

AUDİT 2023, 4 (42), səh. 70-77.

AUDIT 2023, 4 (42), pp. 70-77.

АУДИТ 2023, 4 (42), стр. 70-77.

DOI: 10.59610/bbu4.2023.4.7

Həşimova Günay Qnyaz qızı,
doktorant,

Bakı Biznes Universiteti,

E-mail: gunay.hesimova07@gmail.com

© Həşimova G.Q., 2023

UOT - 658

KİÇİK VƏ ORTA SAHİBKARLIQ SUBYEKTLƏRİNDƏ RƏQABƏTQABİLİYYƏTLİLİYİNİN YÜKSƏLDİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ

X Ü L A S Ə

Tədqiqatın məqsədi - kiçik və orta sahibkarlıq rəqabətqabiliyyətliliyinin mövcud vəziyyətinin təhlil edilməsindən və əldə olunan məlumatlar əsasında təkliflər verilməsindən ibarətdir.

Tədqiqatın metodologiyası - tədqiqatın aparılması zamanı kontent təhlili, ikincili məlumat təhlili, analiz, sintez və s. metodlardan geniş istifadə olunmuşdur.

Tədqiqatın tətbiqi əhəmiyyəti - KOS-ların inkişaf etdirilməsinə dair bir sıra strategiya, plan və proqnozların hazırlanmasında bu tədqiqatın nəticələrindən istifadə edilə bilər.

Tədqiqatın nəticələri - KOS-larda rəqabətqabiliyyətliliyin artırılması istiqamətləri kimi əsasən elmi texniki yenilik, investisiya cəlbəediciliyinin artırılması yolları və dövlət dəstəyi qeyd olunmuşdur.

Tədqiqatın orijinallığı və elmi yeniliyi - KOS-larda rəqabətqabiliyyətliliyin artırılması istiqamətləri əhatəli şəkildə təhlil edilmiş və müvafiq təkliflər verilmişdir.

Açar sözlər: KOS-lar, sahibkarlıq, rəqabət, rəqabətqabiliyyətlilik, dövlət dəstəyi, iqtisadi inkişaf perspektivləri.

G İ R İ Ş

KOS-ların balanslı regional inkişafın və təşkilatın təşviqinə kömək etməsi uzun müddətdir iqtisadiyyatın ən mühüm məsələlərindən biridir. İqtisadiyyatdakı rolları ilə KOS-lar illərlə ön plana çıxdı, bir çox böyük şirkətin yerinə yetirmədiyi bəzi xidmətləri tamamladı və böyük müəssisələrin sənaye alt tələblərinin hamısını təmin etməməklə iqtisadiyyata fayda gətirdi.

Ümumiyyətlə, KOS-un daha aktiv istehsal gücünə sahib olması səbəbindən, tələbin dəyişməsinə və sıx rəqabətə tez cavab verə bilər, milli gəlirə, məşğulluğa, məhsuldarlığa və sahibkarların inkişafına töhfə verir. İnkişafın müxtəlif mərhələlərində və müxtəlif sosial, iqtisadi, coğrafi, mədəni və siyasi vəziyyətlərdə olan millətlərin ortaq keyfiyyətlərindən biri də firmaların sayı, investisiya və məşğulluq standartları baxımından əhəmiyyətli bir iqtisadi töhfədir. Bəzi şirkətlər bizneslərinin təbiəti səbəbindən KOS qalmağa məcbur olurlar, digərləri isə böyümə perspektivlərini yaxşılaşdırır və daha böyük şirkətlər olurlar. Nəticədə, bazar iqtisadiyyatının dinamik quruluşu və gücü onun KOS-un sistem içərisindəki aktivlərinə və gücünə sıx bağlıdır.

KOS-lar yalnız iqtisadi həyatda deyil, həm də sosial həyatda mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Ölkənin hər yerində yayılmış olduqları üçün KOS-lar regional inkişaf qeyri-bərabərlik-

AUDİT 2023, 4 (42), səh. 70-77.

AUDIT 2023, 4 (42), pp. 70-77.

АУДИТ 2023, 4 (42), стр. 70-77.

lərinin aradan qaldırılması, mülkiyyətin bölüşdürülməsi, iş imkanları və s. üçün əhəmiyyətli bir amildir.

