Arif Nail oğlu ƏLİYEV
Azərbaycan Kooperasiya Universitetinin doktorantı

SAHİBKARLIĞIN DETERMİNANTLARI VƏ ONUN ÖLÇÜLMƏSİNƏ MÜXTƏLİF YANAŞMALAR

Xülasə

Məqalədə "sahibkarlıq" anlayışının iqtisadi kateqoriya kimi təkamülü, əsas determinantları və onun inkişaf səviyyəsinin kəmiyyətcə ölçülməsi metodlarına həsr edilən tədqiqatlar müqayisəli təhlil edilib. Müəllif müxtəlif gəlirli ölkələrin timsalında adambaşına ÜDM həcmi ilə əmək haqqı alan işçilərin sayının cəmi məşğulların sayında faizlə payı arasındakı əlaqəni analiz edərək belə nəticəyə gəlir ki, bu iki göstərici arasında əlaqə güclüdür.

Açar sözlər: sahibkarlıq, iqtisadi artım, sahibkar, özüməşğul, Qlobal Sahibkarlıq Monitoru

JEL: H 00
UOT: 338
DOI: https://doi.org/ 10.54414/ZDSH9761

Giriş

"Sahibkar" və "sahibkarlıq" anlayışları Azərbaycan dilli elmi ədəbiyyat son 30 ildə geniş istifadə edilir. Təəssüf ki, ingilis dilli ədəbiyyatda "entrepreneur" və "entrepreneurship", rus dilli ədəbiyyatda "предприниматель" və "предпринимательство", türkdilli ədəbiyyatda "girişimçi" və "girişimçilik" kimi işlədilən bu anlayışlar Azərbaycandilli ədəbiyyatda, uyğun olaraq, "Sahibkar" və "sahibkarlıq" kimi tərcümə edilərək daha çox "mülkiyyətçi" ("owner") və "mülkiyyətçilk" ("ownership") anlamına daha yaxın mənalar daşıyır. Bunu nəzərə alaraq, biz "sahibkar" və "sahibkarlıq" anlayışlarını anların daşıdığı mənaya uyğun olaraq xarakterizə etməyə cəhd edəcəyik.

"Sahibkarlıq" "sahibkar" adlanan şəxslərin dəyər yaradan biznes fəaliyyətləridir. Lakin "sahibkar" olmaq üçün digərlərindən fərqli bəzi xüsusiyyətlərə malik olmaq tələb olunur. Sahibkarı digərlərindən fərqləndirən əsas xüsusiyyət onun bazarın imkanlarını daha yaxşı anlayaraq, gəlir götürmək bacarığının olmasıdır. Sahibkar olmaq üçün onun biznesinin miqyası vacib deyil. O, özüməşğul da ola bilər, kişik və ya orta biznesə, yaxud böyük biznesə malik ola bilər. Sahibkar bazarın imkanlarını hər an dəyərləndirməy bacarmalıdır. Bazarda rəqabətliliyi təmin etmək üçün o, yeni mal və ya xidmətin yaradılmasına, istehsal prosesini yeniləşdirməyə, yaxud idarəetmədə yenilik yaratmağa cəhd edir. Bu fəaliyyətlərin hər biri sahibkardan risklər tələb edir. Hər bir iqtisadiyyata xas olan resurs məhdudluğu ayrıca sahibkara da xasdır. O, özünün məhdud maliyyəsi ilə, insan resursları ilə, yaxud məhdud təbii resurslarla fəaliyyət göstərməyə məhkumdur. Ona görə də sahibkar bu resurslardan ən səmərəli istifadəyə can atır. İnsan resurslarından səmərəli istifadə muzdlu işçilərin bilik və bacarıqlarından maksimum istifadəyə, maliyyə resurslarından səmərəli istifadə əlavə xərclərin qarşısını aldığından sahibkar tarixən bəzi iqtisadi və siyasi nəzəriyyələrdə, xüsusilə marksizm

nəzəriyyəsində istismarçı obrazında təsvir edilir. Elə buna görə də bəzi iqtisadi nəzəriyyələrdə yaradılan əlavə dəyərin düsturunda “sahibkar” görünmür və onun əldə etdiyi mənfəət muzdlu işçilərin əlavə vaxtda istismaq nəticəsində yaratdıqları əlavə dəyər kimi xarakterizə olunur. Lakin Şumpeter sahibkarın hər an üzləşdiyi belə riskləri və onun daha yüksək mənfəət əldə etmək məqsədilə istehsalın səmərəliliyinə çalışmasını iqtisadiyyatın inkişafında mühüm amil hesab etdi. O, sahibkara yeni ideyaların, yeni mal və xidmətlərin, həmçinin yeni idarəetmə və istehsal proseslərinin yaradıcısı kimi yanaşır.

