

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
«MAGİSTRATURA MƏRKƏZİ»

Əlyazması hüququnda

İsgəndərli Fəridə Ədalət qızı
(MAGISTRANTIN A.S.A.)

«Kıçık biznesdə menecmentin xüsusiyyətləri » mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İstiqamətin şifri və adı 060407

Menecment

İxtisasın şifri və adı 060407

«Menecment»

Elmi rəhbər
(A.S.A., elmi dərəcə və elmi ad)

Magistr proqramının rəhbəri
(A.S.A., elmi dərəcə və elmi ad)

i.e.n., dos. Ələsgərova.A.A.

i.e.d., prof. Həsənov H.S.

Kafedra müdiri

i.e.d., prof. K. A. Şahbazov
(A.S.A., elmi dərəcə və elmi ad)

BAKİ - 2017

MÜNDƏRICAT

GİRİŞ	3
I. FƏSİL. KİÇİK BİZNESDƏ MENEJCMENTİN XÜSUSİYYƏTLƏRİ PROBLEMİNƏ NƏZƏRİ-METODOLOJİ YANAŞMA	6
1.1. Kiçik biznesin iqtisadi mahiyyəti və xarakterik xüsusiyyətləri	6
1.2. Kiçik biznesin iqtisadi inkişafda rolu	14
1.3. Kiçik biznes sahəsində beynəlxalq təcrübə	19
II. FƏSİL. AZƏRBAYCANDA KİÇİK BİZNESİN İDARƏ EDİLMƏSİNİN TƏŞKİLİ XÜSUSİYYƏTLƏRİ	24
2.1. Kiçik biznesin idarə edilməsinin təşkili metod və prinsipləri	24
2.2. Kiçik və orta biznesin fəaliyyət sferaları və təşkilati hüquqi formaları	32
2.3. Françayzing-effektiv biznesin aparılmasının progressiv forması kimi	45
III. FƏSİL. AZƏRBAYCANDA KİÇİK BİZNESİN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ	55
3.1. Kiçik sahibkarlığa dövlət yardımı və tənzimlənməsinin əsas iqtisamətləri ..	55
3.2. Kiçik biznes sahəsində innovativ dəyişikliklər və perspektivlər	66
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR	75
İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI	78

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı: Bildiyimiz kimi bazar iqtisadiyyatı şəraitində sahibkarlığın iqtisadi sahədəki rolu danılmazdır. Xüsusilədə son dövrlərdə kiçik sahibkarlıq ön plandadır, onun yaradılması və təkmilləşdirilməsi üzrə müxtəlif tədbirlər görülür. Buna səbəb kiçik biznesin bir sıra spesifik xüsusiyyətlərinin olmasıdır ki, bunlara onun çevikliyi, kapital qoyuluşunun azlığı, rəqabət qabiliyyətliliyi, mobilliyi, idarəetmənin asan olması, iqtisadi inkişafdakı rolu və s. aiddir. Kiçik sahibkarlıq fəaliyyəti nəticəsində ölkədəki məşğulluğun həcmi artır, yoxsulluğun miqdarı azalır, azad rəqabət mühiti formalaşır, yeni iş yerləri açılır və işçi qüvvəsi cəlb olunur, iri sahibkarlıq fəaliyyətinin təməli qoyulur, iqtisadiyyat sahələri üzrə yeniliklərin, mütərəqqi texnologiyaların tətbiqi sürətlənir. Məhz bu səbəblərdən dünya ölkələrində, həmçinin Azərbaycan Respublikasında iqtisadi siyasətdə kiçik müəssisələrinin yaradılması, onlara dövlət tərəfindən dəstəyin olması, kiçik sahibkarlar tərəfindən daima yeniliklərin axtarılması, bu sahədə innovativ dəyişikliklərin edilməsi üzrə müxtəlif tədbirlərin görülməsi mühüm sayılır. Bu işə müxtəlif dövlət proqramlarının təşkil edilməsini, hüquqi–normativ aktların, qanunların təkmilləşdirilməsini, bu sahəyə daha ciddi yanaşılmasını zəruri edir.

Bu baxımdan da mövzunun aktuallığına nəzər salsaq, kiçik biznesdə idarəetmənin yerli və beynəlxalq təcrübəyə əsaslanan nəzəri-metoloji əsasları və kiçik biznesin inkişafına dair müvafiq tədbirlərin təşkil edilməsidir.

Tədqiqatın predmeti: Kiçik sahibkarlıq müəssisələrinin yaradılması və onun inkişafının təmin edilməsi.

Tədqiqatın obyektı: Hər bir ölkədə iqtisadi inkişafın əsas tərkib hissəsi olan kiçik müəssisələrdir. Daha konkret desək “Baku Travel-Tourism” müəssisəsidir.

Tədqiqatın əsas məqsəd və vəzifələri: Mövzunun əsas məqsədi kiçik biznesdə menecmentin xüsusiyyətlərini nəzəri-metoloji baxımından araşdırmaq və kiçik biznesi bazar iqtisadiyatı çərçivəsində təhlil etməkdir.

Bu məqsədlərə nail olmaq üçün nəzəri-metodoloji və təcrübi aspektdə aşağıdakı vəzifələr qarşıya qoyulmuşdur:

- Kiçik müəssisələrin yaradılması xüsusiyyətləri və təşkil edilməsi prinsipləri öyrənilməli;
- Dövlətin ümumi iqtisadi göstəricilərin artımında və iqtisadi inkişafında kiçik biznesin rolu müəyyən edilməli;
- Sahibkarlıq fəaliyyətinin dövlət yardımının və hüquqi tənzimlənməsinin əsas istiqamətlərinin şərh verilməli;
- Kiçik biznesdə innovativ dəyişikliklərin araşdırılması və yeniliklərin tətbiq edilməsi baxımından dünya ölkələrinin təcrübələrini təhlil etməli.