KOS tez-tez böyük korporasiyaların təmin edə bilmədiyi və ya etmək istəmədiyi yenilikçi fikirlər, məhsullar və xidmətlərin əsas mənbəyidir. Çünki iri şirkətlərin eyni məhsulu uzun müddət istehsal etməsi tələb olunur, eyni zamanda miqyaslı iqtisadiyyatın şəbəkəsindən yararlanmaq üçün maşın, avadanlıq və işçi qüvvəsinə böyük xərclər qoyulur. Bununla birlikdə, KOS-un uzun müddət eyni məhsulu yaratması tələb olunmur. Sahiblik və idarəetmə funksiyalarını birləşdirən qərar qəbul mexanizmi ilə böyük miqyaslı müəssisələrin bürokratik strukturlarından fərqli olaraq, KOS-un istehsal prosesi yüksək səviyyədə inteqrasiya olunmuşdur, şirkətə yeni idarəetmə və təşkilati strukturlara, yeni istehsal proseslərinə, yeni miqyaslandırma texnikalarına, yeni marketinq taktikalarına və özlərinə asanlıqla uyğunlaşmağa imkan verir. Bu münaqişədə, KOS son dərəcə kiçik və ya süni irəliləyişləri, eləcə də fundamental yenilikləri təklif edə bilər. Burada vacib olan yeniliyin texniki xarakteri deyil, bazar dəyəridir. Bu, müştərilərin sayına təsir göstərəcək. KOS-ların milli iqtisadiyyata əhəmiyyətli dərəcədə töhfə verməsi təəccüblü deyil.

KOS-lar sahibkarlara böyük şirkətlərə nisbətən iki əhəmiyyətli rəqabət üstünlüyü verə bilər. Bu, müştərilər və əməliyyat işçiləri ilə daha güclü əlaqələr qurmağı, həmçinin marketinq, istehsal və xidmət sahələrində nəhəng korporasiyalardan daha çevik olmağı əhatə edir. KOS, yerli bazarı tanıyan və keyfiyyətlərini və tələblərini daha yaxşı başa düşən alıcılar və satıcılarla yaxından işləyir. KOS-ların tərkibinə dörd növ dəyişən amil hakimdir. Xüsusilə müştərilərlə güclü qarşılıqlı əlaqələri kiçik müəssisələrə daha böyük təşkilatların edə bilmədiyi bir üstünlük verir. Bazarı yaxından izləmək, müştəri ehtiyaclarını daha dərinlən anlamaq və işçilərlə daha sıx əlaqələr qurmaqla, KOS istehsal, marketinq və xidmət sahələrində böyüklərdən daha çox azadlığa malikdir. Bu çeviklik KOS-lara xarici mühitdəki dəyişikliklərə vaxtında və yerli olaraq uyğunlaşmağa imkan verir, bu da KOS-lara daha az tullantı ilə bir çox çatışmazlığı aradan qaldırmağa imkan verir.

Rəqabət və rəqabətqabiliyyətlilik

Ən geniş tərifinə görə, rəqabət, iqtisadi cəhətdən müstəqil qurumların öz maraqları nəminə bir-biri ilə əlaqəsi olaraq təyin olunur. Fəlsəfi baxımdan rəqabət daha yaxşı şərait üçün mübarizədir, iqtisadi kontekstdə rəqabət həm mübarizə (müştərilərin, iqtisadi resursların, yeni texnologiyanın əldə edilməsi, kapital investisiyaları üçün daha səmərəli sahələrin tapılması və s.) və həm də əməkdaşlıq (infrastruktur tikintisi üzrə birgə iş, birgə elmi və texnoloji layihələrin həyata keçirilməsi, vahid standartların qəbul edilməsi və s.) kimi qəbul edilir.

İstehsalın rasionallaşdırılması və yeni texnologiyaların istifadəsi kimi meyillər rəqabətdə ifadə edildikdə, milli iqtisadiyyatın və cəmiyyətin rifahını artırır. Rəqabət və rəqabətqabiliyyəti bazar iqtisadiyyatı sisteminin fəaliyyətini təmin edən ən əsas komponentlərdir. Qloballaşan dünyada inkişafın müasir mərhələsi dövlətlərarası əlaqələrin genişlənməsi və dərinləşməsi, eləcə də müstəqil bazar girişləri ilə fərqlənir. Nəticədə, hər bir ölkənin iqtisadiyyatında bir çox elementin nəticəsi olaraq inkişaf edən rəqabət şəraiti əsasən iqtisadi səmərəlilik indekslərində təmsil olunur.