Baumol [1] tərəfindən “sahibkar”-a verilən tərif onun iqtisadi mahiyyətini kifayət qədər yaxşı ifadə edir. O qeyd edir ki, sahibkar iqtisadi fəaliyyətdə və iqtisadi təhlildə eyni zamanda həm maraq oyadan, həm də çətin başa düşülən şəxslərdəndir. O, uzun müddətdir ki, biznes fəaliyyətinin iyerarxiyanda ən zirvədədir və firmanın strategiyasını, davranızını müəyyən edir. O, həmçinin azad sahibkarlıq cəmiyyətinin mövcudluğu üçün əsas məsuliyyəti öz üzərinə götürüb. Şübhəsiz ki, “sahibkar” anlayışına verilən belə təriflər reallıqda heç də bütün sahibkarlara şamil edilə bilməz. Elə sahibkar var ki, onlar üçün mənfəət əldə etmək mühüm əhəmiyyət daşıyır. Eləəri də var ki, onlar üçün yeni ideyaların reallaşması, yeni mal və xidmətlərin, həmçinin yeni bazarların yaradılması mühüm stimullaşdırıcı amildir. Lakin “sahibkar” anlayışını xarakterizə edən əsas xüsusiyyətlər ondan ibarətdir ki. Onlar öz maddi və mənəvi imkanları ilə risk edərək, yeni mal və xidmətlərin, istehsal proseslərinin və idarəetmə sistemlərinin yaradılmasına çalışırlar. Bu fəaliyyətdə onlar həm maddi mənfəət də əldə edə bilərlər, həm də itirə bilərlər. Əksər sahibkar biznesi başlayır, sonra isə idarəetməni menecerlərə ötürür. Bəzi sahibkarlar isə biznesin idarəedilməsini uzun müddət öz nəzarətlərində saxlayırlar. Sahibkarın bazardakı vəziyyəti dərhal anlamasından, intuisiyasından, kollektivi toplamaq bacarığından, maliyyə vəsaitlərini düzgün idarəetməsindən biznesin sonrakı taleyi çox asılı olur. “Sahibkar” anlayışı həm də inadkarlıq xüsusiyyətini özündə daşıyır. Uğurlu sahibkar ilk uğursuzluqdan geri qayıtmayandır. Bu gün qlobal miqyasda uğurlu hesab edilən sahibkarların, demək olar ki, hamısı biznes fəaliyyətlərinin ilk vaxtlarında dəfələrlə uğursuzluğa məruz qalan, lakin inadkarlıq edərək, uğur qazanmağa çalışan və nəhayət nail olan insanlardır. Sahibkar uğura aparan yolda öz imkanlarından maksimum istifadə etməyə çalışır və əksər hallarda, həyatının mühüm hissəsini sevdiyi biznesə həsr edir. Bu gün dünyanın ən uğurlu sahibkarlarından hesab edilən İlon Mask qeyd edir ki, onun ilk şirkəti uğur qazanana qədər o özünə yaşamaq üçün mənzil almamışdı. Ofis kirayə edərək, orada həm işləyirdi, həm də divanda yatırdı. Yuyunmaq üçün isə YMCA-nın imkanlarından istifadə edirdi. Onun ayrıca kompüteri yox idi, qardaşı ilə birgə bir kompüterdən istifadə edirdilər. Bəzi hallarda isə yekdil qərarların qəbulu mümkün olmayanda qardaşı ilə problemi dalaşmaqla həll edirdilər [2]. Bu, həmin İlon Maskdır ki, bu gün onun maliyyə imkanları 300 milyard ABŞ dollarını aşıb.

Maraqlıdır ki, müasir dövrdə iqtisadi ədəbiyyatda geniş istifadə edilən “sahibkar” anlayışı heç də tarixən eyni mənanı daşımayıb. Bu anlayış zaman-zaman inkişaf edib. Nerys Fuller-Love [3] sahibkar anlayışının inkişafında altı səviyyəni bir-birindən fərqləndirir. Birinci səviyyə “alverçi” səviyyəsidir. Bu səviyyədə sahibkar hər hansı malı bir qiymətə alaraq digər qiymətə sayır. Əldə edilən fərq onun xərclərini ödəyir və əlavə mənfəət yaradır. Baxmayaraq ki, belə fəaliyyətdə əlavə dəyər birbaşa yaranmır, lakin sahibkar ticarət fəaliyyətini genişləndirməklə iqtisadiyyata əlavə təkan verir. İkinci səviyyə “kapitalist” səviyyəsidir. Bu

səviyyədə olan sahibkar hər hansı biznesə investisiya yönəldir. Kapitalist özü bu investisiyanı biznesdə idarə etmir. Bu fəaliyyəti biznesdə hər hansı menecer həyata keçirir. Bu halda sahibkar qoyduğu investisiyaya uyğun olaraq, mənfəət əldə edir. İqtisadiyyata əlavə kapital qoyuluşu hesabına sahibkarlığın bu səviyyəsi də iqtisadi artıma təkan verir. Sahibkarlığın üçüncü səviyyəsi "innovator" səviyyəsidir. Bu səviyyədə fəaliyyət göstərən sahibkar yeni ideyalar və konsepsiyalar irəli sürərək, yeni məhsul və xidmətlərin, həmçinin yeni bazarların yaranmasına təkan verir. Yeni ideyalara və konsepsiyalara görə belə sahibkarlar mənfəət əldə edirlər və iqtisadi inkişafa təkan verirlər. Dördüncü səviyyədə olan sahibkar kiçik biznes mülkiyyətçiləridir. Belə sahibkarlar özləri şəxsi bizneslərini yaradırlar və bu biznesi idarə edirlər. Beşinci səviyyəli sahibkarlar təşəbbüskarlığı olan şəxslərdir. Belə "təşəbbüskar şəxslər" istənilən sektorda, o cümlədən, ictimai və özəl sektorda, həmçinin böyük təşkilatlarda ola bilərlər. Beşinci səviyyədə olan sahibkar "texnoloji sahibkardır". Texnoloji sahibkar yeni texnologiyaları tətbiq etməkdə cəmiyyətdə və iqtisadiyyatda dəyişikliklər edir. Qeyd etdiyimiz bu ierarxiya əslində ayrı-ayrılıqda mövcud deyil. Belə ki, "innovator" səviyyəsində olan sahibkar, həm də geniş beynəlxalq ticarətlə məşğul ola, həmçinin digər biznes sahələrinə investisiya yatıraraq "kapitalist" rolunu oynaya bilər. Başqa sözlə desək, hansı səviyyədə fəaliyyət göstərməsinə baxmayaraq, sahibkar ona xas olan bir neçə fəaliyyətlə məşğul ola bilər. Bu fəaliyyətləri Nerys Fuller-Love aşağıdakı kimi qruplaşdırır:

- Arbitraj fəaliyyəti: eyni aktiv üçün fərqli qiymətlərdən faydalanmaq üçün müxtəlif bazarlarda və ya törəmə formalarda qiymətli kağızların, valyutanın və ya əmtəələrin eyni vaxtda alqı-satqısı;
- İdeyalara və imkanlara diqqət yetirmək;
- İnnovasiya fəaliyyəti: yeni məhsul və xidmətlərin, həmçinin yeni bazarlar və yeni istehsal üsullarının inkişafı;
- Maliyyənin artırılması (kapitalist fəaliyyəti): öz pulunun investisiya kimi yatırılması və ya xarici maliyyənin cəlb edilməsi;
- Yeni biznes yaradılması: yeni biznesin yaradılması və in kişaf etdirilməsi, həmçinin yeni iş yerlərinin yaradılması;
- Uğursuzla bağlı risk və qeyri-müəyyənliyin yükünün daşınması;
- Məhsullara və xidmətlərə tələb həcmini qabaqcadan görmək və belə tələbi yaratmaq bacarığının olması;
- Lederlik fəaliyyəti: Gələcəyi planlaşdırmaq qabiliyyətində və insanlara motivasiya vermək gücündə olmaq;
- Menecerlik fəaliyyəti: tələb olunan istehsal amillərinin və resurslarının təşkili;
- Yaradıcılıq fəaliyyəti: olmayan bir şeyi yaratmaq;
- Nəzarət fəaliyyəti: biznesdə vaxta və fəaliyyətə nəzarət etmək bacarığı;
- Vision fəaliyyəti: biznes üçün uzunmüddətli dövrü əhatə edən visiona malik olmaq;
- Müstəqillik: qərar qəbulunda müstəqillik;
- Proaktivlik: fəaliyyət başlamaq və strateji baxışı həyata keçirmək;
- İnadkarlıq: uğursuzluqlara baxmayaraq davam etmək;
- Mənfəət əldə etmək: sahibkarın mənfəəti onun öz üzrəinə götürdüyü risklərin əvəzidir.

Beləliklə, sahibkarın həyata keçirdiyi fəaliyyətlər ondan elə keyfiyyətlər tələb edir ki, belə keyfiyyətlər yalnız bəzi insanlarda olur. O insanlar digərinə nisbətən müqayisəli üstünlüklərə malikdirlər [4]. Sahibkara xas olan mühüm xüsusiyyətlər Şumpeter tərəfindən daha

daha aydın və dəqiq sadalanır: a)yeni mal yaradan və ya hər hansı malın yeni keyfiyyətinin yaradan; b) malın istehsalının yeni texnologiyasını yaradan; c)yeni bazar yaradan; d) xammal və ya qismən istehsal olunmuş məhsulların tədarükü üçün yeni mənbələri aşkar edən. Bu xüsusiyyətlərə amilk insan Şumpeterə görə innovatordur. Şumpeter ixtiranı (invention), innovasiyanı (innovation) və təqlidi (imitation) bir-birindən fərqləndirir. "İxtira" anlayışının elmi yükü biznes yükündən daha çox olması ilə innovasiyadan fərqlənir. O həmişə kommersiyalaşa bilmir. İxtiranın kommersiyalaşdırılması artıq innovasiyadır və bunu reallaşdıran şəxs sahibkar hesab edilir. Həmçinin hər hansı ideya əsasında biznesin yaradılması sahibkarlıqdır, lakin belə biznes yaradılandan sonra onun idarəedilməsi sahibkarlıq deyil, təqliddir. Şumpeterə görə sahibkar heç də mütləq biznesin mülkiyyətçisi olmalı deyil. Firmada menecer də sahibkar ola bilər.