Tədqiqatın informasiya bazası və işlənməsi metodları: Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi, icraedici orqanlarının proqramları, qərarları, normativ sənədləri və sərəncamları, Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin illik hesabatları, mövzuya aid monografiya və əsərlər, internet səhifələri, kiçik sahibkarlığa və iqtisadiyyata aid ayrı-ayrı ədəbiyyatlar, məqalələr tədqiqatın informasiya bazasını təşkil edir. Dissertasiya işi dünya ölkələri və Azərbaycanda fəaliyyət göstərən kiçik müəssisələrin fəaliyyətlərinin müqayisəli təhlili əsasında yazılmışdır.

Tədqiqat işinin elmi yeniliyi: Kiçik biznesdə menecmentin xüsusiyyətləri kompleks şəkildə göstərilmiş və xüsusilə də françayzing effektiv biznes fəaliyyəti üçün progressiv forma kimi şərh edilmişdir.

Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti: Tədqiqat işində göstərilən məsələlər kiçik biznesin düzgün təşkil edilməsi, təkmilləşdirilməsi baxımından böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Dissertasiyanın quruluşu və həcmi: Dissertasiyanın işinin strukturu giriş, üç fəsil, nəticə, istifadə edilmiş 27 adda ədəbiyyat siyahısından ibarətdir.

Tədqiqat işinin “Kiçik biznesdə menecmentin xüsusiyyətləri probleminə nəzəri-metodoloji yanaşma” adlanan ilk fəslində kiçik biznesin iqtisadi mahiyyəti və xarakterik xüsusiyyətləri, kiçik biznesin iqtisadi inkişafda rolu, kiçik biznes sahəsində ölkələrin beynəlxalq təcrübələri şərh edilmişdir.

“Azərbaycanda kiçik biznesin idarə edilməsinin təşkili xüsusiyyətləri” adlanan II Fəslində kiçik biznesin idarə edilməsinin təşkili metod və prinsipləri, kiçik və orta biznesin fəaliyyət sferaları və təşkilati hüquqi formaları, françayzinq-effektiv biznesin aparılmasını progressiv forması kimi göstərilmişdir.

III Fəsil olan “Azərbaycanda kiçik biznesin inkişaf perspektivləri” fəslində isə kiçik sahibkarlığa dövlət yardımı və tənzimlənməsinin əsas iqtisamətləri və kiçik biznes sahəsində innovativ dəyişikliklər və perspektivlər təhlil edilmişdir.

I FƏSİL. KİÇİK BİZNESDƏ MENEJMENTİN XÜSUSİYYƏTLƏRİ

PROBLEMİNƏ NƏZƏRİ-METODOLOJİ YANAŞMA

1.1 Kiçik biznesin iqtisadi mahiyyəti və xarakterik xüsusiyyətləri

Son illərdə hər bir ölkədə bazar münasibətlərinin yaranması və təşəkkül tapması müxtəlif növ məsələlərin həllini, təşkilati və iqtisadi islahatların həyata keçirilməsini zəruri etmişdir. Bu isə bazar iqtisadiyyatının ayrılmaz hissələrindən biri olan sahibkarlıq subyektlərinin inkişaf etdirilməsi deməkdir. Nəticədə isə ölkənin ümumi iqtisadi inkişafında sahibkarlığın əhəmiyyətinə və mahiyyətinə olan münasibət müsbətə doğru meyl etmişdir. Bu prosesin müasir dövrdə aktuallaşması sahibkarlığın müasir iqtisadiyyatın inkişafında əsas amillərdən biri olduğunu sübuta yetirir. Sahibkarlıq dar mənada desək iqtisadi fəaliyyət kimi başa düşülür. Sahibkarlığın genişlənməsi biznesin düzgün təşkilindən, idarə edilməsindən, həcmindən asılı olaraq dəyişir. Biznes dedikdə, əsas məqsədi gəlir əldə etmək olan ayrı-ayrı fiziki və hüquqi şəxslərin məhsul istehsal etmək, hasil etmək, emal etmək, alqı-satqı və s. üzrə qanunla icazə verilmiş iqtisadi fəaliyyət növü başa düşülür.

Hal hazırki təcrübələr göstərir ki, inkişaf etmiş dünya ölkələrində iqtisadiyyatın əsası yəni sahibkarlığın inkişafı kiçik biznes sahələri üzərində qurulub. Kiçik biznes sahibkarın gələcək perspektivləri üçün geniş seçim imkanları yaratmaqla yanaşı, həmçinin özündə o qədər də böyük riskləri daşımır. Kiçik biznesdə istehsal edilən məhsul, göstərilən xidmət və s. geniş müştəri kütləsi üçün nəzərdə tutulur. Kiçik biznes sahəsi sahibkarlara daha geniş praktiki təcrübə qazandırır və ona daha böyük biznes yaratmaq imkanı yaradır. Digər tərəfdən o, istehlak bazarında rəqabət mühitinin yaradılmasına, ümumi milli məhsulun artım səviyyəsinə, strukturunun tərkibinə və keyfiyyətinə təsir göstərir. İqtisadiyyatın struktur tərkibinin dəyişilməsini sürətləndirir, əlavə işçi yerlərinin təsis edilməsinə şərait yaradır, tez

bir zamanda xərclərin ödənilməsini təmin edir. İstehlak tələbatının həcmi dəyişdiyi zaman operativ şəkildə reaksiya verməyə imkan yaradır. Həmçinin milli gəlirin artması və yeni dəyərlərin yaranması da kiçik sahibkarlığın inkişafı ilə əlaqələndirilir. Çünki, kiçik sahibkarlar istehsala əlavə yeni ictimai əməyi, işçi qüvvəsini cəlb edir ki, bu da sadələşmələrimizlə nəticələnir.

