə həyata keçirməkdir. Dünyada son illərdə baş verən iqtisadi böhran təbii ki, ölkəmizdən də yan keçmədi. Bir sıra fəsadları hələdə özünü biruzə verir. Lakin bu həmdə iqtisadiyyatın kökündən sirkələnməsinə səbəb oldu. Böhran şəraitində zəif halqalar daha açıq şəkildə ortaya çıxdı. Təbii ki, bir sıra güclü tərəflər uzun illərdi aparən düzgün islahat və qanunlar iqtisadiyyatımızı ayaqda saxladı və bütün bu işlər öz töhvəsi verdi. Amma qeyd etdiyim ki, bu zaman çərçivəsində biz bir sıra zəif halqaları da açıq aydın gördük. Beləki, artıq yeni yaradılmış inkişaf strategiyasının istiqaməti daha çox bu tərəflər üzərinə aparılmalıdır. KOS inkişafı əsas olan sahələrdəndir. Demək olar ki, iqtisadiyyatın yenidən canlanması və daha möhkəm ayaqda qalmasının ən əsas iqtisadi göstəricisi onların normal fəaliyyətidir. Bu sahədə dövlət orqanları günümüz iqtisadiyyatının sürətli inkişafı üçün geniş miqyaslı araşdırma etməlidir. İlk öncə bir çox iqtisadçıların, sahibkarların və ixtisaslı kadrların fikirlərini əsas götürərək təhlillər edilməli və mövcud problemlərin həlli üçün qanunlar, aktlar və sərəncamlar qəbul edilməlidir. Dövlət hər hansı bir sahədə

inkişafın həyata keçirilməsi üçün əsas hərəkətverici qüvvədir. Bu sahəyə son dövrlərdə olan maraq və iqtisadiyyatda önəmi dövləti də sırf bu sahədə islahatlar aparmağa məcbur edir. Müəyyən edilən addımlar qərarlaşdırılaraq bir sıra aktlar, qanunlar və islahatlar həyata keçirilməlidir. Bu sahənin günümüzün tələblərinə uyğun inkişaf etdirilməsi iqtisadiyyatın inkişafına çox böyük dəstək olacaq. Sahibkarlıq sahəsindəki inkişaf istiqamətində atılan bütün addımlar, dövlət siyasəti xüsusi şəkildə, dövlətin siyasi və iqtisadi siyasətinin ayrılmaz bir tərkib hissəsi kimi işlənilib hazırlanmalı və reallaşdırılmalıdır.

Dövlətin bu sahədə maraqlı olmasının digər əsaslı bir səbəbi isə ondan ibarətdir ki, bütün inkişaf etmiş ölkələrdə sahibkarlar dövlətin böyük projelərini həyata keçirərək həm bu layihələri həyata keçirirlər, həm də özlərini onlarla yeni iş fərsəti yaradaraq iqtisadiyyatı ayaqda tutaraq gəlir əldə edirlər. Sözügedən sahənin inkişafında əsas göstərici dünya təcrübəsini əsas götürməkdir. Bu ölkələr həm bu sahədə çox təcrübəlidir, həm də real bir nümunədir.

Ölkəmizlik əbədi müstəqilliyini əldə etdikdən sonra iqtisadiyyatın bütün sahələrində xüsusilə sahibkarlıq sahəsində çoxsaylı inkişaf proqramları, aktlar, qanunlar qəbul edildi və bu istiqamətdə də iri və əmin addımlar atır. Qeyri neft sahəsinin inkişafının əsas istiqamətlərindən olan sahibkarlığın inkişafı üçün son standartlara uyğun bir inkişaf planlaması həyata keçirilir.

Müstəqilliyimizi qazandıqdan sonra Azərbaycanda qəbul edilən sahibkarlıqda inkişaf proqramı və dövlət siyasətində əsas istiqamətlər, ümumi olaraq sahibkarlığın inkişafı və təşəkkülü vəzifələrini qarşıya qoymuşdur. Həmin vəzifələr reallaşdıqca bu fəaliyyət sahəsində yeni bir mərhələ başlayır. Artıq ön plana kiçik sahibkarlığın təşəkkülü vəzifəsi keçir və bu sahə üzrə dünya təcrübəsindən yararlanmaq üçün kifayət qədər böyük imkanlar mövcuddur. Sahibkarlıqda əsas önəm daşıyan hissə kiçik və orta sahibkarlıqdır. Dünya təcrübələri də əsas götürülərək xüsusən sahibkarlığın bu sahəsi üçün əsaslı tədbirlər görülməlidir. Günümüzdə dünyada da önəmli yerə sahib olan KOS-lar ölkəmiz üçün çox önəmli əsas daşıyıcılar. Sahibkarların da əsas məqsədi bu sahəyə olan marağın artırılması və əsaslı inkişafa

səbə olmaqdır. Aparılan bu araşdırmam nəticəsində istər dövlət qurumlarının, istər sədə özəl sektorun araşdırmaları və statistik göstəriciləri eyni sonluğa gətirib çıxarır. Son 10 ildə bu sahədə əvəzsiz bir inkişaf həyata keçirilib, lakin bu dünyanın vəziyyətinə baxanda yaxşıdır. Günümüz iqtisadiyyatı ilə bu dəqiqə olan göstəriciləri müqayisə etsək, nəticələr elədə ürək açan deyil. Dünya reyting cədvəli və bir sıra sıralamalarda ölkəmizin öz inkişaf sürəti ilə bir sıra ölkələri (xüsusən MDB ölkələrini və qonşu ölkələrini geridə qoymağımız da əsas bir faktdır) geridə qoyduğu doğrudur. Lakin bu təbii ki, yetərli bir göstərici deyil. Bu səbəbdən, disertasiya işimdə də geniş bəhs etdiyim problemlər istər dövlət, istərsə də özəl sektor tərəfindən araşdırılmalıdır. Daha sonra bu problemlər sinifləndirilməlidir və planlı şəkildə həlli yolları tapılmalı və daha sonra onlar həyata keçirilməlidir. Sahibkarların bazar iqtisadiyyatına olan maraqlarını artırmaq üçün bir sıra fəaliyyətlər həyata keçirilməlidir. Dəstəkləyici tədbirlər görülməlidir. Stimullaşdırıcı və sahibkarlığa maraq yaradan layihələr həyata keçirilməlidir. Həyata keçirdiyimiz araşdırma bizə onu göstərir ki, kiçik sahibkarlıq iqtisadiyyatın nə qədər kiçik bir hissəsi olsada, böyük hərəkətverici qüvvəsidir.