Sahibkarlıq kateqoriyasının əsas determinantları

Qeyd edək ki, sahibkarlıq fəaliyyətinin iqtisadi inkişafa və rifah halına təsirinin pozitiv rolu XX əsrin ikinci yarısından sonra daha qabarıq hiss edilməyə başladı. Qloballaşmanın genişlənməsi, innovativ yeniliklərin sürətlər ölkələrarası diffuziyası, internetin inkişafı, e-xidmətlərin sürətlə artması və sair həm insanların həyatında, həm də ölkələrarası münasibətlərdə süçrayışlı dəyişikliklər yaratdı. Hər bir ölkə dünya təsərrüfat sistemində öz rəqabətli üstünlüyünü saxlamaq üçün innovasiyalı inkişafa, sahibkarlığın genişlənməsinə üstünlük verdilər. Keçmiş sovet ittifaqının dağılması bu birlikdən yenicə müstəqillik qazanan ölkələrdə də sahibkarlığın inkişafı üçün münbit şərait yaratdı. Lakin ölkələrarası müqayisə göstərir ki. sahibkarlığın inkişafını sadəcə istəmək şox azdır, onun inkişafı üçün zəruri amillərin yaradılması mühüm şərtdir. Məhz bir ölkədə sahibkarlığın inkişaf səviyyəsi ilə digər ölkədəki fərq onun əsas determinantlarının ayrı-ayrılıqda inkişaf səviyyəsi ilə bağlıdır. Dünya Bankının [5] 2017-ci il üzrə hesabatına əsasən sahibkarlıq fəaliyyətinin uğursuzluğu əksər hallarda onun determinantlarının zəif olması ilə bağlıdır. Lakin qeyd edək ki, sahibkarlıq fəaliyyətinin determianntları və onların təsnifləşdirilməsi ilə bağlı tədqiqatlar çox azdır. Əksər hallarda qadın sahibkarlığı və ya sahibkarlığın iqtisadi inkişafa təsirləri ilə bağlı tədqiqatlara daha çox rast gəlinir. Məsələn, Sok və digərləri [6] tərəfindən aparılan tədqiqatda sahibkarlıq oriyentasiyasının firmalarda məhsuldarlığa təsiri öyrənilib. Tədqiqatçılar belə nəticəyə gəliblər ki, marketinq imkanları sahibkarlıq oriyentasiyası ilə firmaların məhsuldarlığına pozitiv təsir edir. Ullah və digərləri [7] iddia edirlər ki, İslamda qadınların sahibkarlıqla məşğul olmasında heç bir problem yoxdur və İslam dini belə fəaliyyəti dəstəkləyir. Sorensen və Chang [8] uğurlu sahibkarlıq nümunələrini müqayisəli təhlil edərək belə nəticəyə gəlir ki, sahibkarlıq fəaliyyətinin əsas uğuru sahibkarın və onun komandasının xarakterindən asılıdır. Çoxlu sayda tədqiqatları müqayisəli təhlil edərək, müəlliflər belə nəticəyə gəlirlər ki, təhsil, sənaye təcrübəsi, idarəetmə təcrübəsi müəssisənin fəaliyyətinə müsbət təsir göstərir. Müəlliflər sahibkarlığa təsir göstərən amilləri psixoloji vəziyyətlə, təhsil və təcrübə ilə, sosial kapitalın səviyyəsi ilə, həmçinin komandanın formalaşması ilə əlaqələndirirlər. Lakin belə nəticəyə gəlirlər ki, sahibkarlıq fəaliyyətinin uğurlu nəticələrinə sahibkarın və ya sahibkarlığın yüksək menecerlərinin hansı xüsusiyyətinin nə dərəcədə təsir etməsini tam demək çətindir. Usman və Zuru [9] öz tədqiqatlarında sahibkarlıq fəaliyyətinə həsr edilən çoxlu sayda tədqiqatları müqayisəli tədqiq edərək belə nəticəyə gəlirlər ki, sahibkarlıq fəaliyyətinin bir-birini tamamlayan altı əsas determinant fərqləndirilməlidir: a)normative-hüquqi baza;

b)bazar şəraiti; c) maliyyənin əlçatanlığı, d)biliyin yaradılması və yayılması; e)sahibkarlıq bacarığı; f)sahibkarlıq mədəniyyəti. Bu determinantların inkişafı sahibkarlıq fəaliyyətinin dayanıqlılığına pozitiv təsir edir.

***Qlobal Sahibkarlıq Monitoru (Global* entrepreneurship Monitor)**

Sahibkarlığın iqtisadi artımda, yeni iş yerlərinin yaradılmasında, yoxsulluğun azaldılmasında, həyat keyfiyyətinin artırılmasında və sair rolunu nəzərə alaraq, onunla bağlı dəqiq məlumatların əldə edilməsi qərar qəbul edicilər üçün mühüm əhəmiyyətə malikdir. Bu məlumatlar sahibkarlığın determinantlarına aid olan indikatorları xarakterizə edir. Qlobal Sahibkarlıq Monitoru (GEM) 20 ildən çoxdur ki, dünyanın əksər ölkələri üzrə sahibkarlığa aid məlumatları toplayır və analiz edir. Bu məlumatlar GEM tərəfindən hazırlanan xüsusi metodologiya əsasında analiz edilir. Məlumatların əldə edilməsi üçün GEM müxtəlif maraqlı tərəfləri, məsələn, akademic tədqiqatçıları, siyasəti müəyyən edən qurumları, sahibkarları, sponsorları, beynəlxalq təşkilatları prosesə cəlb edir. GEM 1999-cu ildə ABŞ-ın Babson Kolleci ilə Böyük Britaniyanın London Bisnes Məktəbi arasında birgə layihə olaraq hazırlanmışdır. GEM-in daşıdığı məlumatlar sahibkarlığı və bu fəaliyyət üçün ekosistemi əhatə edir.

GEM hər il Yetkin Əhali Sorğusuna (APS) əsaslanan təxminən 20 göstəricini və Milli Ekspert Sorğusuna (NES) əsaslana təxminən 13 göstəricini əhatə edən hesabat dərc edir. Qeyd edək ki, hər iki sorğu xüsusi metodologiya ilə hazırlanıb. APS tədqiqata cəlb edilən hər ölkədə ən azı 2000 nəfərdən sorğulanır. Sorğular ilin eyni vaxtlarında, adətən, aprel-iyun ayları arası dövrdə aparılır. Sorğudakı məlumatlar xüsusi metodologiya ilə analiz edilir. Sorğu suallarında biznes xüsusiyyətləri, biznesə başlamaq motivasiyası, biznesə başlamaq və idarə etmək üçün görülən tədbirlər, həmçinin sahibkarlıqla bağlı digər məsələlər daxil edilib.

GEM-in sahibkarlığı xarakterizə edən göstəriciləri biri "İlkin mərhələdə olan cəmi sahibkarlıq fəaliyyəti" adlanır. Bu göstərici yeni başlayan sahibkarların və ya yeni biznesin sahibi-meneceri olanların 18-64 yaşlı əhali arasında payını faizlə ifadə edir. 2018-ci ilə aid bu göstərici üzrə ən yüksək faiz Anqolaya məxsusdur (40.84). peru və Kolombiya, uyğun olaraq, 22.39% və 21.19%-lə hən Avropa ölkələrinin, həm də Şimali Amerika ölkələrini üstələyir. Niderland (12.29) və Scovakiyadan (12.12) başqa digər Avropa ölkələrində bu göstərici 10%-dən azdır.