Rəqabət iqtisadi mahiyyətini bir neçə səviyyədə ifadə edir. **Mükəmməl rəqabət** bir bazarda o qədər çox satıcı və alıcı olan bir rəqabət növüdür ki, dəyişən bazar strukturuna təsir

AUDİT 2023, 4 (42), səh. 70-77.

AUDIT 2023, 4 (42), pp. 70-77.

АУДИТ 2023, 4 (42), стр. 70-77.

edə bilmir və məhsullarını təklif miqdarının dəyişdirilməsi ilə dəyişdirilə bilməyən sabit bir qiymətə satmağa məcbur olurlar. İqtisadi bir mühit var ki, istehsalçıların optimal istehsal səmərəliliyi və mükəmməl rəqabət ilə idarə olunan bir bazarda təqdim olunan məhsulların müxtəlifliyinin yenilənməsi və zənginləşdirilməsi üçün çoxsaylı seçimləri var. Mükəmməl rəqabət, qiymət və məhsul keyfiyyətinin vahidliyi, eləcə də bazar iştirakçılarının iştirak edən maddələr haqqında bərabər məlumatlara sahib olması kimi şərtləri tələb edir. Əgər tələb olunan meyarlardan ən azı biri yoxdursa, bu, qeyri-mükəmməl rəqabət sayıla bilər. Qeyri-mükəmməl rəqabət eyni malın bir neçə deyil, nisbətən az miqdarda yalnız bir istehsalçının olduğu bir növ bazar iqtisadiyyatıdır. Mövzuya aid məlumat digər iştirakçıların əlində deyil. Bazara giriş və çıxma üçün bir çox süni maneə ilə əhatə olunduğu üçün sərbəst şəkildə daxil olmaq və çıxmaq olduqca çətindir. Qiymət tarazlığı deyilən bir şey yoxdur. Az sayda oyunçu olduqda gələcəkdə monopolist olma ehtimalı daha yüksəkdir. Məhsulların və xidmətlərin istehsal həcmi və qiymətini müstəqil olaraq təyin edən monopoliyadan fərqli olaraq, real dünyada oliqopol bazarı və nəticədə qeyri-mükəmməl rəqabət var. Oligopolistik bir bazar, az satıcıya sahib olan və süni maneələr səbəbindən giriş çətin olan bir bazardır. Bu bazar şəklində hər bir oyunçu rəqibinin davranışını nəzərə almalıdır. Bir çox hallarda, satıcılar birləşir və maksimum mənfəət əldə etmək üçün bir qurumun adından fəaliyyət göstərirlər.

Rəqabətin iqtisadi təbiətinə görə, rəqabətin iqtisadi tərəqqinin dolayı stimullaşdırıcısı olduğu, nəticədə yeni texnologiyaların qəbulunun sürətləndirilməsi ilə təqdim olunan məhsul və xidmətlərin müxtəlifliyinin zənginləşdirilməsi ilə nəticələndiyi iddia edilir.

Rəqabətliklik, rəqabət anlayışının əsasını təşkil edən başqa bir mühüm termdir. İqtisadi nəzəriyyədə rəqabət qabiliyyətini təyin edən qiymətləndirmə üçün vahid bir metod və ya yanaşma yoxdur.

Həm yerli, həm də global bazarlarda təklif etdikləri məhsulların və ya xidmətlərin geniş çeşidi və yüksək keyfiyyəti sayəsində digər oyunçularla kifayət qədər rəqabət qabiliyyətinə malik olan müəssisələrin olması milli iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətini göstərir. Beynəlxalq bazarlara satılan məhsulların və xidmətlərin yüksək keyfiyyəti və miqdarı rəqabət qabiliyyəti haqqında əhəmiyyətli məlumat verirsə də, milli və xarici kapitalın integrasiyası prosesi ilə əlaqəli uyğunlaşma tələbləri eyni dərəcədə ciddidir. Bu yanaşmada, dövlətin iqtisadi mühitinin təkmilləşdirilməsi funksiyaları getdikcə özünü təmin edir, bu da, ilk növbədə, xarici kapitalın cəlb edilməsi xərclərini artırır.

