

3. Əlizadə Ə.Ə. Abbasov A.N. Ailə həyatının etikası və psixologiyası. müəllim üçün vəsait, Bakı: 1988, 432s.

4. Şahbazova Q.T. Kiçikyaşlı məktəblərin ailə nümunəsində tərbiyə edilməsi. Bakı: ADPU, 2006.74s.

## **İQTİSADİYYATIN İNKİŞAFINDA SAHİBKARLIQ FƏALİYYƏTİNİN ROLU VƏ ƏHƏMİYYƏTİ**

*Verdiyeva Ülviyyə Məhəmmədəli qızı, müəllimi  
Mingəçevir Dövlət Universiteti*

Bazar münasibətlərinə əsaslanan iqtisadiyyatın formalaşdırılması bilavasitə sahibkarlığın inkişafı ilə əlaqədardır. Sahibkarlıq fəaliyyətinin nəzəri əsasları hələ XVIII əsrdə qoyulmuş və sonrakı dövrlərdə onun mahiyyəti və məzmunu haqqında nisbətən fərqli, lakin bir-birini tamamlayan fikirlər formalaşmışdır. Sahibkarlıq anlayışını ilk dəfə iqtisadiyyatda işlətməmiş Riçard Kantilyonun fikrincə, sahibkarlıq xüsusi növ iqtisadi funksiya olub, müxtəlif növ əmtəələr bazarında tələblə təklif arasında uyğunluq yaratmağa xidmət edir. Kantilyon istehsal olunan məhsulların alqı-satqısı ilə məşğul olan şəxsləri sahibkar adlandırır. O, məhsul istehsalçıları sahibkar qrupuna daxil etməmişdir. A.Smit özünün iqtisadi nəzəriyyəsində sahibkarlıq nəzəriyyəsinə toxunaraq qeyd edir ki, sahibkar öz istehsalını planlaşdıran və təşkil edən, onun nəticələri üzərində müstəqil sərəncam verən, mənfəət əldə etmək məqsədilə kommersiya xarakterli hər hansı ideyanı reallaşdırmaq üçün risk edən mülkiyyətçidir.

Məşhur Amerika iqtisadçısı İozef Şumpeter “İqtisadi inkişafın nəzəriyyəsi” adlı kitabında sahibkarlıq fəaliyyətini kapitalist iqtisadiyyatında iqtisadi atımın təmin edilməsinin başlıca hərəkətverici qüvvəsi hesab etmişdir. Onun fikrincə, sahibkarlıq – istehsalatda yeni texnologiya əldə edən novatordur. Bu problemə ingilis iqtisadçısı, 1974-cü ildə iqtisadiyyat üzrə Nobel mükafatı almış F.Xayek yenidən qayıtmış və onun fikrincə, sahibkarlığın mahiyyəti heç də bu qeyd edilənlərlə məhdudlaşmır. O, sahibkarlığı heç də bu və ya digər fəaliyyət növü kimi deyil, əksinə, iqtisadi imkanların axtarılması və öyrənilməsi kimi xarakterizə edirdi. Bunlarla yanaşı digər iqtisadçılar “Sahibkarlıq fəaliyyəti” və “Sahibkar” məvhumunu müxtəlif aspektlərdən şərh etmişdir. Belə ki, Bodonun fikrincə sahibkar müəssisədə istehsalı təşkil edən, onu planlaşdıran və bunun üçün məsuliyyət daşıyan şəxsdir; Frensis Uoker sahibkar dedikdə öz təşkilatçılıq qabiliyyəti ilə mənfəət və faiz əldə edən şəxs nəzərdə tuturdu; Devid Maklelland sahibkarı hər bir risk şəraitində fəaliyyət göstərən enerjili insan hesab edirdi; Piter Druker sahibkarı maksimum mənfəəft əldə etmək üçün bütün imkanlardan istifadə edən insan kimi xarakterizə edirdi; Albert Şapiroya görə sahibkar sosial-iqtisadi mexanizmin təşkilatçısı və təşəbbüskarı olub baş verə biləcək uğursuzluğa görə də tam məsuliyyət daşıyan insandır; C.Keyns isə sahibkarları təsərrüfatçılığın yeni sosial-psixoloji tipi adlandırmışdır. Lakin həmin fikirlər tarixin sonrakı dövrlərində dəyişmiş və daha da təkmilləşmişdir. Bu baxımdan “Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının qanununda sahibkarlıq fəaliyyətinə