Kiçik biznesin səmərəli fəaliyyətinin təmin edilməsi üçün dövlətin strateji siyasəti daimi olmalı, düzgün müəyyənləşdirilməlidir. Sahibkarlar arasında təsərrüfat fəaliyyəti ilə məşğul olan şəxslər haqsız rəqabətin qarşısının alınması və aradan qaldırılması tədbirlərini ön plana çəkməli, baş verə biləcək inhisarçılıq meyilləri bazar prinsipləri əsasında aradan qaldırmalıdır.

“Kiçik biznes” adından da görüldüyü kimi bazar iqtisadiyyatının subyektləri tərəfindən həyata keçirilən iqtisadi sahibkarlıq fəaliyyətidir. Uyğun olaraq kiçik müəssisələr tərəfindən həyata keçirilir. Biz kiçik biznesi məhz kiçik müəssisə və yaxud təşkilat kimi qəbul edəcəyik. Kiçik müəssisələr ilkin olaraq müəssisə və birliklərin tərkibindən struktur və istehsal vahidlərinin həmçinin istehsal bölmələrinin ayrılması əsasında yaradıla bilər. Belə müəssisələr səhm qoyularaq da yaradıla bilər. Müasir şəraitdə sonuncu variant daha əlverişli hesab edilir. Kiçik müəssisələr adətən xüsusi şəxslər, ictimai, kooperativ müəssisələr, həmçinin mülkiyyətin digər formalarına əsaslanan təşkilatlarla birgə təsis edilir. Qeyd etmək lazımdır ki, kiçik müəssisələr bir çox hallarda yeni sahələrin və yeni bazarın yaradılmasının təməlini qoyurlar.

Bildiyimiz kimi dünya təcrübəsindən məlum olduğu kimi kiçik müəssisələr çox zaman işçi heyətinin orta sayı ilə müəyyən olunur. Bəzi ədəbiyyatlarda bu iqtisadi subyektlər kiçik bir qrupun iqtisadi fəaliyyəti kimi də göstərilmişdir.

Ümumilikdə isə deyə bilərik ki, iqtisadi fəaliyyətlə məşğul olan kiçik sahibkarlığın subyektləri işçi heyəti, nizamnamə kapitalı, dövriyyənin həcmi və aktivlərin göstəricilərinə əsasən müəyyən edilirlər. Lakin bunlara baxmayaraq valyutaların dönərliyində baş verən dəyişikliklər və bir sıra digər səbəblərə görə biznesin bu bölgüsü işçilərin sayına görə aparılması daha məqsədəuyğun qəbul edilmişdir. Deməli, nəticə etibararı ilə çox zaman kiçik biznes işçilərin sayı ilə müəyyən edilir.

Kiçik müəssisələrin məzmunu, mahiyyəti və fəaliyyət prinsipi hər bir ölkədə fərqlənir. Ayrı-ayrı ölkələrdə müxtəlif cür yanaşılır. İnkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrin iqtisadiyyatında kiçik müəssisələr müxtəlif adlar altında fəaliyyət göstərirlər. Belə ki, Almaniyada kiçik müəssisələr və orta müəssisələr eyni götürülür və bir birindən fərqlənmir. Bu müəssisələr «orta təbəqə» hesab edilir, «Mittelstant» adı ilə fəaliyyət göstərirlər. Digər dünya ölkələrində, isə aşağıdakı kimi adlandırılır:

- ABŞ-da və İngiltərədə «kiçik biznes və kiçik firma»;
- Fransada «sənətkarlıq»
- Latin Amerikasında «kiçik sənaye»
- Afrikada «kiçik istehsalat»
- Polşada «kiçik biznes»
- Macarıstanda «kiçik biznes və yardımçı təsərrüfat»
- Yeni müstəqillik əldə etmiş keçmiş sovet respublikalarında (kiçik müəssisə) «kiçik sahibkarlıq və kiçik biznes»
- Bəzi ölkələrdə isə qeyri-formal sektor

İstər Qərbdə, istərsə də Sovet tədqiqatçıları kiçik müəssisələri öyrənərkən onları ya kiçik firma, ya da kiçik biznes adlandırırlar. Hər bir ölkənin və ya təşkilatın özünəməxsus xüsusiyyətləri, idarəetmə aparatı, iqtisadiyyatı, biznesin təşkili

prinsipləri, ölkə qanunvericiliyi və s. fərqli olduğuna görə onların biznes tiplərinin bölgüsü də bir-birindən bəzən fərqlənə bilər.

Məsələn, Azərbaycan Respublikasında kiçik sahibkarlıq subyektləri işçi heyətinin sayı (mövsümi cəlb edilən işçilər nəzərə alınmadan) və illik dövriyyəsi göstəricilərinə əsasən müəyyənləşdirilir.

