Aytən Faris qızı Əbdürrəhmanova

UOT:338.45;JEL:L19.

Azərbaycanda sahibkarlıq subyektlərinin innovasiya fəaliyyətinin sosiologı tədqiqatların nəticələri əsasında qiymətləndirilməsi

Xülasə

Məqalədə Azərbaycanda fəaliyyət göstərən kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin innovasiya fəaliyyətinin təşkilati-iqtisadi, texniki-texnoloji və sosial aspektləri məqsədli tərtib edilmiş anketin köməyi ilə aparılan sosioloji tədqiqatların nəticələri əsasında təhlil edilib qiymətləndirilmiş, müvafiq ehtiyat imkanları aşkara çıxarılaraq onlardan səmərəli istifadə edilməsi üzrə tövsiyələr verilmişdir.

Açar sözlər: *sahibkarlıq subyektləri, innovasiya fəaliyyəti, sosioloji tədqiqatlar, anket üsulu*

Giriş

Azərbaycanda sahibkarlığın inkişafı, dövlət-özəl tərəfdaşlığın genişləndirilməsi, sahibkar düşüncə tərzinin təşviqi, kiçik və orta sahibkarların fəaliyyətini stimullaşdıran innovasiya infrastrukturunun formalaşdırılması, onların köməyi ilə innovasiya fəaliyyətinin yaxşılaşdırılması, qabaqcıl beynəlxalq təcrübəyə uyğun cəlbedici biznes və investisiya mühitinin formalaşdırılması, onun səmərəliliyinin yüksəldilməsinin vacibliyi Strateji Yol Xəritələrinin [1;2] prioritet istiqamətləri sırasındadır. Bütün bunları şərtləşdirən başlıca amil isə - sənaye təyinatlı kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin innovasiya aktivliyinin aşağı olmasıdır. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi məlumatlarına görə ölkənin emal sənayesi sahələrində innovasiya məhsulunun xüsusi çəkisi 2018-ci ildə 0,28% təşkil etmiş, adı çəkilən sahədə innovativ-aktiv müəssisələrin xüsusi çəkisi isə - 25% olmuşdur [3;4]. Adı çəkilən komitənin sahibkarlıq subyektlərinin xətti rəhbərləri arasında son illər apardığı sorğunun nəticələrinə görə, innovasiya aktivliyinə mane olan amillərin 43,2%-i iqtisadi, 33,0%-zi istehsal; 23,8% -i isə - digər xarakterlidir [3, s.61]. Bütün bunların başlıca səbəblərini aşkar etmək, sahibkarlıq subyektlərinin innovasiya aktivliyinə hədəflənən əməli xarakterli tövsiyələr işləyib hazırlamaq məqsədilə tərəfimizdən sosioloji tədqiqatın anket üsulu ilə aparılmasına üstünlük verilmişdir.

Sosioloji tədqiqatın metodoloji bazası

Sosioloji tədqiqat – məntiqi, ardıcıl metodiki – metodoloji və təşkilati-texniki prosedur sistemidir. Bəzən onu nəzəri və empirik proses sistemi kimi də təqdim edirlər. Sosioloji tədqiqatların bir neçə növü mövcuddur. Tədqiqatın məqsədinə görə o, fundamental və tətbiqi növləri ilə fərqlənir. Sosioloji tədqiqatın aparılması müddətinə görə: uzunmüddətli (3 il və daha çox); orta müddətli (6 aydan 3 ilə qədər); qısamüddətli (2-6 ay) və ekspress-tədqiqat (1-2 həftədən, 1-2 aya qədər). Aparılan təhlilin məzmununa və dərinliyinə görə, həmin tədqiqatlar – axtarış, şərh etmə və analitik istiqamətlər üzrə fərqlənir [5]. Sosioloji tədqiqatların geniş yayılmış üsullarından biri – qarşıya qoyulan, məqsədə uyğun tərtib edilən anket üsuludur. Onun başlica üstünlüyü bundan ibarətdir ki, qisa müddət ərzində öyrənilən problemin əhatə dairəsinə görə çoxsaylı suallara cavab almaqdır. Sahibkarlıq subyektlərinin innovasiya fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi üçün tərəfimizdən tərtib edilən xüsusi anketə 15 vacib sual daxil edilmiş və 6 aya qədər bir dövrdə özəl bankın müşrtəriləri arasında sorğu aparılmışdır.