Rəqabət qabiliyyəti göstəricilərinin və dəyişənlərinin öyrənilməsi gələcəkdə iqtisadi rəqabət məsələlərinə nəzəri və praktiki həll yolları üçün çox vacibdir. Rəqabət qabiliyyəti problemləri milli iqtisadi artımda ən kritik iqtisadi konsepsiya kimi ortaya çıxır. Keçmiş global maliyyə böhranının dünya iqtisadiyyatına əsaslı təsiri və dünya iqtisadiyyatının inkişafının dəyişən dinamikası milli iqtisadiyyatların son zamanlar rəqabət qabiliyyətinin və rəqabət qabiliyyətinin yaxşılaşdırılması ilə bağlı çətinliklərlə fəal şəkildə məşğul olmalarının əsas səbəbləridir. Sənayenin rəqabət qabiliyyətindəki rəqabət səviyyəsini və digər səviyyələrdə (region, ölkə, müəssisə və s.) rəqabət qabiliyyəti göstəricilərini artıran ən əhəmiyyətli element anti-innovasiya mövqeyidir. Mövcud sübutlara görə, ən yaxşı global rəqabət qabiliyyətinə malik olan millətlər yüksək texnologiya istehsal edən çoxmillətli müəssisələrdir.

AUDİT 2023, 4 (42), səh. 70-77.

AUDIT 2023, 4 (42), pp. 70-77.

АУДИТ 2023, 4 (42), стр. 70-77.

Kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin rəqabətqabiliyyətlik meyarının mövcud vəziyyəti

Sahibkarların hazırkı və gələcək milli və qlobal bazarlarda qiymət və keyfiyyət baxımından xarici və ya yerli rəqiblərdən daha cəlbedici məhsullar hazırlama qabiliyyətinə müəssisənin rəqabət qabiliyyəti deyilir.

Aşağıda Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlığın rəqabət qabiliyyətinə təsir edən əsas məsələlər göstərilmişdir.

1. Təqdim olunan ideyanın qeyri-müəyyənliyi nəticəsində kiçik müəssisələrin rəqabət qabiliyyətinin səviyyəsini qiymətləndirməkdə çətinlik. Çoxölçülülük aşağıdakı kimi müəyyən edilir:

- Rəqabət qabiliyyətindəki dəyişikliklərə təsir edən proseslərin dinamikası və nisbi sürəti.
- Rəqabət qabiliyyəti yalnız bir iqtisadi obyektin rəqabət aparən analoqlarla müqayisəsi ilə müəyyən edilə bilər.
- Rəqabət qabiliyyəti anlayışı iqtisadi fəaliyyətin müxtəlif sahələrinə vahid şəkildə tətbiq edilə bilər.
- Məhsulun rəqabət qabiliyyəti bir çox amillərin təsirinin nəticəsini əks etdirən birləşmiş bir göstəricidir.
- Rəqabət qabiliyyəti və keyfiyyət, rəqabət qabiliyyəti və texnoloji (və ya texno-iqtisadi) səviyyə anlayışları arasında sıx qarşılıqlı əlaqə.
- Bir müəssisənin rəqabət qabiliyyətinin qiymətləndirilməsi müəssisənin istehsal və innovasiya potensialını, müəssisənin maliyyə sabitliyini, məhsulun təsviqi şəbəkəsini, rəqabət mühitinin vəziyyətini, əsas rəqiblərin sayını təyin edən bir sıra göstəriciləri əhatə edir.

2. Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin sayı nisbətən azdır.

Ümumiyyətlə, əlaqəli tədqiqatlar milli iqtisadi rəqabət qabiliyyətinin əsası olaraq müəssisələrin rəqabət qabiliyyətinə yönəlik. Azərbaycanın kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin rəqabət qabiliyyətinin səviyyəsi dövlət müəssisələrinin və ümumilikdə Azərbaycan iqtisadiyyatının rəqabət qabiliyyəti ilə sıx bağlıdır. Eyni zamanda inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisədə Azərbaycanda kiçik və orta müəssisələr çox deyil.

3. Kiçik və orta müəssisələrin qabaqcıl texnologiyalardan istifadəsi nisbətində iştirakı aşağı olsa da, inkişaf etmiş ölkələr rəqabət qabiliyyəti strategiyalarını kiçik və orta müəssisələr tərəfindən qabaqcıl tədqiqat və texnologiyalardan istifadənin təşviqinə əsaslandırırlar çox çevikdir və rəqabət mühitindəki dəyişikliklərə tez cavab verə bilər. Azərbaycanda kiçik və orta müəssisələr üçün innovasiya xərcləri nisbətən aşağıdır, lakin bu xərclərin artması, xüsusilə, bir xammal sənayesində nəzərə çarpır.