Bu meyarlar aşağıdakı kimi qruplaşdırılır:

➤ kənd təsərrüfatı sahəsində 25 nəfər işçi heyəti və illik dövriyyəsi 500 min manatdan;

➤ topdansatış ticarət müəssisələrində 15 nəfər heyəti və illik dövriyyəsi 250 min manatdan;

➤ sənaye və tikinti sahəsində 50 nəfər işçi heyəti və illik dövriyyəsi 5000 min manatdan;

➤ iqtisadiyyatın digər sahələrində isə 10 nəfər işçi heyəti və illik dövriyyəsi 250 min manatdan az olan kiçik sahibkarlıq fəaliyyətinin subyektləri.

İqtisadi fəaliyyət növləri üzrə bu göstəricilərin hədləri müvafiq icra hakimiyyəti orqanı tərəfindən müəyyən edilir. Sahibkar şəxslər hüquqi şəxs olmadan fiziki şəxs kimi vergi orqanlarında uçota alınır və bu Azərbaycan Respublikasının vergi qanunvericiliyi ilə tənzimlənir. Hüquqi şəxs olaraq isə onlar qanunvericiliklə müəyyən olunmuş qaydada müvafiq icra hakimiyyəti orqanı tərəfindən dövlət qeydiyyatına alınır.

Kiçik sahibkarlıq subyektlərinin statistik və mühasibat hesabatları sadələşdirilmiş qaydada və formada olur. Bu hesabatlar müvafiq icra hakimiyyəti orqanları tərəfindən müəyyən edilir və vergitutma məsələlərinin həlli üçün məlumatı özündə əks etdirir.

1 yanvar 1995-ci ildə Avropa Şurası hesabatlarının məlumatına əsasən Avropa Şurasında kiçik biznes müəssisələrinin işçilərinin sayı 50 nəfər, illik dövriyyəsinin həcmi 4 mln. ekyu, balansın məbləğinin həcmi minimum 2 mln. ekyu nəzərdə tutulur. Bu göstəricilərdən əlavə digər şərtlər daxilində də kiçik müəssisələr hesab olunur ki, buna Avropa Şurasının komissiyasının təklifinə əsasən kiçik müəssisələrin aşağıdakı bölgələr üzrə müəyyən olunması irəli sürülmüşdür [4,77]:

İşçilərin sayı 100 nəfərdən çox, əsas kapitalın məbləği 75 evro olanlar hesab edilirdi. Digər tərəfdən də nəzərə alınmalıdır ki, hər hansı bir böyük firmanın, müəssisənin nizamnamə kapitalında yeri 1/3 həddi keçməməlidir. Komissiyada müəssisələr mikro və xırda tipli sahibkarlıq subyektlərinə bölünür. Mikro müəssisələrdə işləyənlərin sayı 10 nəfərə qədər olmalıdır. Bu tipli müəssisələr əsasən şəxsi və ev təsərrüfatlarından ibarət olur, sənətkarlıq xidmət sahələrində fəaliyyət göstərir. Bununla AŞ komissiyası xırda müəssisələrə işçilərinin sayı 10-99 nəfər arasında dəyişən təsərrüfat subyektlərini aid edirdi.

Dünya Bankı tərəfindən dərc edilən hesabatlarda ölkələrdəki kiçik biznesin işçilərinin sayı isə maksimum 50 nəfər olan müəssisələr kiçik tipli sahibkarlıq subyektlərinə aid edilirlər.

Biznesin bu növündə fərqliliklərin olması onların yaranması məqsədlərinin, fəaliyyət sahələrinin idarə edilməsi mexanizmlərinin dəyişkən və müxtəlif olması, tarixi inkişaf prosesinin mərhələlərində yaranan yeni xüsusiyyətləri ilə xarakterizə olunur.

Yeni yaradılmış istənilən biznesin uğurlu olması üçün xüsusilə də kiçik biznes sahəsi özündə üç vacib xüsusiyyəti birləşdirir ki, bunlar aşağıdakılardır:

İlkin olaraq istənilən hər hansı bir işə pozitiv düşüncələrlə başlamalısan. Buna görə də sahibkarlar biznes qurarkən xüsusilə də kiçik biznesdə özünə inanmalı,

hədəflərini, məqsədlərini düzgün seçməlidir. Bununla yanaşı hər bir kiçik detalı da nəzərə almalıdır. Ən vacib olan isə elə düzgün biznes plan qurmalıdırki, bu biznes planda öz məqsədlərinə uyğun müxtəlif dövrlər öz ardıcılığını tapmalıdır.

İkincisi, istehsal edilən məhsulun keyfiyyətinə, göstərilən xidmət səviyyəsinə çox diqqət yeririlməlidir. Buna səbəb isə sonda müştəri məmnun qalmalı və sahibkar isə bunla qürur hissi keçirməlidir.

Sonuncusu isə insan resurslarıdır. Hansı məhsul olur olsun yəni bu ən uğurlu məhsul olsa belə, daima bu prosesi idarə edəcək ixtisaslı kadrlara, təcrübəli işçilərə ehtiyac var. Lakin bu həmişə reallaşmır. Buna səbəb isə maliyyə qıtlığının olmasıdır. Bu səbəbdən də mütəxəssislər uyğun partnyorlarla işləməyi daha çox məsləhət görürlər.

Kiçik biznesin özünəməxsus bir çox xüsusiyyətləri vardırki bunlar kəmiyyət və keyfiyyət olmaqla iki yerə ayrılır.