©Aytən Faris qızı Əbdürrəhmanova AMEA İqtisadiyyat İnstitutu, dissertant
©AMEA İqtisadiyyat İnstitutu
© www.economics.com.az

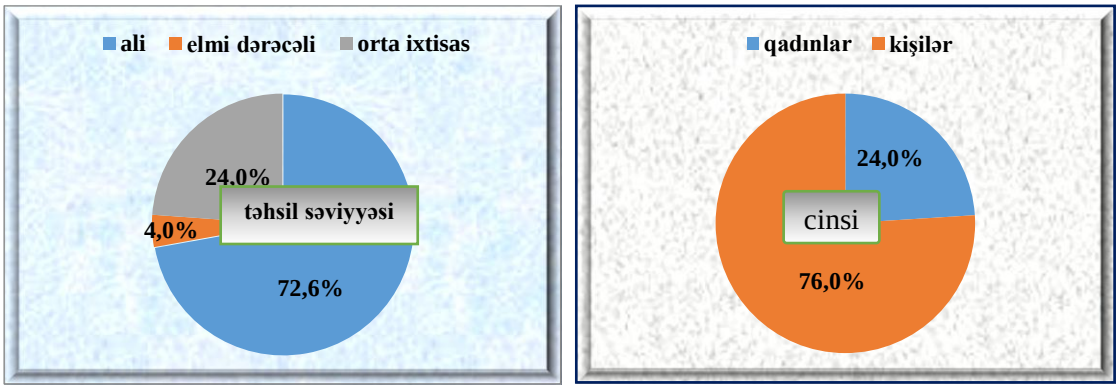
Sorğu zamanı 52 sahibkarlıq subyektinin 150-dən çox xətti rəhbərləri və menecerlərinin fikirləri öyrənilib ümumiləşdirilmişdir.

Rəyi soruşulanların demoqrafik göstəriciləri

Anket üsulu ilə rəyi soruşulanların 76%-ni kişi, 24%-ni isə - qadən sahibkarlar və menecerlər təşkil etmişdir. Onların 72,6%-i – ali, 24%-i – orta ixtisas, 4%-i isə - elmi dərəcəsi olan sahibkarlardır (diaqram 1).

Diaqram 1.

Rəyi soruşulan sahibkarların təhsil səviyyəsi və cinsə görə tərkibi (%)



Mənbə: Diaqram müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

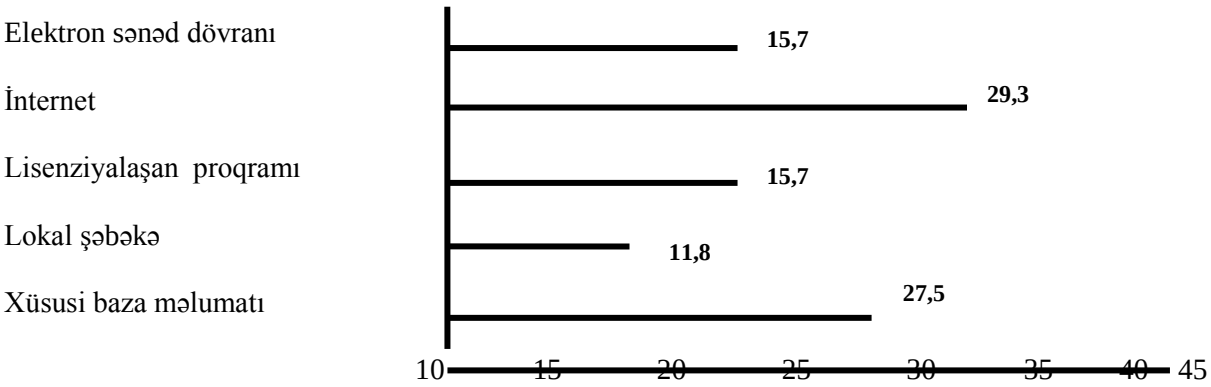
Rəyi soruşulanların 44,0%-ni 25-29 yaşda olan gənclər; 36,0%-ni – 30-39 və 20,0%-ni 40 yaşdan yuxarı sahibkarlar təşkil etmişdir. Onların 48,0%-nin iş stajı 10 ildən yuxarı; 12,0%-nin 15 ildən yuxarı: 40,0% - isə - 5 ilə qədərdir. Anketin suallarını cavablandıran sahibkarların 40,0%-zi öz bizneslərindən son 3 ildə tam razı olduqlarını; 56%-zi qismən razı olduqlarını; 4,0%-zi isə - razı olmadıqlarını bildirmişlər. Təcrübədə belə demoqrafik göstəriciyə malik rəyi soruşanların cavabları adətən dolğun hesab edilir.