4. Giriş maneələri.

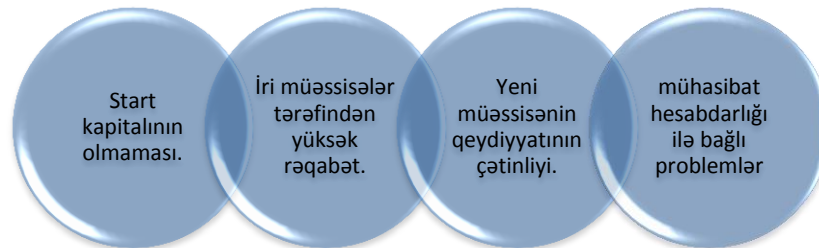
Azərbaycan vətəndaşlarının kiçik və orta müəssisələrə zəif cəlb olunması bu sahəyə giriş üçün nisbətən yüksək maneələr, kiçik və orta müəssisələr açmaq və fəaliyyət göstərmələrində olan problemlər və inkişaf perspektivlərini proqnozlaşdırmaq qabiliyyətinin olmaması ilə əlaqədardır. Bundan əlavə, ləğv edilən şirkətlərin əhəmiyyətli bir hissəsi rəqabətə qarşı tədbirləri həyata keçirmək üçün strategiyanın və qabiliyyətin olmaması ilə əlaqədardır.

Ən çox rast gəlinən problemlərdən bəziləri bunlardır:

AUDİT 2023, 4 (42), səh. 70-77.
AUDIT 2023, 4 (42), pp. 70-77.
АУДИТ 2023, 4 (42), стр. 70-77.

Qrafik 1.

KOS-ların qarşılaşdıqları bir sıra çətinliklər.



5. Kiçik və orta müəssisələrin maliyyə məsələləri.

Bu sahədə əsas problemlərdən biri, tarixən yüksək kredit dərəcələri ilə müəyyənləşdirilən boriclanmış vəsaitlərin yüksək qiymətidir. Kredit dərəcələrinin aşağı düşmə tendensiyasına baxmayaraq, mənbələr bahalı qalır, bu da kiçik və orta müəssisələrin geniş miqyaslı böyüməsinə imkan verməklə yanaşı həm də mane olur.

6. Kiçik və orta müəssisələrin rəqabət qabiliyyətinin əsas şərti olaraq Azərbaycan müəssisələrinin rəqabət qabiliyyətinin səviyyəsi. Bununla birlikdə, kiçik və orta sahibkarlığın fəaliyyət göstərdiyi bölgələrdən asılı olmayaraq, iş mühitinin inkişaf səviyyəsi və vəziyyəti bu cür müəssisələrin çiçəklənməsi üçün vacib və zəruri şərtlərdən biridir. Bu səbəbdən dövlət müəssisələrinin rəqabət qabiliyyəti ilə məşğul olan böyük beynəlxalq təşkilatların ciddi tədqiqatları dövlət müəssisələrinin rəqabət üstünlüyünə və bu müəssisələrin ölkədə inkişafını təmin edən iş mühitinin qiymətləndirilməsinə eyni dərəcədə diqqət yetirir.

Kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin rəqabətqabiliyyətlilik göstəricisinin artırılması istiqamətləri

Bəzi mütəxəssislər rəqabət qabiliyyətinin üç mərhələsini təsvir edirlər: yetişmək, davam etmək və irəli getmək.

Strateji rəqabət qabiliyyətinin iki əsas tərəfi var:

Texnologiyada və integrasiya olunmuş beynəlxalq istehsal sistemlərində qabaqcıl olmaq (əvvəlcədən getmək), köhnə və yeni sənaye sahələrindəki dəyişikliklərə uyğunlaşma qabiliyyəti və çevikliyi.

Rəqabət qabiliyyətinin və sənaye performansının təkanverici amillərindən biri ixtisaslı işçi qüvvəsinin səviyyəsi, istehsal müəssisələrinin tədqiqat və inkişaf xərcləri ilə göstərilən texnoloji səy, texnologiya idxalı və infrastrukturudur.