Kəmiyyət meyarları:

- İşçi heyətinin sayı
- Satışın yəni dövriyyə həcmnin miqdarı
- Aktivlərin ümumi dəyəri

Keyfiyyət meyarları:

- İstehsal olunan məhsulun və ya göstərilən xidmət növünün miqdarca azlığı
- Maliyyə, kadr və digər bu kimi resursların məhdudluğu. Hansıki bunlar sahibkara əsas fəaliyyət çərçivəsindən qırağa çıxmağa imkan vermir
- Çevikliyin və mobilliyin yüksək olması
- Müntəzəm olmayan idrəetmə, idarəetmə sisteminin zəif inkişaf etməsi və nəticədə isə firmanın strategiyasının qiymətləndirilməsinin və nəzarət sisteminin digərlərinə nəzərən sadə olması

- Səhmlərin əsas hissəsinin müəssisə rəhbərinin, təsisçinin əlində cəmləşməsi
- Bazar segmentlərinin məhdudluğu

Bu kimi xüsusiyyətlər kiçik müəssisələrin həmçinin də orta müəssisələrin bazardakı davranış modelini müəyyən etməklə yanaşı iri firmaların fəaliyyət mexanizmindəki fərqləri ayırmağa imkan verir.

Kiçik müəssisəyə sahib olmaq ilk öncə iri müəssisələrlə rəqabətdə sahibkara 2 əsas üstünlük yaradır. Bunlar müştəri və idarəetmə personal ilə daha yaxın əlaqəyə girmək və marketinq, istehsal, xidmət sahələrində iri müəssisələrə nisbətən daha elastik yəni tez uyğunlaşan, dəyişkən olmasıdır. Kiçik biznes iştirakçıları fəaliyyət göstərdikləri bazarı daha yaxşı tanıyır, onun fərdi xüsusiyyətlərini dərinlən bilir, bazar iştirakçıları ilə yaxından təmasda olurlar. Xüsusilə onların bazar iştirakçıları ilə yaxından təması iri biznes sahiblərinə məxsus olmayan bir xüsusiyyət kimi xarakterizə olunur. Bazarı yaxından izləyə bilən, alıcıların ehtiyaclarını daha tez mənimsəyən və ən əsas işə personal işçi heyəti ilə əlaqənin olması, istehsal, marketinq, xidmət sferalarında iri biznes sahiblərindən daha çox üstünlüyə malikdirlər. Bu üstünlük onların xarici mühitdə yarana biləcək dəyişikliklərə tez uyğunlaşması və vaxtında tədbir görəcəyi mənasına gəlir . Nəticədə işə müəssisə daha az xərclə hər hansı bir mənfi təsiri aradan qaldırmaq gücünə malik olur. Bütün bunlarla yanaşı kiçik biznes aşağıdakı hallarda bir sıra üstünlüklərə malik olurlar :

- ✓ Çox miqdarda investisiya ilə bazara daxil olmadan yeni bir ideya və ya fikrə reaksiyanın bilinməsi zəruriyyətində;
- ✓ Rəhbərlik tərəfindən ciddi yoxlama zamanı;
- ✓ İstehsal edilən məhsulun sayının məhdudluğunda;
- ✓ Əl əməyi istehsalında və xidmət sahəsində əsas faktor hesab edildikdə;
- ✓ İstehsal edilən məhsul və ya xidmətə tələbat məhdud olduqda;
- ✓ Tez xarab olan malların istehsalında və satışında çətinliyin olmadığı halda;

- ✓ Personal ilə əlaqənin vacibliyində;
- ✓ Yeni texnologiyaya qısa zaman ərzində uyğunlaşmada;
- ✓ Investisiya qoyarkən daha çox şəxsi kapitaldan istifadə edildikdə;
- ✓ İşsizliyin azalmasında rolunun artması zamanı;
- ✓ Sahibkarların əsasən yaşadıkları yerlərdə və ya bildikləri sahədə fəaliyyət göstərmələri zamanı;
- ✓ Ölkə daxili bölgələrin inkişafı və ətraf mühitin qorunmasında.

Üstünlükləri olduğu kimi bəzi çatışmamazlıqları vardır ki, bunlara aşağıdakılar aiddir:

- ✗ Haqsız rəqabət;
- ✗ Ümumi idarəetmənin aşağı səviyyədə olması;
- ✗ Qərarlarda əsasən rəhbərlərin rolunun yüksək olması xüsusilə strateji qəralarda;
- ✗ Kapital qoyuluşunda çətinliklər;
- ✗ Maliyyə planlaşdırmasının qeyri-kafi olması;
- ✗ Bank və digər maliyyə dəstəyinin kifayət qədər olmaması;
- ✗ Məhsulun təkmilləşdirilməsinin azlığı;
- ✗ İstehsal və satış arasında koordinasiyasızlıq;
- ✗ Müasir marketinqdən istifadə etmə qabiliyyətinin olmaması;
- ✗ Müəssisə həcmnin az olması;
- ✗ Müəssisənin ləğv olma riskinin yüksək olması;
- ✗ İxtisaslı işçilərlərin azlığı;

1.2 Kiçik biznesin iqtisadi inkişafda rolu

Müasir dövrümüzdə iqtisadi fikirlərin araşdırması sübut etmişdir ki, sahibkarlıq insan cəmiyyətinin bütün sahələrində özünü büruzə verir. Nəticə olaraq isə bu fəaliyyət növünün inkişafı tələb olunur. Sahibkarlıq dar mənada desək iqtisadi fəaliyyət hesab olunur. Məhz bu prosesin son dövrlərdə daha da aktuallaşması sahibkarlığın çağdaş iqtisadiyyatın inkişafında əsas amillərdən biri olduğunu sübuta yetirir. Əsasən də kiçik biznesin fəaliyyətinin genişləndirilməsi iqtisadiyyatın vacib amillərindən sayılır.