Sorğunun nəticələrinin şərhi

Sahibkarlıq subyektlərində innovasiyaların tətbiqinin əsasını o sahədə əldə edilən dolğun informasiyalar təşkil edir. Rəyi soruşanların 29,3%-zi innovasiyanı tətbiq etmək üçün internet bazasından; 27,5%-zi – xüsusi baza məlumatlarından, qalanları isə - digər informasiya texnologiyalarından istifadə etdiklərini qeyd edirlər (diaqram 2).

Diaqram 2.

Sahibkar firmalarda innovasiyanı tətbiq etmək üçün istifadəsi arzu edilən informasiya texnologiyalrı



Mənbə:Diaqram sorğunun nəticələrinə əsasən, müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

© AMEA İqtisadiyyat İnstitutu
© www.economics.com.az

Sosioloji tədqiqatla əhatə edilən sahibkarlıq subyektlərinin rəhbər işçiləri və mütəxəssislərinin fikrincə, müəssisənin uğurlu fəaliyyətinə aşağıdakılar imkan yaratmışdır:

- Müəssisədə həyata keçirilən restrukturizasiya (rəyi soruşulanlarıb 16,4 %);
- İstehsal prosesində aparılan modernləşdirmə (rəyi soruşulanların 13,3%);
- Kreditlərin alınması və onların təyinatı üzrə xərclənməsi (11,7%);
- Yeni məhsulun istehsalı və uğurlu kadr siyasəti (10,2%);
- Xərclərin düzgün idarə edilməsi (9,4%);
- Səmərəli strateji fəaliyyət və müəssisyə yeni sifarişlərin cəlb edilməsi (7,0%);
- İdarəetmə işçilərinin fəaliyyətinin səmərəli təşkili (6,3%);
- Təşkilati-texniki və iqtisadi xarakterli digər məqsədyönlü tədbirlərin həyata keçirilməsi (25,7%).

Rəyi soruşanlar "Müəssisənin innovativ inkişafı üçün hansı dövlət dəstəyinə üstünlük verilməsini məqbul sayırsınız?" sualını aşağıdakı kimi cavablandırmışlar: Respondentlərin 25,9%-i sənaye sahələrində vençur fondunun yaradılmasını: 22,4%-i - vergi güzəştlərin tətbiqini; 18,8%-i innovasiya fəaliyyəti üçün subsidiyaların verilməsini; 15,3%-i institusional hüquqi bazanın yaradılmasını; 9,4%-i isə -innovasiyanın informasiya təminatının yaxşılaşdırılmasını məqsədə uyğun hesab etmişlər. Sahibkarlıq subyektlərinin innovasiya fəaliyyətinin qiymətləndirilməsinə dair tərtib edilən ankletdə "Müəssisinin innovasiya potensialının səviyyəsinə hansı daxili və xarici amillər təsir göstərir?" sualı respondentlər tərəfindən xüsusi çəkisinə görə amillər aşağıdakı kimi cavablandırmışlar:

Daxili amillər sırasında:

- Xüsusi elmi-texniki biliklərin azlığı və marketinq sahəsindəki uğursuzluq (12,8%);
- Mütəxəssislərin əməyinin zəif motivasiyası (11,3%);
- Müəssisədə yaranan psixoloji mühit və uğursuz xarici-iqtisadi əlaqələr(6,8%);
- İnnovasiya üzrə struktur bölmənin olmaması (7,2%);
- Mütəxxəsis hazırlığının aşağı olması (6,0%);
- Kommersiya fəaliyyətindəki uğursuzluq (4,5%);
- Mövcud avadanlıqların aşağı texniki səviyyəsi (4,7%);
- Yeni texnologiyalara əlçatanlıq (5,3%);
- Potent-hüquq məsələlərinin uzunmüddətli dövrdə həlli (3,7%).

