

Qeyd etmək lazımdır ki, sənaye müəssisələri istehsal sistemi olmaqla dinamikdir və buna görə də müəyyən ölçülər üzrə onun kritik həddini keçən ekzogen və endogen amillərin dəyişməsində dayanıqlığın itirilməsi baş verir. Əks halda bu amillərin dəyişməsi yol verilən sərhəddə yerləşərsə sistem dayanıqlı vəziyyətdə çalışacaqdır.

Müəssisələrin fəaliyyətinin dayanıqlığının pozulmasının əsas səbəblərindən biri xarici mühitin qeyri-müəyyənliyidir. Qeyd edilən qeyri-müəyyənliklə əlaqədar xarici mühitin amili keyfiyyətində aşağıdakılar çıxış edir:

- iqtisadi-siyasi;
- sosial-siyasi;
- ssuda kapitalı bazarı;
- satış bazarı;
- müəssisə-rəqiblər;
- xammal və materialların alış bazarı;
- dəstəkləyici sahələrin vəziyyəti;
- əmək bazarı;
- elmi-texniki tərəqqi;
- yeni texnologiya bazarı;
- ekoloji tələblər;
- digər amillər..

Bundan əlavə istehsal sisteminin dayanıqlı fəaliyyət göstərməsi üçün onun strukturunun dayanıqlığını, həmçinin onun bütün elementlərinin dayanıqlığını dəstəkləmək lazımdır.

Ədəbiyyatı:

1. T.Hüseynov.Müəssisə iqtisadiyyatı.Dərs vəsaiti. Bakı,2005.
2. E.Hacızadə. Dünya iqtisadiyyatı. Dərs vəsaiti. Bakı,2018.
3. F.Rəsulov.Iqtisadiyyatın əsasları.Dərs vəsaiti.Bakı,2004.
4. X.M.Yahudov.Müəssisə iqtisadiyyatı.Dərs vəsaiti. Bakı.2005.

KİÇİK VƏ ORTA SAHİBKARLIĞIN DAVAMLI İNKİŞAFINDA ƏLVERİŞLİ BİZNES MÜHİTİNİN ROLU

*Şükürov Xəyal Rasim oğlu
Hüseynova Emiliya Yəhya qızı, iqtisad elmləri namizədi, dosent, kafedra müdiri
Mingəçevir Dövlət Universiteti, Azərbaycan*

"Sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi, sərbəst iqtisadiyyata yol verilməsi, bazar iqtisadiyyatının yaradılması bizim strateji yolumuzdur".

Heydər Əliyev

İnnovativ iqtisadi inkişafı təmin etmək, bazar iqtisadiyyatının güclənməsi və onun dayanıqlılığının təmini hazırkı şəraitdə ən zəruri amillərindəndir. Buna görə də sahibkarlığı daim genişləndirmək, onun dinamik inkişafı üçün daha da yaxşı şəraitin yaradılması, yerli ənənəvi sahələrin dirçəldilməsi və rəqabətqabiliyyətli istehsal üçün

əlavə tədbirlər görülməsi artıq müvafiq dövlət siyasətinin məqsədyönlü hədəflərindədir.

Dünya iqtisadi praktikasından aydın olur ki, ölkənin iqtisadi inkişafı kiçik və orta sahibkarlığın vəziyyətindən birbaşa asılıdır. Belə ki, zəif inkişaf edən ölkələrdə bu təbəqənin payı həm ÜDM istehsalında, həm də məşğulluqda bir qədər kiçik olub. Belə ki, inkişaf etmiş ölkələrin bu istiqamətdəki siyasətləri sayəsində ümumi daxili məhsul istehsalında kiçik və orta sahibkarlığın töhfəsi 50 %-ə yaxın olduğu halda, bu rəqəm orta keçid mərhələsinə malik olan ölkələrdə təqribən 40, zəif tempdə inkişaf edən ölkələrdə isə 30 % müşahidə olunub. Bu göstəricilər kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin ölkənin ixrac potensialında da mühüm rol oynadığından xəbər verir. Məşğulluğun təmin edilməsində isə ölkələrin inkişaf dərəcəsinə görə kiçik və orta sahibkarlıq 30 %-dən 45 %-ə qədər göstəriciyə malikdir. Odur ki, dünyada inkişaf arzusunda olan dövlətlərdə sahibkarlığın bu təbəqəsinin inkişafına verilən daimi diqqət dəstəyin əsas növü hesab olunur. Beynəlxalq praktika və müstəqilliyini 30 il əvvəl bərpa etmiş ölkəmizin də təcrübəsi kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin iqtisadi inkişafın əsas təminatçısı, məşğulluğun və yeniliklərin önəmli və vacib mənbəyi olduğunu təsdiq edir.