Ümumiyyətlə, kiçik biznesin inkişaf etdirilməsi, təkmilləşdirilməsi, inteqrasiyası iqtisadiyyatın möhkəmliyinin əsas təməli sayılır. Bir çox tədqiqatçıların fikrincə isə bazar iqtisadiyyatı sistemə keçən ölkələrdə kiçik biznesin inkişafı həmin dövlətlərdə yeni iqtisadiyyata inteqrasiya prosesini sürətləndirir.

Kiçik sahibkarlıq fəaliyyəti inhişarçılığın ləğv edilməsində, ölkə daxili bazarlarının əmtəə və xidmətlərlə zənginləşməsində, bütün sahələrdə rəqabətin dərinləşməsində, ideya sahibi insanların yaradıcılığının üzə çıxmasında, mövcud əmək və material ehtiyatlarının təsərrüfat dövriyyəsinə cəlb olunmasında və əhalinin tələbatının optimal ödənilməsində mühüm rol oynayır. Həmçinin kiçik biznesin ölkənin bazar mexanizminin təkmilləşdirilməsində, istehsalçılarla işehlakçılar arasında birbaşa iqtisadi münasibətlərin qurulmasında, keçid dövründə yaranmış əhalinin məşğulluq problemlərinin həll edilməsində, əhalinin gəlirlərinin və alıcılıq qabiliyyətinin artmasında, sağlam mühitin yaranmasında, yoxsulluğun azalmasında mühüm əhəmiyyəti vardır.

Kiçik biznes subyektləri iqtisadiyyatın sağlamlaşdırılmasında, formalaşdırılmasında həmçinin düzgün idarə edilməsində əlverişli hesab olunur ki, bunlar aşağıdakılardır :

- məhsul istehsalı artımı nəticəsində daxili bazar mallar və xidmətlərlə çoxalır;
- tələbatçıların sayı çoxalır;
- sağlam rəqabət mühiti formalaşır;
- yerli xammal resurslarından səmərəli olaraq istifadə edilir.
- əlavə iş yerlərinin açılmasına nəticədə işə məşğulluğun çoxalmasına səbəb olur;
- struktur yenidənqurulmasını təkmilləşdirir;
- istehlak sektorunun genişləndirilməsini təmin edir;
- ixrac imkanları zənginləşdirilir;
- əmək tutumlu sahələrin genişləndirilir;

Bundan başqa kiçik biznesin digər sosial-iqtisadi əhəmiyyətləri də vardır. Beləki, o yerli təsərrüfat sferasına, bazar konyukturasının dəyişməsinə tez uyğunlaşa bilir, qəbul edilmiş qərarlar çevik və ən operativ şəkildə reallaşdırılır. Çevikliyin əsas səbəbi onların kiçik həcmdə olmasıdır. Bu göstərici kiçik biznesin mobilliyi deməkdir [4,76].

Çevikliyin digər üstün cəhəti olaraq bazarda sərbəst hərəkət edərək müştəri tələbatına uyğun tez bir zamanda keyfiyyətli məhsul istehsal edib onu satışa buraxmaq qabiliyyətini qeyd etmək olar. Çox zaman kiçik sahibkarlıq subyektləri böyük azadlığa malik olurlar. Beləki, müəssisə sahibi öz şəxsi ideya və fikirlərini istənilən mümkün hallarda həyata keçirir. Buna görə də kiçik biznesdə şəxsi kapitalın dövriyyəsi üstünlük təşkil edir. İlkin kapitalla tələbat aşağı olur. İqtisadi

fəaliyyətlə məşğul olan zaman idarəetmə və istehsal xərclərinin aşağı olması sahibkarları həmçinin dövlətin kiçik biznesə yardımına cəlb edir.

Kiçik biznes subyektlərinin sayının sahələr üzrə dəyişməsi ilkin olaraq ölkədə iqtisadi islahatların aparılmasından, istehsalın həm texnoloji həm də idarəetmə strukturunun yenidən qurulmasından asılıdır. İqtisadi islahatlar kiçik həcmli istehsal müəssisələrinin inkişafını sürətləndirərək əlavə işçi qüvvəsini istehsala cəlb edir. Yeni iş yerləri yaranır. Həmçinin iri müəssisələrin strukturunun dəyişməsi nəticəsində sexlər, bölmələr və filiallardan müstəqil istehsal vahidlərinə çevrilərək ayrılırlar. Bu da xırda partiyalarla kiçik seriyalı məhsul istehsalçılarının bazarda sayını və rolunu əhəmiyyətli dərəcədə xeyli artırır.

Əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsində və pul gəlirlərinin artırılmasında da biznes fəaliyyəti mühüm rol oynayır. Əhalinin maddi və mənəvi ehtiyaclarına tələbatının daimi artımı, istehsal münasibətlərindəki sürətli dəyişikliklər, istehsalın fasiləsizliyinin təmin olunması tələbi, elm və texnikanın təkmilləşməsi biznes fəaliyyətinin inkişafına əlverişli şərait yaradılmasını zəruri edən məsələlərdəndir.