Xarici amillər sırasında:

- Sığorta riski (19,0%);
- Xammal və avadanlıqların tədarükü (16,8%);
- Iri firmalar və sifarişçilərlə münasibət (16,0%);
- Yerli hakimiyyət orqanları ilə münasibət (12,2%);
- Bazarda məhsula olan tələbat (11,5%);
- Maliyyə və kredit (10,0%);
- Əqli mülkiyyətin qorunması (7,6%);
- Standartlaşma və sertifikatlaşma (6,9%);

Respodentlər "Müəssisədə elmtutumlu məhsulun istehsalına nə mane olur?" sualına belə cavab vermişlər: intelektual mülkiyyətin qorunmasına (alınmasına) yüksək maliyyə vəsaitinin tələb olunması (33,6%); informasiya texnologiyalarının tətbiqi üçün cəlb edilən vəsaitin dəyərinin yüksək olması (29,1%); elmtutumlu məhsula çəkilən xərclərin çox olması (27,1%); kadrların ixtisas səviyyəsinin aşağı olması (10,2%). Rəyi soruşanlar müəssisənin uğurlu fəaliyyətinə mənfi təsir göstərən göstəricilərin xüsusi çəkisi baxımından tərkibini aşağıdakı kimi cavablandırmışlar (cədvəl 1).

© *AMEA İqtisadiyyat İnstitutu*
© *www.economics.com.az*

Cədvəl 1.

Sahibkar firmaların uğurlu fəaliyyətinə mənfi təsir edən göstəricilər

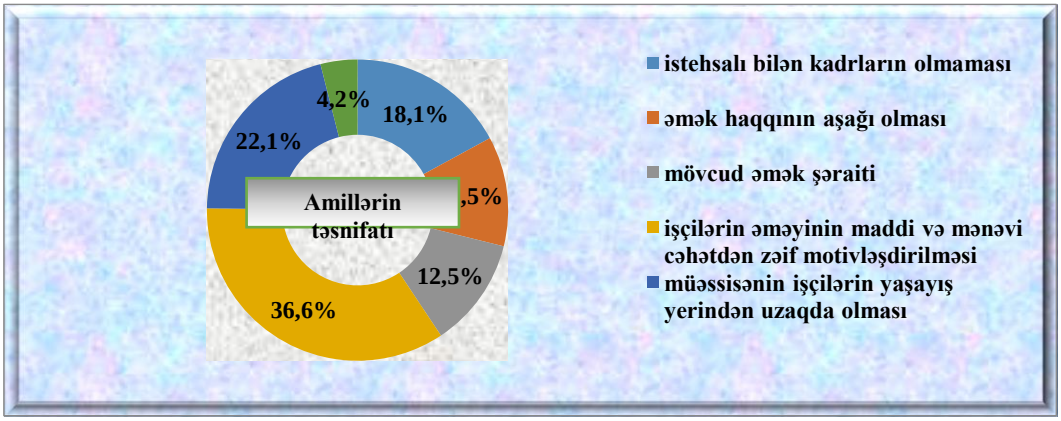
Enerji resurslarının yüksək tarifi	18,7
Xammal və materialların qiymətinin durmadan artması	17,6
Dövlətin siyasəti (dövlət sifarişinin olmaması)	2,4
Vergi və vergi inzibatçılığı	9,6
Məhsula tələbatın aşağı olması	4,0
Maliyyə çətinlikləri	12,8
Avadanlıqların köhnə olması	15,2
Daxili təşkilatı problemlər	15,2
Kadr problemi	5,0

Mənbə: Cədvəl sorğunun nəticələrinə əsasən müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Cədvəldən göründüyü kimi, sahibkarlıq subyektlərinin uğurlu fəaliyyətinə (gəlirli işləməsinə) – enerji resurslarının yüksək tarifi, xammal və materialların qiymətinin durmadan artması, avadanlıqların köhnə olması daha çox mənfi təsir göstərir. Sahibkalıq subyektlərinin rəhbər işçiləri və mütəxəssisləri arasında aparılan sorğu nəticəsində kadr təminatı məsələsinə də toxunulmuş və ona mane olan amillər aşağıdakı kimi təsnifləşdirilmişdir (sxem 1).