verilmiş tərifi daha təkmil hesab edirik. Qanunda göstərilir ki, “Sahibkarlıq fəaliyyəti (sahibkarlıq) fiziki şəxslərin, onların birliklərinin, habelə hüquqi şəxslərin mənfəət və ya şəxsi gəlir əldə edilməsi məqsədilə özlərinin cavabdehliyi və əmlak məsuliyyəti ilə, yaxud digər hüquqi və ya fiziki şəxslərin adından qanunvericiliklə qadağan edilməyən təsərrüfat fəaliyyətinin bütün növləri, o cümlədən məhsul istehsalı, satışı və xidmətlər göstərilməsi formasında həyata keçirilən müstəqil təşəbbüskarlıq fəaliyyətidir”. Həqiqətən də bu tərif sahibkarlıq fəaliyyətinin məzmununu dövrün tələbinə uyğun əks etdirir. İqtisadiyyatın dinamik inkişafı ölkədə azad rəqabətə əsaslanan güclü sahibkarlar təbəqəsinin formalaşması və inkişafından asılıdır.

#### Ədəbiyyat:

1. Azərbaycan Respublikasında informasiya cəmiyyətinin inkişafına dair 2014-2020-ci illər üçün Milli Strategiya. “Respublika” qəzeti 3 aprel 2014, səh. 5-6.
2. Azərbaycan Respublikası regionlarının 2014-2018-ci illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı. Bakı, “Respublika” qəzeti, 18 yanvar, 2014-cü il.
3. Hacızadə E.M. Dünya iqtisadiyyatı və Azərbaycan. Bakı, “Letterpress”. 2018, səh.912
4. Quliyeva A.E. Dünya bazarı və Azərbaycan iqtisadiyyatı. Bakı, “Kooperasiya nəşriyyatı”. 2021, səh.240
5. Şəkərliyev A.Ş. Dövlətin iqtisadi siyasəti: dayanıqlı və davamlı inkişafın təntənəsi. Bakı, “İqtisad Universiteti nəşriyyatı”. 2011, səh.543.

## ҚАЗАҚСТАННЫҢ АВТОМОБИЛЬ ӨНЕРКӘСІБІНІҢ ДАМУ БОЛАШАҒЫ

*Айыпова Т.А., э.ғ.м, аға оқыт  
Кузенбаева Э.Р., э.ғ.м, аға оқыт*

*Л.Б.Гончаров атындағы Қазақ автомобиль-жол институты*

Автомобиль өнеркәсібінің даму тарихы 19 ғасырдың аяғында пайда болды. Мысалы, 1900 жылы АҚШ-та 4192, Францияда 2000, Италияда 355 автомобиль шығарылды. Автомобильдер шығарылымын ұлғайту үшін оларды өндірумен және пайдаланумен тікелей немесе жанама байланысты белгілі бір салалардың дамуы ықпал етті: мұнай өнеркәсібі (бензин, дизель отыны, Мотор майлары мен майлау материалдары), химия (лактар, бояулар, шанақтарға арналған әйнектер, шиналар, пластмассалар), металлургия (арнайы болат), тоқыма және т. б. кезек дамыған елдердегі автомобиль өнеркәсібі машина жасаудың жетекші саласы болып табылады.

Егер Қазақстанның автомобиль өнеркәсібіне назар аударатын болсақ, оның Қазақстан экономикасы құрамындағы шикізаттық емес секторды индустриялық дамытудың 12 басым бағытының бірі болып табылатынын атап өтуге болады. Сонымен қатар Қазақстан Халықаралық автоөндірушілер ұйымының мүшесі екендігінде ескере кету керек.