GEM-in sahibkarlığı xarakterizə edən ikinci göstərici "yaradılmış biznesdə mülkiyyətçilik" göstəricisidir. Bu göstərici hal-hazırda qurulmuş biznesin sahibi-meneceri olanların, yəni 42 aydan artıq müddət ərzində mülkiyyətçilərinə əmək haqqı və ya hər hansı digər ödənişlər ödəyən, işləyən biznesə sahib olan və ya onu idarə edənlərin sayının 18-64 yaş arası əhalinin sayında payını faizlə ifadə edir. 2018-ci ilə aid bu göstərici üzrə Madaqaskar 22.39%-lə digər ölkələri qabaqlayır. Braziliya (20.25) və Anqolanın (15.16) göstəriciləri də yüksəkdir. Lakin "innovasiya" göstəricisi üzrə bu ölkələr Avropa və Şimali Amerika ölkələrindən xeyli geridə qalır. "İnnovasiya" göstəricisi məhsul və ya xidmətinin ən azı bəzi müştərilər üçün yeni olduğunu və eyni məhsulu təklif edən müəssisələrin az olduğu və ya heç olmadığını göstərən ilkin mərhələdə olan sahibkarlıq fəaliyyətində iştirak edənlərin faizini bildirir. Çili (47.58), Hindistan (46.88), Kanada (41.30), Avstriya (37.02), İrlandiya (35.75), ABŞ (33.99) və Çin (33.06) bu göstərici üzrə digər ölkələri üstələyirlər. Yuxarıda qeyd etdiyimiz göstəricilər üzrə Anqola və Madaqaskar yüksək mövqedə olsalar da "innovasiya" göstəricisi üzrə xeyli geridədirlər və uyğun olaraq, 17.80 və 13.38 faizə malikdirlər.

Sahibkarlığın ölçülməsi

Sahibkarlığın kəmiyyətcə qiymətləndirilməsi onun makroiatisadi təsirlərinin daha dəqiq hesablanması üçün və proqnozlaşdırma üçün mühüm əhəmiyyət daşıyır. Buna görə də iqtisadi ədəbiyyatda sahibkarlığın qiymətləndirilməsi üçün müxtəlif metodlar təklif edilir. Belə ölçmə metodları arasında ən çox istifadə edilən beş metodu fərqləndirmək lazımdır. Bunlar daha çox sahibkarlığın aspektləri ilə bağlıdır. Belə ki, “sahibkarlıq hansı formada reallaşır?”, “nə üçün reallaşır?” və “onun nəticəsi nədən ibarətdir?” sualları hansı ölçmə metodunun seçilməsini əsaslandırır. Qeyd edək ki, sahibkarlıq həm özü-məşğulluq formasında, həm də yeni firmaların yaranması formasında reallaşır. Ona görə də belə ölçmə zamanı “özüməşğuların sayının cəmi məşğulların sayında payı” göstəricidən istifadə etmək olar. Yaxud yeni yaranan firmaların sayı da ölçmə üçün götürülə bilər. Lakin belə qiymətləndirmənin bəzi çatışmazlıqları var. Belə ki, əksər inkişaf etməkdə olan ölkələrdə özüməşğul əhali siyahısına işləməyən, lakin iş axtarmayan və ya qeyri-formal işlərdə işləyərək məşğul kimi qiydiyyata düşməyən əmək qabiliyyətli əhali qrupu daxil olur. Bunun bir neçə səbəbi olur. Əsas səbəb, əlbəttə, biznes mühitinin əlverişli olmaması ilə bağlıdır. Yüksək vergilər səbəbindən işəgötürənlər işçi ilə müqavilə bağlamaq istəmirlər. Onlar daha çox qeyri-formal olaraq işçilərlə razılaşırlar. Digər tərəfdən, bəzi hallarda minimum əmək haqqının yüksək olması səbəbindən işəgötürən daha az maaş vermək üçün işçi ilə müqavilə bağlamır. Bəzi hallarda məşğulluq fraqmentar xarakter daşıyır. Ona görə də həm işəgötürən, həm də işçi üçün əmək müqaviləsi bağlamaq zəruri olmur. Sadaladığımız və hələ sadalamadığımız çoxlu sayda səbəb var ki, əmək qabiliyyətli əhali qrupu işsizdir. Lakin hardasa qeyri-formal işlədiyinə görə, özünün müəyyən qədər əkinə yararlı torpaq sahəsi olduğuna, hər hansı nəqliyyat vasitəsinə malik olduğuna görə özüməşğul kimi qeydiyyatdadır. Belə halın olması sahibkarlıqla bağlı məlumatların keyfiyyətini aşağı salır. Məsələn, özüməşğulluq səviyyəsinə görə ilk 20 ölkə arasında inkişaf etmiş və ya yüksək gəlirli ölkə yoxdur. Dünya Bankının [10] məlumatlarına əsasən “əmək haqqı alan işçilərin sayının cəmi məşğulların sayında faizlə payı” (SE) göstəricisini 100%-dən çıxmaqla biz yeni bir göstəricini, yəni “əmək haqqı almayanların sayının cəmi məşğulların sayında faizlə payı” göstəricisini ala bilərik (cədvəl 1). Bu göstərici üzrə ilk 33 yeri məhz az gəlirli ölkələr tutur. Negerdə bu göstərici hətta 95%-dən çoxdur. Bu o deməkdir ki, məşğul əhalinin yalnız 5%-i əmək haqqı alır. Digərlərinin ailə büdcəsi müxtəlif mənbələrdən, o cümlədən özüməşğulluqdan formalaşır.