Sxem 1.

Sahibkar firmalarda kadr təminatına mane olan amillər



Mənbə: Sxem sorğunun nəticələrinə əsasən, müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

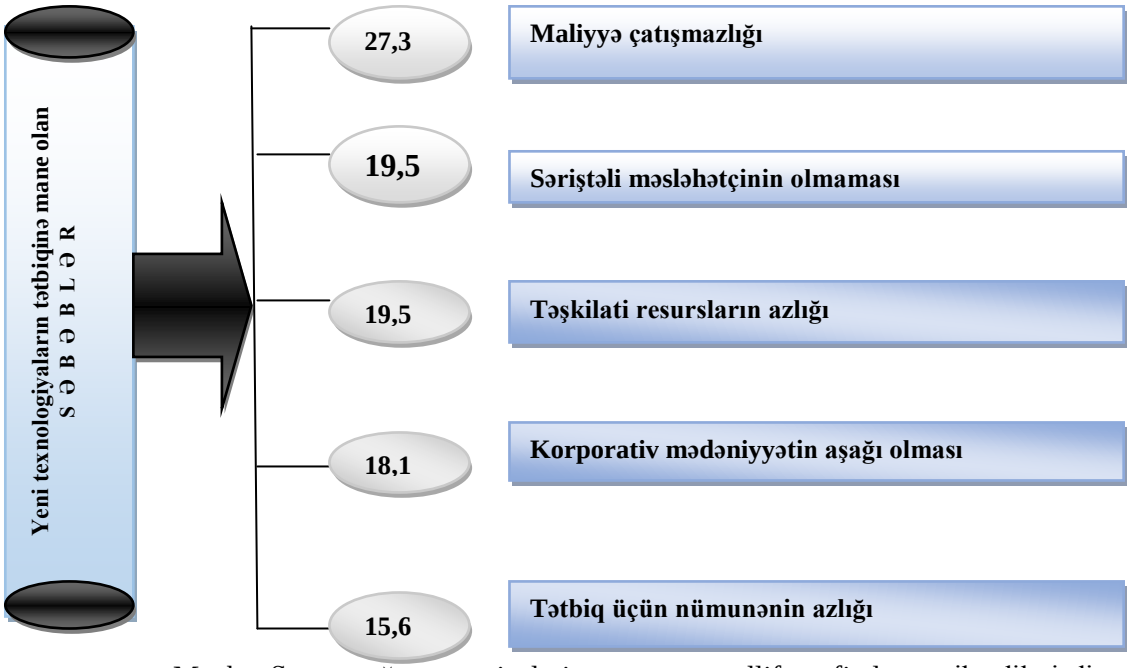
Sxemdə əks etdirilən təsnifatdan görünür ki, işçilərin əməyinin maddi və mənəvi cəhətdən zəif motivləşdirilməsi sahibkar firmalarda dayanıqlı kadr təminatına mənfi təsir göstərən əsas amildir (36,6%). Amillər sırasında ikinci yerdə işçilərin yaşayış yerinin firmadan uzaqda olması (22,1%), üçüncü yerdə isə - istehsalatın spesifik xüsusiyyətini bilən kadrların olmaması amili dayanır. Aparılan tədqiqat nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, fəaliyyəti əhatə edilən sahibkar firmalarda yeni texnologiyaların tətbiqinə mane olan əsas səbəblər sırasına aşağıdakılar daxildir: maliyyə çatışmazlığı, təşkilati resursların və tətbiq üçün nümunələrin azlığı, korporativ mədəniyyətin aşağı olması, eləcə də sərişteli məsləhətçisi çatışmazlığıdır. Həmin səbəblərin reytinqini əks etdirən məlumatlar aşağıdakı sxemdə əks etdirilmişdir.