Zəncir. Qazancların davamlı olması üçün insan bacarıqlarının və texnologiyalarının təkmilləşdirilməsinə əsaslanmalıdır. Fərqlilik və marjinalaşma sənaye səhnəsində güclü xüsusiyyətlərdir. Ancaq sənaye inkişafı sıfır məbləği bir oyun deyil; Bütün ölkələr üçün istehsalın və ticarətin artması ilə qazanc əldə etmək mümkündür. Müvəffəqiyyətli sənayeləşmə ölkələrin global iqtisadiyyatla əlaqələndirilməsini və endogen qabiliyyətləri və rəqabət qabiliyyətini yaxşılaşdırmaq üçün təklif etdiyi resurslardan istifadə etməsini tələb edir. Bu əlaqələndirmə yalnız passiv açılmaq deyil, güclü təşəbbüslərə ehtiyac duyur və əsasən ölkələrin lazım olan qabiliyyətləri yaratmasıdır. Beləliklə, rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün siyasət

AUDİT 2023, 4 (42), səh. 70-77.

AUDIT 2023, 4 (42), pp. 70-77.

АУДИТ 2023, 4 (42), стр. 70-77.

və proqramlar ölkə daxilində müəssisə səviyyəsində istehsal gücünün artırılmasına yönəlməlidir.

Rəqabət qabiliyyəti strategiyasının əsas məqsədi mövcud fəaliyyətlərin təkmilləşdirilməsi və yeni bacarıqların və kapital intensiv fəaliyyətlərin daxil edilməsi yolu ilə ölkənin global iqtisadiyyatdakı struktur mövqeyini yaxşılaşdırmaqdır. Milli vizyon milli maraqlı tərəflər arasında konsensusa və həm milli hədəflərin, həm də onlara nail olmaq üçün atılmalı addımların bilincinə əsaslanmalıdır. Bu, mövcud siyasətlərin, proqramların və strukturların makro, mezo və mikro səviyyələrindəki güclü və zəif tərəfləri baxımından qiymətləndirmə ilə başlamalıdır. Sonra hesabatın əsasında, maraqlı tərəflər milli istehsalın əlavə dəyərinin artırılmasına kömək edən siyasət və proqramlar hazırlamalıdır. Dövlət müdaxiləsinin KOS-lara kömək etməsi üçün səbəb, yerli müəssisələrə maliyyə, informasiya, texnologiya və bazarlara daxil ola bilmədikləri üçün bir çox bazar çatışmazlığının imkanlarını inkişaf etdirməsinə mane olmasıdır. KOS-ların bu uğursuzluqları aradan qaldırmasına kömək etmək üçün xüsusi siyasət, proqramlar və müvafiq institusional çərçivələrə ehtiyac var. İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə həm böyük, həm də kiçik şirkətlər rəqabət qabiliyyətinə doğru gedə bilmək üçün daxili qabiliyyətlərini inkişaf etdirməli və davamlı olaraq artırmalıdır. Bu bacarıqlar mövcud fəaliyyətlərə əlavə dəyər vermək, yeni məhsullar hazırlamaq və yeni xidmətlər yaratmaq üçün istifadə edilə bilər ki, bu da global bazarda rəqabət apara bilər.

Bəzi inkişaf etməkdə olan ölkələrdə müəssisə siyasətinin bir sıra alətlərindən istifadə olunsa da, risk kapitalı vasitəsilə də daxil olmaqla, KOS-ların maliyyələşdirilməsi, xarici və yerli müəssisələr arasında əlaqələr qurulması, eləcə də tədqiqat və inkişafın, texnologiyanın yayılmasının, adaptasiyasının və ustalığının təşviqi üçün tədbirlərin müəyyənləşdirilməsi və tətbiqi üçün kifayət qədər yer var. Bununla birlikdə, inkişaf etməkdə olan ölkələrin əksəriyyətində nə texnologiya, nə də müəssisə siyasəti var və onlar üçün çətinlik onları yaxın gələcəkdə qəbul etməkdir. Mümkün koordinasiya çatışmazlıqlarının qarşısını almaq üçün təşkilatların yaradılması vacibdir.

KOS-lar üçün effektiv bir siyasət çərçivəsi, real məhdudiyyətləri və mümkün həll yollarını müəyyən etmək üçün inventarizasiya ilə başlamalıdır. Bu cür məhdudiyyətləri müəyyənləşdirməyin faydalı bir yolu dövlət-özəl sektorun qarşılıqlı əlaqəsi və dialoq vasitəsilə, beləliklə, əlverişli bir mühit yaratmaq və siyasətin ardıcılığını təşviq etməkdir. Hökumət, özəl sektor təşkilatlarının rolunu və statusunu inkişaf tərəfdaşı və özəl müəssisələrin sözcüsü kimi tanımalı və qəbul etməlidir.