Cədvəl 1

Özüməşğulluq səviyyəsinə görə ilk 33 ölkə

	Ölkənin adı	Özü-məşğullar		Ölkənin adı	Özü-məşğul-lar		Ölkənin adı	Özü-məşğullar
1	Niger	95,06	12	Eritreya	86,2	23	Liberiya	78,75
2	M. Afrika R.	93,15	13	Burundi	85,8	24	Anqola	78,51
3	Çad	92,6	14	Burkina Faso	85,69	25	Congo, Rep.	78,36
4	Qvineya	91,89	15	Mozambik	84,28	26	Nepal	77,33
5	Somalia	91,67	16	Efiopiya	84,15	27	Uqanda	77,31
6	C. Sudan	91,57	17	Tanzaniya	83,68	28	Toqo	76,43
7	Sierra Leone	90,35	18	Afqanıstan	82,19	29	India	75,83
8	E. Qvineya	88,41	19	Qvineya-Bissau	81,31	30	P. N. Qvineya	74,8
9	Benin	88,09	20	Mali	80,38	31	Lao PDR	74,72
10	Madaqaskar	87,83	21	Nigeriya	79,87	32	Cameroon	74,39
11	Ş.Koreya,	87,17	22	Congo, D. R.	79,48	33	Haiti	73,51

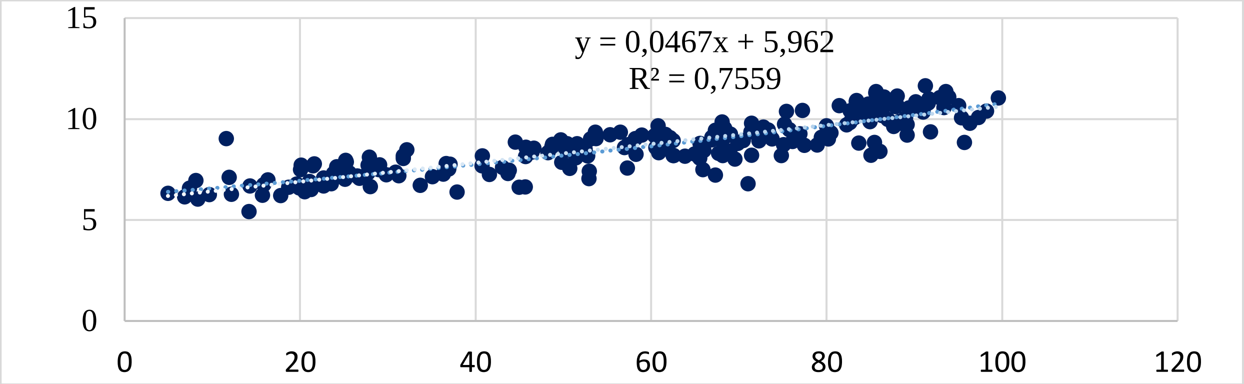
Qeyd: Dünya Bankının məlumatları əsasında tərtib edilib.

Əgər sahibkarlıq səviyyəsini bu göstərici üzrə müəyyən etsək onda belə nəticə əldə edəcəyik ki, Nigerdə, Mərkəzi Afrika Respublikasında Şadda, Qvineyada, Somalidə və sair sahibkarlıq səviyyəsi inkişaf etmiş ölkələrdən, məsələn, ABŞ-dan və ya Almaniyadan yüksəkdir. Bu ölkələrdə "əmək haqqı almayanların sayının cəmi məşğulların sayında faizlə payı", uyğun olaraq, 4% və 9.6%-dir. Lakin əmək haqqı almasalar da onlar məşğuldur. Əslində bu qrupa daxil olan insanlar sahibkar kateqoriyasına daxildirlər. Lakin qeyd etdiyimiz kimi, inkişaf etməkdə olan ölkələrin statistikası vəziyyəti müəyyən qədər dəyişir. Azərbaycanın da bu göstəricisi xeyli yüksəkdir (67.85%). Müqayisə üçün qeyd edək ki, yüksək gəlirli ölkələrdə bu göstərici 20%-dən azdır. Bu göstərici ilə a.b. ÜDM həcmi arasındakı əlaqənin xarakteri deməyə əsas verir ki, hansı ölkədə gəlirlər yüksəkdirsə, o ölkədə əmək haqqı alan məşğulların sayı cəmi məşğulların sayında yüksək paya malikdir (qrafik 1). Beləliklə, əgər sahibkarlığın göstəricisi kimi "özüməşğulluğu" qəbul edəriksə, onda nəzəri əsası olmayan və səhv bir nəticə, yəni sahibkarlığın iqtisadi inkişafa neqativ təsir etçməsi nəticəsini alarıq.