Mikro, kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2018-ci il 21 dekabr tarixli 556 nömrəli qərarı ilə təsdiq edilmiş “Mikro, kiçik, orta və iri sahibkar meyarları”na uyğun olaraq müəyyən edilmişdir. Mikro sahibkarlara işçilərinin orta siyahı sayı 10 nəfərədək, illik gəliri 200 min manatadək olan, kiçik sahibkarlara işçilərinin orta siyahı sayı 11 nəfərdən 50 nəfərədək, illik gəliri 200 min manatdan 3000 min manatadək olan, orta sahibkarlara işçilərinin orta siyahı sayı 51 nəfərdən 250 nəfərədək, illik gəliri 3000 min manatdan 30000 min manatadək olan müəssisələr aid edirlər.

Təhlillər və araşdırmalara əsasən qeyd etmək lazımdır ki, inkişaf etmiş ölkələrdə mövcud müəssisələrin 99 %-i kiçik və orta sahibkarlığa aiddir. Kiçik və orta sahibkarlığın məşğulluqda payı 50-70, ümumi daxili məhsul istehsalında isə 50-60 % arasındadır.

Azərbaycanda aparılan islahatların nəticəsi olaraq 2021-ci il ərzində statistik vahidlərin (fərdi sahibkarlar istisna olmaqla) sayı 7,5 faiz artaraq 2022-ci il yanvarın 1-i vəziyyətinə 167 min 140 olub. Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına görə, artım iqtisadiyyatın “Nəqliyyat və anbar təsərrüfatı”, “Su təchizatı; tullantıların təmizlənməsi və emalı”, “İnformasiya və rabitə”, “Əhaliyə səhiyyə və sosial xidmətlərin göstərilməsi”, “Ticarət; nəqliyyat vasitələrinin təmiri”, “Peşə, elmi və texniki fəaliyyət”, “Emal sənayesi”, “Daşınmaz əmlakla əlaqədar əməliyyatlar”, “Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə” və “Maliyyə və sığorta fəaliyyəti” sahələrində nəzərəcarpacaq dərəcədə olub. “Ticarət; nəqliyyat vasitələrinin təmiri”, “Digər sahələrdə xidmətlərin göstərilməsi”, “Tikinti”, “Kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıq” və “Peşə, elmi və texniki fəaliyyət” sahələrindəki statistik vahidlərin xüsusi çəkisi daha yüksəkdir. Xüsusi mülkiyyətə aid olan statistik vahidlərin əsas hissəsi “Ticarət; nəqliyyat vasitələrinin təmiri” (31,1 faiz), “Digər sahələrdə xidmətlərin göstərilməsi” (17,6 faiz), “Tikinti” (9,9 faiz), “Kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıq” (7,3 faiz), “Peşə, elmi və texniki fəaliyyət” (7,1 faiz) və “Emal sənayesi” (5,9 faiz) sahələrinin payına düşür.

