

**İNKİŞAF ETMİŞ ÖLKƏLƏRDƏ KİÇİK BİZNESİN  
TƏŞKİLİ TƏCRÜBƏSİ**

**V.M.NƏZƏROV, Ə.Ş.QƏMBƏROV**  
*Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti*

İnkişaf etmiş sənaye ölkələrində ictimai həyatda iri inhisarçı şirkətlərin hegemonluğu şəraitində kiçik sahibkarlıq da öz mövqeyini qoruyub saxlaya bilməmişdir. Hal-hazırda bu ölkələrdə ÜDM-un və məşğul əhəlinin yarısı, ixracat və investisiyaların isə üçdə biri kiçik biznesin payına düşür. Təcrübə göstərir ki, kiçik müəssisələrə investisiya qoyuluşları sərfəlidir, çünki iri müəssisələrdən fərqli olaraq bu sahəyə qoyulan investisiya qısa müddət ərzində geri qayıdır. Bazarların mal ilə təchizatında, məşğulluğun və şəxsi gəlirlərin artırılmasında onlar daha müsbət rol oynayırlar. İnhisarçı mühitdə fəaliyyətini davam etdirə bilməsi onların dar ixtisaslaşması, kiçik partiyalarla, məhdud çeşiddə mal buraxımları, çeviklik göstərmələri, konyuktura dəyişmələrinə cəld reaksiya vermə qabiliyyətləri ilə əlaqədardır.

Təsadüfi deyildir ki, iqtisadiyyatın dövlət tənzimləmələri sistemində kiçik sahibkarlıq fəaliyyətinə ayrılan diqqət mühüm əhəmiyyət kəsb edir [4, 195].

Bazar iqtisadiyyatında iştirak edən təsərrüfat subyektlərinin sayının çox olması rəqabət mexanizminin fəaliyyəti üçün çox vacibdir [5, 52-53].

ABŞ-da kiçik müəssisələr intensiv olaraq artmaqda davam edir. Orada kiçik sahibkarlığın inkişafında dönüş nöqtəsi 70-ci illər oldu. Həmin dövrdə «kiçik gözəldir» şüarı altında nəhəng firmalar öz istehsallarını kiçik təsərrüfatlara bölməyə başladılar və onlara mümkün qədər çox hüquq və məsuliyyətlər verdilər. ABŞ-ın təcrübəsi göstərir ki, kiçik biznes çox yüksək mənfəət gətirən kapital qoyuluşu sahəsidir. Təsadüfi deyildir ki, həmin ölkədə 80-ci illərdə hər il 600 min kiçik müəssisə yaradılırdı. 90-cı illərdə yeni yaradılan müəssisələrin sayı artıq 700 minə çatmışdır. 90-cı illərin axırlarında ölkədə 20 mln. kiçik müəssisə (kənd təsərrüfatı daxil deyil) fəaliyyət göstərirdi və orada işləyənlərin sayı isə 90 mln. nəfər təşkil edirdi [6, 8-10].

Əksər ölkələrdə müəssisələrin kiçik müəssisələrə aid edilməsi zamanı əsas kriteri kimi işləyənlərin sayı və satışın həcmi götürülür. Məsələn, ABŞ-da müəssisələri beş qrupa bölürlər:

- ən kiçik – 1 nəfərdən 20 nəfərədək;
- kiçik – 25-dən 99 nəfərədək;
- aralıq – 100-dən 499 nəfərədək;
- iri – 500-dən 999 nəfərədək;
- ən iri – 1000 nəfərdən çox.

Əvvəlki iki qrup müəssisələr kiçik müəssisələr adlanır.

Yaponiyada isə işçilərin sayı 20 nəfərədək olan sənaye

müəssisələrini kiçik müəssisələrə aid edirlər [3, 36].