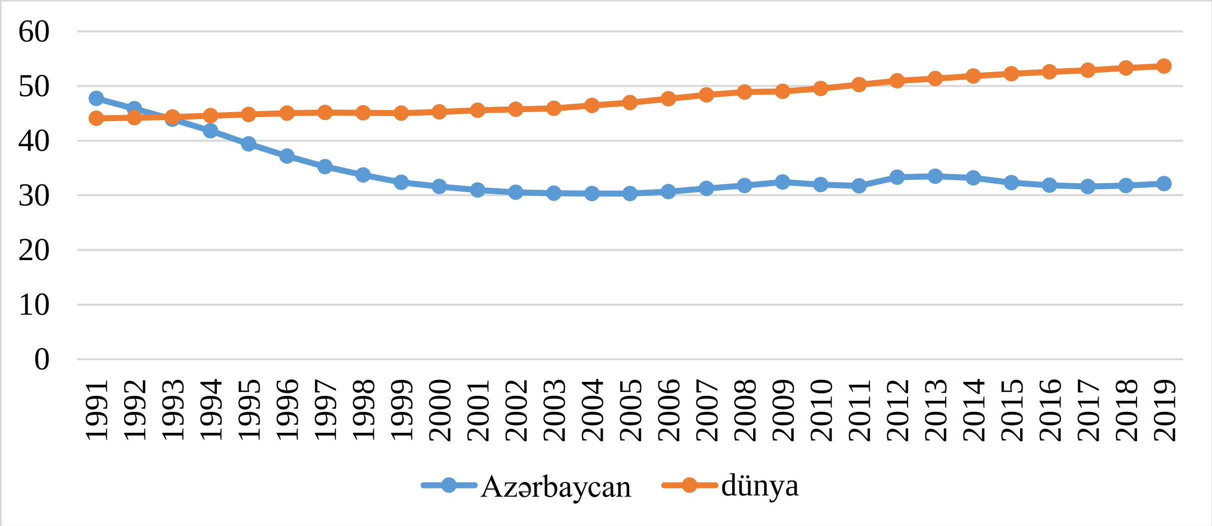
Təəssüflə qeyd edək ki, Azərbaycanda da özüməşğulluq səviyyəsi inkişaf etmiş ölkələrlə, hətta orta dünya göstəricisi ilə müqayisədə xeyli yüksəkdir (qrafik 2).

Amma bəzi tədqiqatlarda "özüməşğulluq" sahibkarlığın səviyyəsinin əsas göstəricisi kimi qəbul edilib. Məsələn, Faggio və Silva [11] tərəfindən yerinə yetirilən tədqiqatda özüməşğulluqla sahibkarlığın iki aspekti biznes qurulması və innovasiya arasında əlaqə qiymətləndirilib

Tədqiqat obyekti kimi şəhər və kənd regionlarında əmək bazarı götürülüb. Nəticələr göstərir ki, şəhərlərdə özüməşğulluq biznesin yaradılmasına və innovasiyaya pozitiv, kənd regionunda isə neqativ təsir edir. Həmçinin müəyyən edilib ki, kənd regionlarında özüməşğulluğa meyil daha yüksəkdir. Ona görə ki, kənd regionlarında əmək bazarının imkanları daha məhduddur. Kənd regionlarında özüməşğulluqla sahibkarlıq arasında uyğunluq yoxdur. Halbuki şəhər yerlərində özüməşğulluq, biznesin qurulması və innovasiya arasında uyğunluq var. Bu iqtisadi anlayışların hər üçün sahibkarlıqla bağlıdır. Faggio və Silva (2014) tərəfindən əldə edilən bu nəticə yuxarıda qeyd etdiklərimizi bir daha təsdiq edir. Belə ki, inkişaf etməkdə olan ölkələr, demək olar ki, aqrar ölkələrdir və ya əhalinin əksər hissəsi kənd regionlarında məskunlaşıb. Hətta inkişaf etmiş ölkədə-Böyük Britaniyada özüməşğulluqla sahibkarlıq arasındakı əlaqənin kənd regionlarında pozulması o deməkdir ki, belə əlaqə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə də mümkün olmayacaq.



Qrafik 1. a.b.ÜDM həcminin loqarifmi ilə (X-oxu) SE (Y-oxu) arasında əlaqə



Qrafik 2.Azərbaycanda və dünyada SE göstəricisinin dinamikası

Bəzi təqiqatçılar, məsələn, Henrekson və Sanandaji [12] sahibkarlığın ölçülməsi üçün digər göstəricidən –“yeni biznesin qurulması” göstəricisindən istifadə ediblər. Tədqiqat zamanı əldə etdikləri əsas nəticə ondan ibarətdir

ki, Şumpeter sahibkarlığı artan və yenilikçi firmalara aiddir və empirik tədqiqatlarda sahibkarlıq səviyyəsinin özünüməşğulluqdan istifadə etməklə qiymətləndirilməsi düzgün deyil. Tədqiqatçılar sahibkarlıq səviyyəsi kimi yeni yaradılan firmaların, xüsusilə, uğurlu firmaların sayını qəbul edirlər. Uğurlu firmaların sayını müəyyən etmək üçün isə milyarderlərin sayından istifadə edilib. Onlar Forbes jurnalının məlumatlarına əsaslanaraq, yeni firmalar quraraq, öz hesabına milyarder olan 996 nəfər sahibkarın fəaliyyətinin özüməşğulluqla neqativ əlaqəsini müəyyən ediblər. Tədqiqatın nəticəsi göstərir ki, yüksək gəlirli, aşağı vergi yükü, daha çox vençur kapitalı, daha zəif tənzimləyici yükü olan ölkələrdə özüməşğulluq səviyyəsi aşağı, sahibkarlıq səviyyəsi isə yüksəkdir.

İqtisadi ədəbiyyatda hər hansı ölkənin "innovasiyalı iqtisadi inkişaf" səviyyəsini müqayisəli xarakterizə etmək üçün etibarlı göstərici kimi Qlobal İnnovasiya İndeksindən istifadə edilir. Sahibkarlıq səviyyəsinin kəmiyyətcə qiymətləndirilməsi üçün isə müxtəlif göstəricilərdən, o cümlədən, GEM indeksindən, "yeni yaradılan müəssisələrin sayı", "özüməşğulluq səviyyəsi", "startap müəssisələrin sayı" və sair göstəricilərdən istifadə edilir. Sahibkarlıq Fəaliyyətinin Kauffman indeksi də belə göstəricilərdən biridir [13]. Bu göstərici hər 100 min əhali arasında hər ay yeni biznes yaradan yetkin qeyri-biznes mülkiyyətçilərin payını ölçür. Belə biznesin muzdlu işçiləri də ola bilər. Sahibkarlıq səviyyəsinin ölçmək üçün təklif edilən metodlardan biri də Danimarka Sahibkarlıq İndeksidir. Bu indeks iki sub-indeks vasitəsilə hesablanan kompozit indeksdir. Birinci sub-indeks startap fəaliyyətini ifadə edir. İkinci sub-indeks isə GEM indeksinin TEA sub-indeksidir.