Kiçik müəssisələr geniş əhali kütləsini işlə təmin etməyə şərait yaradır. Cəmiyyətin sosial-siyasi stabilliyini də təmin edir, işsizliyin qarşısını almağa kömək edir. Bunlarla yanaşı kiçik müəssisələr ölkədəki iqtisadi böhran vaxtı kütləvi müflisləşməyə baxmayaraq tez bir zamanda bu vəziyyətə uyğunlaşır və iqtisadi çətinlikləri aradan qaldırmağa cəhd edir. Qeyd edək ki, onlar buna işçi heyəti ixtisara salaraq və ya istehsalın həcmi azaldaraq deyil əmək haqqını azaldaraq, iş vaxtının uzadılması vasitəsilə nail olurlar. Bu işə kiçik biznesi digər biznes növlərindən üstün edərək onlara daha çox diqqət ayrılmasını zəruri etmişdir.

Həmçinin paytaxtla digər regionlar arasında daima yaranan qeyri-bərabərlik kiçik biznes fəaliyyəti nəticəsində nisbətən yumşalır, və digər regionlarda isə iqtisadi inkişafa nail olunur.

Kiçik biznesin sağlam rəqabət mühitinin formalaşdırmasındakı rolu iqtisadi inkişafda əsas göstəricilərdən biri kimi qeyd olunur. Az gəlirlə fəaliyyət göstərmələri, keyfiyyətli məhsul buraxmaq və yüksək səmərəli istehsal yaratmaq cəhdi buna şərait yaradır. Ona görə də, bəzi biznes subyektləri rəqabət mübarizəsindən çıxaraq fəaliyyət göstərərək və kiçik biznes sahəsinə daxil olurlar.

Təsadüfi deyildir ki, inkişaf etmiş ölkələrin uzun təcrübələrinin nəticəsi olaraq onlar kiçik biznesə böyük əhəmiyyət verirlər. Çünki, məhz kiçik biznes sektoru əmək məhsuldarlığını artırır, sağlam rəqabət mühitini yaradır, yerli məhsulu həm daxili, həm də xarici bazarlarda satır. İqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrdə kiçik biznesin rolunu qiymətləndirən göstəricilər onların ümumi daxili məhsulda, məşğulluqda, milli gəlirdə və s. payına əsasən müəyyən edilir.

Qeyd etmək lazımdır ki, kiçik biznesin iqtisadi inkişafda rolu bunlarla bitmir, beləki zaman keçdikcə onların əhəmiyyəti, iqtisadiyyata təsiri artır.

Elmi-tədqiqat və təcrübi konstruktor işlərində də kiçik biznes daha səmərəli sayılır. ABŞ-da kiçik innovasiya firmalarını ixtira sektorunda səmərəli hesab olunur. Kiçik firmalarda iri firmalara nisbətən 4 dəfə çox yenilik kəşf olunurki bu da bir nəfərin məşğulluğu hesabına olur. Həmçinin iri müəssisələrə nisbətən kiçik müəssisələrdə 2 dəfə az xərc tələb olunur.

Mikroprocessor, şəxsi kompyuter, interferon, telefonlar kimi ən son yeniliklər məhz kiçik biznesdə yaranmış və soradan iri biznes sahələrinə çevrilmişdir. Buna görə də kiçik firmalarda elmi-texniki-tərəqqini inkişaf etdirmək, onun nəticələrini daimi olaraq istehsala tətbiq edərək yeniliklər yaratmaq daha sərfəlidir. Məhsul

istehsalında və əmək vasitələrindən istifadə də dar ixtisaslaşmasına baxmayaraq belə müəssisələr daha səmərəli sayılır ki, bu da dar ixtisaslaşmış avadanlıqlardan istifadə edilməsi və yüksək məhsuldarlıqla əlaqələndirilir. Qısa müddətdə istehsal texnologiyalarını dəyişmək mümkün olur. Bu isə həm məhsul istehsalı prosesini, həm də əsas fondların təkrar istehsalı prosesini intensiv şəkildə fəaliyyət göstərməsinə imkan verir. Bütün bunlar təbii ki, iqtisadiyyata müsbət mənada öz təsirini göstərir. Ölkənin iqtisadi, innovasiya sahəsində yeniliklər yaranır, ixtiralar kəşf olunur, bazar iqtisadiyyatı şəraitində məhsul çeşidi artaraq istehlakçıların daim artan tələbi təmin olunur.

İxrac edilən məhsul payının sayı artması ilə bir çox sosial-iqtisadi problemlərin həll olunur. O cümlədən Azərbaycanda da kiçik biznesin inkişaf etdirilməsi ölkəmizin iqtisadi artımında qeyri-neft sektorunun payının artırır. Xüsusilə də xarici valyuta daxilolmaları hesabına ölkənin valyuta ehtiyatları yüksəlir və digər ölkələrlə inteqrasiya prosesi güclənməyə doğru meyl edir.

1.3 Kiçik biznes sahəsində beynəlxalq təcrübə

Kiçik biznes işgüzar sahibkarlıq növü olub son dövrlərdə dünya miqyasında geniş yayılmışdır və getdikcə də inkişaf etməkdədir. Biznesin bu növünün bu qədər inkişaf etməsi onun bir sıra üstün cəhətləri ilə əlaqədardır. Belə ki, kiçik sahibkarlığın iqtisadiyyatda ən mühüm rollarından biri məhz sağlam rəqabət mühitini yaratmaq və onu gücləndirməkdən ibarətdir. Belə müəssisələr iqtisadiyyatda məşğulluğun artması, işsizliyin azalması və ya yeni iş yerlərinin açılmasına, yoxsulluğun azalmasına şərait yaradır. Ölkələrdə regionlar arasındakı iqtisadi qeyri-bərabərlikləri aradan qaldırır. Bundan başqa, qeyd etdiyimiz kimi bazar tələbatına daha həssas olduğuna görə bazar konyukturunun dəyişikliklərinə daha çevik reaksiya verə bilir və uyğunlaşa bilir.