ABŞ-da kiçik müəssisələr mürəkkəb və müasir texnika ilə yaxşı təchiz edilmişdir. Onların, demək olar ki, hamısı bu və ya digər dərəcədə federal hökumətin, TMS-in və özəl firmaların sifarişi əsasında işləyirlər. Onlar elmi-tədqiqat işləri, mühəndis axtarırları aparır, yeniliklərin reallaşdırılması ilə məşğul olurlar. Təsadüfi deyildir ki, kompüter yaradılması ideyası və həmin ideyanın həyatda reallaşması da ilk dəfə kiçik biznesə məxsus olmuşdur.

Yaponiyada da davamlı və sürətli iqtisadi inkişafın əsasını kiçik sahibkarlıq təşkil edir. Bu ölkədə əmtəlik məhsulun 55%-i, topdansatış ticarətin 60%-i, pərakəndəsətış ticarətin isə 80%-dən çoxu kiçik müəssisələrin payına düşür [7, 111].

Avropa Birliyi ölkələrində də davamlı iqtisadi inkişafın əsasında kiçik biznesin səmərəli fəaliyyəti dayanır. AB çərçivəsində kollektiv razılaşmalar kiçik biznesin də sürətli inkişafına geniş yol açdı. Bu birlikdə kiçik sahibkarlıq fəaliyyəti ölkə sərhədlərini aşaraq regional – dövlətlərarası səviyyədə fəaliyyət göstərməyə başlamışdır. Bunun üçün AB çərçivəsində əmtəə, kapital və işçi qüvvəsinin sərbəst hərəkəti haqqında dövlətlərarası razılaşmalar əlverişli şərait yaratmışdır.

Çinin dünyada aparıcı hegemon dövlətə çevrilməsində kiçik sahibkarlığın inkişafının rolu xüsusən böyükdür. SSRİ-nin siyasi və iqtisadi iflası Çin rəhbərliyini vadar etdi ki, ölkədə iqtisadi inkişaf mexanizminə yenidən baxsın, iqtisadi həyatın liberallaşdırılmasına yol versin. Belə bir şəraitdə Çinin bazar iqtisadi sistemində kiçik biznesə xüsusi yer verilir. Görülən tədbirlər nəticəsində ölkədə tikinti materiallarının təxminən yarısını, kömür çıxarılmasının 55%-ni, ipək məmulatları, paltar, ayaqqabı istehsalının 50%-dən çox hissəsini kiçik sahibkarlıq verir.

Bu ölkədə kənd təsərrüfatının sürətli inkişafında kiçik biznes xüsusən böyük rol oynayır.

Yeni sənaye ölkələrinin dünyanın iqtisadi meydanında ön plana çıxmasında da kiçik sahibkarlığın rolu böyükdür. Bu ölkələr qısa tarixi dövr ərzində sənayecə inkişaf etmiş ölkələrin sıralarına daxil oldular və özlərinin yüksək keyfiyyətli məhsulları ilə dünya bazarlarını fəth etməyə başladılar. Onların durmadan artan ixracatında kiçik biznes mühüm rol oynayır. Ona görə də mütəxəssislər birmənalı olaraq qeyd edirlər ki, Şərqi Asiyanın yeni sənaye ölkələrinin sənayesinin strukturunun mühüm səciyyəvi cəhəti kiçik və orta sahibkarlığın xüsusi çəkisinin yüksək olmasıdır [8, 64].

Yeni sənaye ölkələrinin hamısında kiçik sahibkarlıq yaxşı təşkil olunmuş və sürətlə inkişaf edir. Kiçik biznesin inkişafı sahəsində əhəmiyyətli nailiyyətlər əldə etmiş Tayvanın təcrübəsi xüsusi maraq doğurur. Təsadüfi deyildir ki, Asiya – Sakit okean İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatı (ATES) «ATES»-in müxtəlif inkişaf mərhələlərində kiçik və orta biznesin maliyyələşdirilməsi mexanizminin təkmilləşdirilməsi üzrə qabaqcıl təcrübənin istifadə edilməsinin əsas istiqamətləri haqqında birinci simpoziumu məhz Tayvanda təşkil etmişdir.