Hazırda sabitliyə nail olmaq, neftdən asılılığı minimuma endirmək, işğaldan azad edilmiş əraziləri bərpa etmək, real iqtisadiyyatın inkişafını təmin etmək, perspektivi aydın görmək və əsas təməl kimi iqtidarla xalqın birliyinə nail olmaq həyatı əhəmiyyət kəsb edir. Azərbaycan rəhbərliyinin düşünülmüş siyasətində məhz bu amillər xüsusi diqqət çəkir. Ölkədə dinamik, çoxşaxəli sosial-iqtisadi inkişaf, günün tələblərilə ayaqlaşan dövlətçilik, davamlı islahatlar, beynəlxalq siyasət meydanında söz sahibi olmaq hədəfi uğurla reallaşır. Liberal iqtisadiyyat bərqərar olduğu üçün sahibkarlıq fəaliyyətinə dövlət bütün lazımi şəraiti yaradır və siyasi, hüquqi, maddi dəstək verir. Müasir şəraitdə bu proses daha da təkmilləşməsinə və süni maneələrin tezliklə, operativ aradan qaldırılmasını tələb edir.

Azərbaycan rəhbərliyi iqtisadiyyatda kiçik və orta sahibkarlığın önəmli roluna görə bu istiqamətə xüsusi diqqət yetirir, inkişafına əngəl olacaq halları təcili aradan qaldırmaq üçün operativ tədbirlər görür. Prezident İlham Əliyevin "Ölkəmizin gələcək inkişafı sahibkarlığın inkişafından asılıdır" strateji xəttinin reallaşması üçün biznes və investisiya mühitinin yaxşılaşdırılması ilə bağlı həyata keçirilən sistemli tədbirlərin sosial-iqtisadi inkişafda böyük əhəmiyyəti vardır. Dövlət başçısının mütəmadi olaraq sahibkarlığın inkişafı ilə bağlı verdiyi mühüm qərarlar, sərəncamlar biznes mühitinin yaxşılaşdırılması istiqamətində yeni mərhələyə qədəm qoymağı təmin edir, özəl sektorun sürətli inkişafını təmin etmək üçün lüzumsuz yoxlamaların qarşısı alınır. Ölkə Prezidentinin təşəbbüsü ilə sahibkarlıq subyektlərində yoxlamalar 3 il müddətinə dayandırılıb, lisenziya tələb olunan fəaliyyət növlərinin sayı 59-dan 37-yə endirilib. Lisenziyaların İqtisadiyyat Nazirliyi tərəfindən "ASAN xidmət" mərkəzlərində verilməsi, "Elektron lisenziya" portalının yaradılması, hüquqi maarifləndirmə, metodiki kömək, siyasi və maddi dəstək sahibkarlığın inkişafında xüsusi rol oynayır.

Azərbaycanda mikro, kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına, o cümlədən maliyyələşməsinə dövlət dəstəyini təmin edən Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu, Kənd Təsərrüfatı Kreditləri üzrə Dövlət Agentliyi, İnformasiya Texnologiyalarının İnkişafı Dövlət Fondu və Azərbaycan Investisiya Şirkəti kimi təsisatlar fəaliyyət göstərir. Dövlət rəhbərliyi kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin fəaliyyətinə stimül vermək, bu sektoru gücləndirmək üçün ucuz avadanlıqlar, güzəştli və uzunmüddətli kreditlər verir, müvafiq qaydada maliyyə resursları ilə təmin edir və digər zəruri tədbirlər görür. Belə ki, pandemiya zərərçəkmiş fəaliyyət sahələrinə investisiya qoyuluşlarının sürətləndirilməsi və bu fəaliyyət sahələri üzrə məşğulluğun qorunub saxlanması məqsədilə həyata keçirilən tədbirlər çərçivəsində Sahibkarlığın İnkişafı Fondu sahibkarlara yeni verilən bank kreditləri üzrə dövlət zəmanətinin verilməsi və həmin kreditlər üzrə faizlərin subsidiyalaşdırılmasını, eləcə də mövcud kredit borcu olan sahibkarların kredit faizlərinin bir hissəsinin dövlət tərəfindən subsidiyalaşdırılmasını davam etdirir.

Dünyada hökm sürən iqtisadi və maliyyə böhranına diqqət etsək görürük ki, baş verən global böhran və durğunluq kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin fəaliyyətinə daha az təsir göstərir. Kiçik və orta sahibkarlıq sosial-iqtisadi çağırışların tələbinə və müxtəlifliklərə rahat uyğunlaşır, ölkə bölgələri arasında iqtisadi inkişafda tarazlığı təmin edə bilir. Ən mühümü, kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinə yaradılan münbit şərait ictimai gəlir bölgüsündəki ədalətsizliyi minimum səviyyəyə

çatdırmaq imkanına malikdir. Göründüyü kimi, bu təbəqə ölkə iqtisadiyyatında vacib problemlərin və sosial məsələlərin də həllində mühüm rol oynaya bilər.