Dövlət və özəl sektorlar arasındakı bu cür işgüzar əlaqələrin keyfiyyəti hətta bir ölkə üçün rəqabət üstünlüyü ola bilər. Əslində getdikcə daha çox bir-birindən asılı olan bir dünyada müəssisələr arasındakı rəqabətin tez-tez dövlət-özəl sektor münasibətlərinin müxtəlif sistemləri arasında rəqabət olduğu təklif edilmişdir. Dialoq mütəmadi, təmsilçi, yəni bütün maraqlı tərəfləri əhatə etməli və gündəliyinin açıqlanmasını təmin etməlidir. Mövzuya aid olan maraqlı tərəflərin iştirakını təmin etmək üçün onun vaxtını, iştirakını və baş verəcəyi yeri təşkil etmək olar və təşkil edilməlidir. Dialoqun olduğu yerlərdə daha tez-tez olması ağlabatandır. Fərdi müəssisəyə ən yaxın, yəni yerli səviyyədə (meso səviyyəsində). Şirkət daxilində texnoloji yeniləmə və məhsul keyfiyyətinin davamlı yaxşılaşdırılması son vaxtlar əldə edilmiş rəqabət qabiliyyətini itirməmək üçün vacib olur.

Üstünlüklər. Nəhayət, ölkələr irəlilədikdə davamlı innovasiya səyləri əsasında yeni məhsullar və proseslər dizayn etmək və inkişaf etdirmək qabiliyyəti vacib olur. Texnologiyaları əldə etmək, yaymaq və idarə etmək, eləcə də yenilik etmək qabiliyyəti bir çox yolla əldə edilə bilər. Bunlardan ikisi burada araşdırılır: klasterləşmə və şirkətlərarası əməkdaşlıq və ya iş əlaqələri.

AUDİT 2023, 4 (42), səh. 70-77.

AUDIT 2023, 4 (42), pp. 70-77.

АУДИТ 2023, 4 (42), стр. 70-77.

Hökumət biznes əlaqələrini ümumi inkişaf strategiyasına daxil etmək üçün uzaqgörənlik və öhdəlik götürməlidir; düzgün transmilli şirkətləri cəlb etməlidir; əhalisinin düzgün bacarıqlara sahib olmasını təmin etməlidir; həm transmilli şirkətlərə, həm də KOS-lara iqtisadi stimullar verməlidir və strategiyayı dəyişən şərtlərə davamlı olaraq uyğunlaşdırmaq üçün dövlət-özəl sektor dialoqu aparmalıdır. KOS-lara dəstək agentlikləri, idarəetmə və texniki bacarıqlar baxımından əsas bacarıqlarını artıraraq, KOS-lara KOS tərəfdaşlığını hazırlamaq üçün seçici dəstək verməlidirlər. TMK-lar kiçik və orta müəssisələrə məsləhət və təlimat vermək üçün sistemli bir yanaşma tətbiq etməli və yerli müəssisələrlə işləmək üçün ən yaxşı bilikləri olan yerli menecerlərə tapşırmağa hazır olmalıdırlar.

Y E K U N

Rəqabət qabiliyyətli bir şirkət resursların, informasiyanın və biliklərin, insan, maliyyə və fiziki aktivlərin düzgün idarə olunmasına və düzgün şəbəkə və əlaqələrə malik olmalıdır.

Araşdırmanın nəticəsi olaraq, KOB-ların rəqabət qabiliyyətinin artırılması strategiyasının üç səviyyəni nəzərə alması lazım olduğu görünür:

- a) müəssisənin idarə edilməsi;
- b) sektorun ticarəti dəstəkləyən mühiti;
- c) bazarlar.

KOB-ların həssaslığı, əsasən, onların istehsal şəbəkələrindəki mövqeyindən asılıdır. Yeni bazar şərtlərindən ən çox əziyyət çəkən müəssisələr, ümumiyyətlə, dəyər zəncirinin altındakı fəaliyyətlərdə iştirak edənlərdir, məhsulların hazırlanmasında iştirak edən müəssisələr isə müvəffəqiyyət şansına daha çox sahibdirlər.