Hal – hazırda Tayvanda ÜDM-un 45%-ni, məşğulluğun isə 78%-ni kiçik və orta sahibkarlıq təşkil edir və onlar iqtisadiyyatın lokomotivinə çevrilmişlər. Bu ölkədə kiçik və orta sahibkarlığın 58 illik tarixi vardır. Onun inkişafını mütəxəssislər 7 mərhələyə bölürlər:

1. 1940-cı illərin axırları – 50-ci illərin əvvəlləri – islahatlar dövrü.
2. 1950-ci illər – idxaləvəzətmə siyasətinin birinci mərhələsi.

3. 1960-cı illər – ixracat potensialının sürətli artımı dövrü.
4. 1970-ci illər – xüsusən yüngül sənaye sahəsində idxalı əvəz etmə siyasətinin ikinci mərhələsi.
5. 1980-ci illər – yüksək texnologiya sənayesinin meydana gəldiyi dövr.
6. 1990-cı illər – sənayenin strukturunda dəyişiklik dövrü.
7. XXI əsrin əvvəllərində – çağırış planının reallaşmağa başladığı dövr [2, 79-80].

2002-ci ildə ÇXR-in sürətli inkişafına və qloballaşmanın çağırışına cavab olaraq Tayvanda milli inkişaf planı hazırlandı. Kiçik və orta sahibkarlıq sahəsində Plan, xarici innovasiyanın cəlb olunmasını, elmi-tədqiqat və konstruksiya işləri alt proqramını, habelə istehsal edilən sənaye məhsulunun dəyərinin artması proqramını nəzərdə tutur. Plan çərçivəsində kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına 30,2 mlrd. ABŞ dolları, o cümlədən onun innovasiya fəaliyyətinin və elmi-tədqiqat işlərinin stimullaşdırılmasına 1,5 mlrd. ABŞ dolları ayrılmışdır. Kiçik və orta sahibkarlıq üçün məsləhət şəbəkələrinin formalaşdırılması, sahibkarın hazırlanması və yenidən hazırlanması, sərğilərin təşkil xəttləri üzrə işlər təşkil olunmuşdur. Planın əsas məqsədi – Tayvanın dünya bazarlarında rəqabət gücünü artırmaqdır. Tayvanın 2003-cü ildə Asiya – Sakit okean regionunda innovasiya biznesi sahəsində mərkəzə çərvilməsi nəzərdə tutulmuşdur.

Tayvanda kiçik və orta sahibkarlığın dəstəklənməsi üçün səmərəli şəbəkə yaradılmışdır. Bu sahədə 5 əsas istiqamət mövcuddur:

1. Tayvan hökuməti kiçik və orta sahibkarlığın dəyişən mühitdə, yeni ÜTT-yə daxil olma prosesində inkişafı üçün onun fəaliyyətinin hüquqi bazasını yaratmışdır. Çünki bu hüquqi baza beynəlxalq təcrübəyə və standartlara zidd olmamalıdır. İntellektual mülkiyyətin də ciddi qorunması nəzərdə tutulur. Biznes üçün yeni imkanlar axtarılması sahəsində yardım həyata keçirilir. Bu məqsədlə sahibkarların problemləri üzrə sual və cavablar dərc edilir. Hər il «Kiçik və orta biznes haqqında ağ kitab» çap edilir.
2. Hakimiyyət sahibkarların və onların innovasiya fəaliyyətinin dəstəklənməsi mexanizmini təkmilləşdirir. Yeni biznes və innovasiya Kolleci yaradılmışdır, müxtəlif mənbələrdən maliyyələşmənin və marketinqin planlaşdırılması sahəsində yardım göstərilir.
3. İnformasiya texnologiyalarının tətbiqi imkanların genişləndirilməsi üçün kiçik sahibkarlara elektron ticarəti sahəsində dəstək verilir. Bu məqsədlə mərkəz yaradılmışdır.
4. Müəssisələrdə idarəçiliyin səmərəliliyinin artırılması üçün yerli xüsusiyyətlərin nəzərə alınmasına diqqət verilir. Hakimiyyət xammal axtarışında onlara yardım edir, idarəçilik üzrə kurslar təşkil edilir.
5. Kiçik sahibkarlara hər cür xidmət göstərilməsi üzrə şəbəkə yaradılır. KİV-lərdə kiçik sahibkarların müsbət imicinin formalaşması sahəsində xidmət göstərilir.