Ədəbiyyat:

1. Azərbaycan Respublikasında kiçik orta sahibkarlıq səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına dair Strateji Yol Xəritəsi. Bakı. 2016
2. Azərbaycanda mikro, kiçik və orta sahibkarlıq. Statistik məcmuə. Bakı. 2021
3. <https://hafta.az/ugurlu-biznesi-nece-qurmaq-olar-316538-xeber.html>
4. <http://www.e-qanun.az/framework/41048>

İQTİSADİ İNKİŞAFDA REKLAMIN ROLU

*Vəliyeva Xanımtər Qoca qızı
Xəlilova Xəyalə Qəmbər qızı
Mingəçevir Dövlət Universiteti, Azərbaycan*

Müasir reklamın tarixi kökü ABŞ-da başlamış, 200 ilə yaxın bir tarixi əhatə edir. Həmin dövrdə şəhər mühitində tətbiq olunan reklamlar burjua elementi kimi qəbul olunmuş və kapitalizmin inkişafında böyük rol oynamışdır. Kapitalizmə yeni qədəm qoymuş Rusiyada və xüsusilə də Bakıda bu sahə insan həyatına daha intensiv olaraq daxil olmuşdur. O dövrdə Rusiyada və Azərbaycanda reklam plakat mənasında göstərilirdi. Plakat -fransız sözü olub-elan, afişa deməkdir. Artıq həmin dövr insanların həyatında istehsalçı – istehlakçı münasibətlərinin qurulmasında və şəhər mühitində məhsul və fəaliyyət haqqında informasiyanın çatdırılmasında plakat böyük rol oynayırdı. Plakatların reklam vasitəsi kimi tətbiqi çox çeşidliliyi mətbəələrin və şrift mədəniyyətinin yüksəlməsinə, reklam qrafikasının təkmilləşməsinə gətirib çıxarırdı. Belə bir şəraitdə də ölkəmizdə reklam bazarının ilkin forması formalaşmağa başlamışdır.

İlk açıq hava reklamlarının tarixi kökünü araşdırarkən tarixin reklamı və yarı reklamın tarixinə dair materiallarla Azərbaycanda daha çox üzləşirik. Tarixi mənbələrin araşdırmaları sübut edir ki, ölkəmizdə reklam qədim tarixə malik fəaliyyət sahəsidir. Tarixi reklamın ilk mənbələri qayaüstü rəsmlər Azərbaycanda ilk dəfə 1939-1940-cı illərdə Qobustanın cənub-şərq hissəsində (Böyük daş, Kiçik daş, Cingirdağ və Yazılı təpə) aşkara çıxarılmışdır. Bu Azərbaycan reklamının proto reklamın ilk insan düşüncəsinin, onun psixoloji anının informasiya ötürücüsü kimi açıq havada daşlara həkk etməklə, daha da irəli getmiş, informasiyanın ötürülməsi baxımından əlaqənin yaradılması üçün ilkin şərait yaratmışdır. Yaxşı ki, bu tarixin reklamı bir vasitə olaraq daşlara hopdurulmuş və minilliklərdən keçərək bu gün də müasirlərimizi məlumatlandırır.

Azərbaycanda reklam işi öz fəaliyyətinə 1992 – ci ildə İcra Hakimiyyətindəki Şəhər tərtibatı, Reklam və Dizayn idarəsində başlamışdır. Azərbaycan Respublikası müstəqillik əldə etdikdən sonra, 1995 - ci ildə qəbul etdiyi “Konstitusiyaya” – ya görə ölkənin əsas istiqamətlərindən biri kimi bazar iqtisadiyyatına uyğunlaşması göstərilir. Bu da bizə imkan verir ki, köhnə feodal, çarizm və sovetlərdən qalmış ənənələri inkar