Rəyi soruşulan sahibkarlıq subyektlərinin rəhbər işçiləri və mütəxəssisləri "Sizin fikrinizcə, yenilikləri müəssisədə fasiləsiz tətbiq etməyə nə mane olur?" sualına aşağıdakı səpgidə yanaşmışlar. Onların 22,5%-i hesab ediur ki, müəssisədə yeni ideyani tətbiq etmək çətindir; 21,2% yeniliklərin tətbiqinə çox vaxt sərf etmək lazım gəlir; 15,0% yeniliyi tətbiq etməyə səbr, qüvvə və vaxt çatmır; 18,7% maddi stimul yoxdur; 8,8% isə yeniliyin səmərə gətirəcəyinə inanmadığını qeyd etmişlər.

© AMEA İqtisadiyyat İnstitutu
© www.economics.com.az

Sxem 2.

Sahibkar firmalarda yeni texnologiyaların tətbiqinə mane olan səbəblər (%)



Mənbə: Sxem sorğunun nəticələrinə əsasən, müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Nəticə

Sorğunun nəticələri göstərir ki, fəaliyyəti tədqiq edilən sahibkarlıq subyektlərinin innovasiya fəaliyyətini genişləndirmək üçün çoxsaylı ehtiyat imkanları mövcuddur. Onlardan səmərəli istifadə etmək üçün aşağıdakı tövsiyələrin həyata keçirilməsi məqsədəuyğun olar:

- institusional hüquqi bazanın möhkəmləndirilməsi əsasında idxalı əvəz edən və ixrac yönümlü məhsul istehsalı ilə məşğul olan sahibkarlıq subyektlərinə subsidiyaların verilməsi, vergi güzəştlərinin tətbiqi;
- sənaye sahələrində vencur fondlarının yaradılması sahibkarların innovasiya layihələrinin maliyyələşdirilməsinə, sahibkarlıq subyektlərində istehsal prosesinin modernləşdirilməsinə, orada uğurlu restpukturizasiya aparılmasına münbit şərait yaratmış olar;
- orta və iri sahibkarlıq subyektlərində innovasiyaların idarə edilməsi üzrə funksional strukturun yaradılması;
- kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərində dayanıqlı kadr təminatına nail olmaq üçün işçilərin ixtisaslarının artırılması, onların ikinci peşəyə və ixtisasa yiyələnməsi, əməyin maddi və mənəvi motivləşdirilməsi üzrə mütərəqqi sistemlərin geniş tətbiq olunması, korporativ mədəniyyətin yüksəldilməsinə dair təxirəsalınmaz tədbirlərin həyata keçirilməsi;
- sahibkarlıq subyektlərində İKT-nin mövcud imkanlarından geniş istifadə edilməsi.

© *AMEA İqtisadiyyat İnstitutu*
© *www.economics.com.az*

Ədəbiyyat

1. Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi. Bakı, 2016.
2. Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına dair Strateji Yol Xəritəsi. Bakı, 2016, 96 s.
3. Azərbaycanın sənayesi. Statistik məcmuə. Bakı, "DSK", 2019, 250 s.
4. Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlıq. Statistik məcmuə. Bakı, "DSK", 2019, 196 s.
5. https://ru.wkipedia.org/wiki/социалогическое исследование.

Айтен Фарис кызы Абдуррахманова

Оценка инновационной деятельности предпринимательских субъектов в Азербайджане на основе результатов социологических исследований

Резюме

В статье с помощью специально разработанной анкеты и на этой основе проведанного социологического исследования проанализированы и оценены организационно-экономические, технико-технологические и социальные аспекты инновационной деятельности действующих малого и среднего предпринимательского субъекта в Азербайджане, выявлены соответствующие резервы и предложены рекомендации по их эффективному использованию.

Ключевые слова: *предпринимательские субъекты, инновационная деятельность, анкетный метод, социологическое исследования.*

Ayten Faris Abdurrahmanova

Assessment of entrepreneurial innovation entities in Azerbaijan based on results sociological research

Summary

Using a specially designed questionnaire and on the basis of a sociological study, the article analyzes and evaluates the organizational, economic, technical, technological and social aspects of the innovation activity of existing small and medium-sized business entities in Azerbaijan, identifies relevant reserves and offers recommendations for their effective use.

Key words: *entrepreneurial subjects, innovative activity, questionnaire method, sociological research.*

Elmi redaktor: i.f.d., dos. Y.Məmmədov
Daxil olub:07.10.2020.
Çapa qəbul olunub:14.10.2020.

© AMEA İqtisadiyyat İnstitutu
© www.economics.com.az