Beləliklə, müasir dövrdə bütün ölkələrdə iqtisadiyyatın inkişafında işsizliyin aradan qaldırılmasında regional tarazlı inkişafın təmin olunmasında kiçik biznesə böyük əhəmiyyət verilir. Qloballaşmanın bütün dünyada yayılması adı çəkilən məsələlərdə kiçik sahibkarlığın rolunu daha da artırmışdır. Qlobal iqtisadi mühit və texnoloji inqilablar xarici bazarlara girmək və məhsulun maya dəyərini aşağı salmaq üçün yeni imkanlar yaratmışdır. Lakin, qloballaşma bu təsərrüfat subyektləri üçün yeni problemlər də yaratmış, onların risklərini artırmış, rəqabət

mübarizəsini kəskinləşdirmişdir. Qlobal iqtisadiyyatda kiçik biznesin rəqabət qabiliyyətinin artırılması müasir dünya dövlətlərinin qaşısında duran ən ciddi problemlərdəndir. Bu problemin həll edilməsi üçün rəqabət sahələrini və imkanlarını təhlil etmək və təsirli tədbirlər müəyyən edərək həyata keçirmək lazımdır.

Belə bir şəraitdə bir çox qabaqcıl ölkələrdə kiçik biznes rəqabət mübarizəsinə dözmək üçün sənaye kompleksləri və ya sənaye zonaları şəklində təşkil olunurlar. Belə zona və komplekslər kiçik sahibkarlara birləşdirilərək güclərini həm yerli səviyyədə, həm də beynəlxalq miqyasda artırmağa çalışırlar.

Sənaye kompleksi hər hansı bir məhsulun istehsalından satışına qədər geniş bir sahədə mövcud olan sektor və şirkətlərin toplusudur. Əgər hər hansı bir ölkədə istehsaldan alıcıya qədər gedən həlqədə yerləşən subyektlərin sayı çoxdursa, kompleks mövcud ola bilər. Firma və ya məhsulun rəqabət qabiliyyəti və ya üstünlüyünün artırılmasında belə komplekslər mühüm rol oynayırlar. Kompleksdə mövcud olan subyektlər arasında əlaqələr nə qədər güclüdürsə, onların rəqabət qabiliyyəti də bir o qədər yüksək olur. Təəssüf ki, Azərbaycanda belə komplekslər hələlik mövcud deyildir. ABŞ-da Kaliforniyada Silikon Vadisi, İngiltərədə Silikon Fen, Qamburqda və İtaliyadakı sənaye zonalarının texnoloji inkişaf və rəqabət qabiliyyətinin artırılmasında əldə etdikləri müvəffəqiyyətlər sənaye kompleksləri və zonalarına diqqəti olduqca artırmışdır. Beynəlxalq rəqabətə açıq olan bu komplekslərdə alt sənaye sektorları və oxşar sənayelərin birləşdirilməsi və onlara dəstək verən digər sahələrin, elmin, infrastrukturun inkişafı komplekslərdə rəqabət üstünlüyünü artırır.

Bu zaman rəqabət üstünlüyünün artırılması üçün aşağıdakı amillər nəzərə alınmalıdır:

- sənayenin sahə və alt sahələrində fəaliyyət göstərən müəssisələrin müştərəklər problemlərinin eyni yanaşma ilə müəyyən edilməsi və onların həlli yollarının axtarılması;

- mütəxəssislərin sıx iş birliyi şəraitində texnologiya, istehsalın idarə edilmə təcrübəsi, emalın müxtəlif həlqələrindən qarşılıqlı istifadə edilməsi, ehtiyatların qarşılıqlı şəkildə ödənilməsi, yeni məhsulların emalı prosesində təcrübə mübadiləsi kimi vacib məsələlərin təmin edilməsi;