Əsas əlaqəli amillərin müəyyənləşdirilməsi ilə əlaqədar olaraq, hökumətlər arasında əməkdaşlığa ehtiyac vurğulanıb (bu, əlverişli bir iş mühiti yarada, vergiləri azalda və logistika xərclərini və prosedur gecikmələrini azalda bilər).

Məqalədə dövlət siyasətlərinin struktur heterogenliyinin artması problemlərinin həlli-nə, insanların qeyri-rəsmi sektordan rəsmi sektora yenidən integrasiyasına və xarici iqtisadiyyatlarla məhsuldarlıq fərqi azaldılmasına yönəlməli olduğu vurğulanıb.

İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:

1. Abdullayeva Z.H. Kiçik sahibkarlıq subyektlərin iqtisadiyyatın inkişafında rolu. Dərs vəsaiti, Bakı, 2015, 98 s.
2. Aslanov S. X. Sahibkarlıq hüququ. Bakı, 2013, 220-221 s.
3. İbrahimov İ. H. Sahibkarlıq fəaliyyətinin tənzimlənməsi məsələləri. Bakı, 2010, 67 s.
4. İmanov Ə. Kiçik sahibkarlıq. Bakı, 2009, 47-48 s.
5. <http://www.economy.gov.az>
6. <http://www.erc-az.gov>
7. <https://www.academia.edu>
8. <https://www.articles.edu>
9. <http://unec.edu.az/application/uploads/2015/05/sEHLA.pdf>
10. <https://www.stat.gov.az/>
11. <https://economy.gov.az/article21404>
12. <https://smb.gov.az>

AUDİT 2023, 4 (42), səh. 70-77.
AUDIT 2023, 4 (42), pp. 70-77.
АУДИТ 2023, 4 (42), стр. 70-77.

Gunay Gnyaz Khashimova,
Ph.D. Student,
Baku Business University,
E-mail: gunay.hesimova07@gmail.com
© G.G. Khashimova, 2023

DIRECTIONS FOR INCREASING THE COMPETITIVENESS OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS ENTITIES

ABSTRACT

The purpose of the research - to analyse the current state of competitiveness of small and medium-sized enterprises and to make recommendations based on the information obtained.

The methodology of the research - during the conduct of the study, content analysis, secondary data analysis, analysis, synthesis, etc. methods were widely used.

The practical importance of the research - the results of the study can be used in the development of strategies for the development of SMEs.

The results of the research - scientific and technical innovation, ways of increasing investment attractiveness and state intervention were mainly mentioned as the directions for increasing competitiveness of SMEs.

The originality and scientific novelty of the research - the directions for increasing competitiveness of SMEs have been comprehensively analyzed and corresponding suggestions have been made.

Keywords: SMEs, entrepreneurship, competition, competitiveness, government support, economic and development prospects.

Гашимова Гюнай Гнязь кызы,
докторант,
Бакинский Университет Бизнеса,
E-mail: gunay.hesimova07@gmail.com
© Гашимова Г.Г., 2023

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

РЕЗЮМЕ

Цель исследования - состоит в анализе текущего состояния конкурентоспособности малых и средних предприятий и предоставлении рекомендаций на основе полученных данных.

Методология исследования - в ходе исследования широко использовались методы анализа контента, анализа вторичных данных, анализа, синтеза и т. д.

Практическая значимость исследования - результаты исследования могут быть использованы для разработки стратегий развития МСП.

Результаты исследования - качестве направлений повышения конкурентоспособности в МСП отмечены, в основном, научно-технические инновации, способы повышения инвестиционной привлекательности и государственная поддержка.

Оригинальность и научная новизна исследования - направления повышения конкурентоспособности в МСП были всесторонне проанализированы и были даны соответствующие предложения.

Ключевые слова: МСП, предпринимательство, конкуренция, конкурентоспособность, государственная поддержка, перспективы экономического развития.

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur:
04.10.2023
Təkrar işləməyə göndərilmişdir:
13.10.2023
Çapa qəbul olunmuşdur: 23.10.2023

The date of the admission of the article to
the editorial office: 04.10.2023
Send for reprocessing: 13.10.2023
Accepted for publication: 23.10.2023

Дата поступления статьи в редакцию:
04.10.2023
Отправлено на повторную обработку:
13.10.2023
Принято к печати: 23.10.2023