Sahibkarlıq səviyyəsinin ölçülməsi üçün Dünya Bankı Qrupu tərəfindən hazırlanan Sahibkarlıq Məlumat bazası [14] bütün dünyada hər il yeni yaradılan özəl müəssisələrin dinamikasını əks etdirir. Bu məlumatlardan istifadə bir neçə səbəbə görə daha əlverişlidir. Əvvəla ona görə ki, dünyanın bütün ölkələrini əhatə edir. İkincisi, əlçatandır və bir neçə il üzrə əksər ölkələrin məlumatlarını əldə etmək mükündür. Üçüncüsü, sahibkarlıq səviyyəsinin ölçülməsi üçün daha münasib olan göstəricini, yeni yaradılan müəssisələrin sayını əhatə edir. Dördüncüsü, bu baza həm də yeni biznes sıxlığını ölçməyə imkan verir. Məlumatları əks olunan ölkələrin çox olması və bütün regionları əhatə etməzi həm ölkələrarası. Həm də regionlararası müqayisələrin aparılmasına imkan verir. Dünya Bankının Sahibkarlıq Bazasının digər mühüm fərqləndirici cəhəti bu bazada qadın sahibkarlığı ilə bağlı geniş məlumatların olmasıdır. Belə üstünlüklərinin olmasına baxmayaraq, bu ölçmə metodunun da ciddi çatışmazlığı mövcuddur. Əsas çatışmazlıq sahibkarlıq səviyyəsinin yaradılan müəssisələrin sayı ilə məhdudlaşmasıdır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:

1. Baumol, W. J. (1968). Entrepreneurship in economic theory, American Economic Review, Papers and Proceedings, 58, pp. 64–71
2. Fox, Emily Jane (October 21, 2015). "How Elon Musk's Mom (and her Twin Sister) Raised the First Family of Tech". *müraciət edilib: 15 aprel 2022-ci il.*
3. Nerys Fuller-Love, 2020. Absolute Essentials of Entrepreneurship. Routledge; 1st edition (July 10, 2020). 114 pages
4. Mark Casson (2003) *The Entrepreneur: An Economic Theory* (Second Edition), Cheltenham, Edward Elgar.
5. Worldbank. (2017). World Bank Report 2017. World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development.
6. Sok, P., Snell, L., Jin, W., Lee, T., & Sok, K. M. (2017). Linking entrepreneurial orientation and small service firm performance

through marketing resources and marketing capability. Journal of Service Theory and Practice Linking, 27(1). https://doi.org/10.1108/JSTP-01-2016-0001

7. Ullah, M.; Mahmud, T. B.; Yousuf, F. (2013). Women Entrepreneurship: Islamic Perspective. Islamic management and business ISSN 2222-1719 (Paper) ISSN 2222-2863(Online), 5(11). Retrieved 2013, from http://www.crimbbd. org

8. Sorensen, Jesper; Chang, Patricia (2006). *Determinants of Successful Entrepreneurship: A Review of the Recent Literature. SSRN Electronic Journal, (),* – . doi:10.2139/ssrn.1244663

9. Mulikat Folashade Usman, Nasiru Liman Zuru, 2019. The Determinants of Entrepreneurship Activities: A literature Review. International Journal of Novel Research in Marketing Management and Economics Vol. 6, Issue 3, pp: (45-51), Month: September - December 2019, Available at: www.noveltyjournals.com

10. WB, 2022. https://data.worldbank.org/indicator/SL.EMP.WORK.ZS

11. Faggio, G., and O. Silva. "Self-employment and entrepreneurship in urban and rural labour markets." Journal of Urban Economics 84 (2014): 67−85

12. Henrekson, M., and T. Sanandaji. "Small business activity does not measure entrepreneurship." PNAS 111:5 (2014): 1970−1765

Arif Nail oglu ALİYEV
Doctoral student of Azerbaijan Cooperation University

DETERMINANTS OF ENTREPRENEURSHIP AND DIFFERENT APPROACHES TO ITS MEASUREMENT

Summary

In the article, studies dedicated to the evolution of the concept of "entrepreneurship" as an economic category, its main determinants, and methods of quantitative measurement of its development level were comparatively analyzed. Analyzing the relationship between GDP per capita and the share of the number of salaried workers in the total employment, the author concludes that the relationship between these two indicators is strong.

Keywords: *entrepreneurship, economic growth, entrepreneur, self-employed, Global Entrepreneurship Monitor*

Ариф Наиль оглы АЛИЕВ
Докторант Азербайджанского Университета Кооперации

ДЕТЕРМИНАНТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И РАЗЛИЧНЫЕ ПОДХОДЫ К ЕГО ИЗМЕРЕНИЮ

Резюме

В статье проведен сравнительный анализ исследований, посвященных эволюции понятия «предпринимательство» как экономической категории, его основным детерминантам и методам количественного измерения уровня его развития. Анализируя взаимосвязь между ВВП на душу населения и долей численности наемных работников в общей занятости, автор приходит к выводу, что связь между этими двумя показателями сильная.

Ключевые слова: *предпринимательство, экономический рост, предприниматель, самозанятость, Global Entrepreneurship Monito*