- elmi və texnoloji yeniliklər haqqında informasiya mübadiləsi;

- oxşar və ya əlaqədar sənaye sahələrinin bir yerdə cəmlənməsi nəticəsində istehsal zəncirində bir-birini tamamlayaraq yeni məhsul, üsul və xidmətlərin birgə yaradılması və inkişaf etdirilməsi;

- oxşar və ya bir-birini dəstəkləyən istehsalla məşğul olan müəssisələrin eyni bölgü kanallarından istifadə edə bilmə və ya müştərəklər bölgü kanallarının yaradılması imkanlarının genişləndirilməsi.

Məlum olduğu kimi, iqtisadi fəaliyyətin qloballaşmasına baxmayaraq eyni sahələrdə çalışan firmalar üçün coğrafi yaxınlıq güclü rəqabət mənbəyidir. Hətta bütün dünya miqyasında fəaliyyət göstərən transmilli şirkətlər məkəncə onlara yaxın firmalarla rəqabət durumundadırlar. Dünya ölkələrinin təcrübəsində sənaye komplekslərinin və ya zonalarının yaradılması zərurəti həm də bu məsələ ilə əlaqədardır.

Azərbaycan realılıqlarında kənd təsərrüfatı məhsullarının emalı sahəsində, təkrar xammal istehsalı və bir çox digər sahələrdə belə komplekslərin yaradılması olduqca vacibdir.

Azərbaycanda da həmin prosesin başlanması və inkişaf etdirilməsi

dövlət tərəfindən ciddi şəkildə dəstəklənməli və təşviq edilməlidir. Respublika Prezidenti cənab İlham Əliyevin tapşırığı ilə hazırlanan sənayenin inkişaf proqramında və «Regionların sosial-iqtisadi inkişafı» üzrə yeni Dövlət Proqramında deyilən məsələlərin nəzərə alınması olduqca vacibdir [1]. Belə bir dövlət siyasəti hazırlanarkən kiçik müəssisələrin xammal, material, texnologiya, kredit və s. əldə etməsində, istehsal etdikləri məhsulların reallaşdırılmasında qarşılarına çıxan çətinliklər nəzərə alınmalıdır.

Kiçik sahibkarlığın qlobal iqtisadiyyatın tələblərinə uyğun olaraq inkişafında dövlət siyasətinin və dövlət sektorunun rolu böyükdür.

Kiçik sahibkarlığın fəaliyyətinin müasir səviyyədə təşkilində elektron ticarətin böyük əhəmiyyəti vardır, çünki elektron texnikası həmin müəssisələrin rəqabət qabiliyyətinin artırılması üçün yeni imkanlar yaradır. Ancaq indiki şəraitdə ölkəmizdə mövcud olan kiçik sahibkarlıq bu imkanları yetərincə dəyərləndirə və istifadə edə bilmir. Ona görə də kiçik sahibkarlığın dəstəklənməsi üzrə dövlət siyasətində bu məsələ də nəzərə alınmalıdır [9, 45-46].

Məlum olduğu kimi, yenilik, innovasiya, yeniləşmə həm yüksək texnologiya ilə işləyən müəssisələrdə, həm də ənənəvi sənaye sahələrində istər yerli, istərsə də xarici bazarlarda rəqabət qabiliyyətinin artırılmasının vacib şərtləridir. Ona görə də qabaqcıl dünya dövlətlərində daimi modernləşmə müəssisələrin fəaliyyətinin onurğa sütununu təşkil edir. Innovasiyanın tətbiqi, yeni biliklərin gecikmədən mənimsənilməsi sürətli inkişaf üçün müəssisələrin «özlərini yenidən dərk etmə»si mənasını verir. Bu yeniləşmə çox vaxt texnologiya və marketinq proseslərindən də kənara çıxır və miqyası olduqca genişdir.

Ona görə də, bu ölkələrdə xüsusi innovasiya müəssisələrinin yaradılmasına və fəaliyyətlərinin genişləndirilməsinə böyük əhəmiyyət verilir. Belə müəssisələr bir çox sənaye sahələrində öncüllük edir və beynəlxalq miqyasda fəaliyyət göstərməyə başlayırlar. Onlar kiçik sahibkarlığın inkişafı sahəsində strateji kursun hazırlanmasında və həyata keçirilməsində də ciddi rol oynayırlar. Ona görə də innovasiya ilə məşğul olan kiçik müəssisələrin yaradılması və hər vasitə ilə inkişaf etdirilməsi bütün dünyada olduğu kimi Azərbaycanda da günün təxirəsalınmaz vəzifələrindəndir. Onların kapitalları və kredit ittifaqlarının təminatı, sənaye və texnologiya üzrə mülkiyyət hüquqlarının qorunması üzrə tədbirlər görülməlidir. Innovasiya sahəsində fəaliyyət göstərən kiçik müəssisələr yeniliklərin həm tedarükçüsü, həm də istehlakçısıdır. Belə xidmətlər qeyri-maddi varlıqların formalaşmasına və firmaların rəqabət gücünün artırılmasına yardım edir.

Beləliklə, amerikalı iqtisadçısı Nikolas K.Siropolisin qeyd etdiyi kimi, kiçik biznes böyük ehtimalla gələcəkdə də iqtisadiyyatda tərəqqini stimullaşdıracaqdır [10, 21].

## **ƏDƏBİYYAT**

1. «Xalq qəzeti», Bakı, 2009, 24 fevral.
2. Vəliyev D.Ə. Azərbaycanın global iqtisadiyyata inteqrasiyası. Bakı: Adil-oğlu nəşriyyatı, 2008, 428 s.
3. Yahudov X.M. Müəssisənin iqtisadiyyatı. Bakı: Çıraq, 2005, 504 s.
4. Məmmədli O., İsmayılov F. Bazar iqtisadiyyatının dövlət tərəfindən tənzimlənməsi. Bakı: MBM, 2006, 432 s.
5. Кэмпвелл Р. Макконел, Стенли Л. Экономикс. Баку: Азербайджан, 1992, том 2, 399 с.
6. Ахмедов А.И., Салимов С.В., Мухсинова Л.Х. Развитие малого бизнеса в Азербайджане. Баку: Авангард, 1999, 109 с.
7. Müftioğlu T. Türkiyede küçük ve orta işletmeler. Ankara: 1990, 111 s.
8. Лаврентьев В.Н. Новые индустриальные страны Азии: перестройка промышленной структуры. М.: Наука, 1990, 74 с.
9. Бирюков А. Развитие малого и среднего бизнеса – локомотив экономики // Вопросы экономики, 2004, № 9, 130 с.
10. Николас К. Сирополис. Управление малым бизнесом. М.: Дело, 1997, 31 с.

## **ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИКИ И МАЛОГО БИЗНЕСА В РАЗВИТЫХ СТРАНАХ**

**В.М.НАЗАРОВ, А.Ш.ГАМБАРОВ**

### **РЕЗЮМЕ**

В работе отмечается, что в развитых странах мира в условиях гегемонии крупных монополистических компаний малому предпринимательству удалось сохранить свои позиции в общественной жизни. В сфере малого бизнеса половина БВП, создается, формируется треть экспорта и инвестиций.

В статье, на основании анализа практики организации деятельности малого предпринимательства развитых стран, дается оценка значимости этого опыта для азербайджанской экономики.

## **THE EXPERIENCE OF ORGANIZATION OF SMALL BUSINESSES IN DEVELOPED COUNTRIES**

**V.M.NAZAROV, A.Sh.QAMBAROV**

### **SUMMARY**

The article investigates the ways small businesses succeed to preserve their position in the society under the conditions of hegemony of big monopolistic companies in the developed countries of the world.

Besides, the author analyses the experience of organizing the activity of small businesses in developed countries and points out the significance of this experience in Azerbaijan economy.