Ümumiyyətlə xarici ölkələrin kiçik biznesin inkişafına aid müasir ədəbiyyatlarda 3 əsas xüsusiyyəti verilmişdir ki, bunlar aşağıdakılardır:

1. Kiçik və orta müəssisələrin müəyyənləşdirilməsi meyarları;
2. Kiçik və orta müəssisələrin güclü tərəflərinin ayrılması;
3. Kiçik müəssisələrin inkişafı yəni artımı strategiyası.

Kiçik sahibkarlıq yalnız inkişaf etməkdə olan ölkələrdə deyil eyni zamanda inkişaf etmiş və sənayeləşmiş ölkələrdə də geniş yayılmışdır. XXI əsrə girdiyimiz bu illərdə artıq inkişaf etmiş ölkələrdə, indiyə qədər olan kiçik və orta müəssisələrdə məşğulluğu artırmaq siyasəti ikinci plana atılaraq, istehsalda, satışda və rəhbərlikdə yenilik axtaran kiçik müəssisələrin meydana gəlməsini və sağlam rəqabəti təmin edən kiçik müəssisələr siyasəti həyata keçirilməyə başlandı. Beləliklə, inkişaf etmiş ölkələrin kiçik biznes siyasətlərinin əsas məqsədi məşğulluğu artırmaq deyil, müasir çağın özəyi olan canlı, yaşana bilər, dinamik sahibkarların inkişaf etdirilməsidir. Göstərilən hesabatlarla əsasən ölkədən ölkəyə dəyişməklə

məşğulluğun 40-80 %-i onların nəticəsi hesabına əldə olunur. Bu məlumatlara görə kiçik müəssisələr böyük müəssisələrə görə ölkələrin iqtisadi və ictimai mənada daxili bölgüsündə üstünlüyə malikdir.

Kiçik sahibkarlıq bir çox inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrin iqtisadi fəaliyyətində aparıcı qüvvələrdən biri olmasına baxmayaraq dünya təcrübəsində kiçik sahibkarlığın qanunvericilikdə vahid təsnifatı və göstəriciləri mövcud deyil. Belə ki, hər bir ölkənin təbii ehtiyatları, iqtisadiyyatı, siyasi həyatı, qanunvericilik sistemi eyni olmadığından fərqliliklər meydana gəlir.

Xarici ölkələrin təcrübəsində kiçik sahibkarlığa dair bir çox tədbirlər görülür. Bunlardan ən əhəmiyyətli kimi fiskal və maliyyə tədbirlərini qeyd edə bilərik . Belə ki, kiçik sahibkarlıq subyektləri üçün tətbiq olunan vergilərin həcmi azaldılır, bəzi ölkələrdə isə sadələşdirilmiş vahid vergi dərəcəsi tətbiq olunur, kredit və digər təşkilatların hüquqları genişləndirilir, kredit imkanları yaradılır, təşkilati və hüquqi mexanizm təkmilləşdirilir, informasiya-məsləhət xidmətləri göstərilir və müvafiq infrastruktur yaradılır.

Güzəştli vergiqoyma sistemi kiçik sahibkarlığa maliyyə dəstəyinin əsas istiqamətlərindən biri sayılır. Bu prosesdə kredit təşkilatlarının rolu da vacibdir . Buna səbəb kiçik və eləcə də innovasiya biznesinin ən qlobal problemi maliyyələşdirmənin çətinliyidir. Qərbi ölkələrində kreditləşmənin inkişaf etmiş sistemi tətbiq olunur. Bunlara maliyyələşdirmənin müxtəlif mənbələri və institutları, sığorta şirkətləri, innovasiya fondları, təqaüd fondları, kommersiya bankları, regional qrantlar və s. aid edilir. Avropa ölkələrində isə dövlət zəmanətli kreditlərin verilməsi geniş yayılmışdır. Həmçinin bu ölkələrdə vençur kapitalının fəaliyyəti genişləndirilir, biznes-angellərin yaradılır.

Kiçik sahibkarlıq subyektlərini həvəsləndirən digər amillərinə geniş informasiya dəstəyinin verilməsi, kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin iri sahibkarlıqla münasibətlərinin genişləndirilməsi üçün biznes inkubatorların və iqtisadi müəssisə klasterlərinin yaradılması, həmçinin kiçik müəssisələrin ixrac fəaliyyətinə dəstək olmaqla, ixrac imkanlarının gücləndirilməsi də daxil edə bilərik.

Öncədən də qeyd etdiyimiz kimi dövlət hər zaman kiçik sahibkarlıq fəaliyyətinə dəstək vermişdir. Bunlardan biri də müasir dövrümüzdə aktual olan innovasiya fəaliyyətinin fəallaşdırılmasına dair dövlət sisteminin yaradılmasıdır. İnkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, elmi–texniki inkişaf bazar şəraitində avtomatik olaraq birdən-birə baş vermir. O uyğun zamanda çevik olmalı, düzgün , məqsədyönlü idarə edilməli və dövlətin iqtisadi metodları ilə stimullaşdırılmalıdır. Dövlət çox zaman proteksiyonist yəni himayədarçı xarakteri daşıyır. Beləki, dövlət siyasəti kiçik innovasiya firmalarına münasibətdə yeniliklərin yaranması və yayılması prosesində böyük rol oynayır.

Bir sıra ölkələrdə elmi-tədqiqat işləri ilə məşğul olan kiçik firmalar üçün xüsusi dövlət dəstəyi sistemi fəaliyyət göstərir. Bu sistem kiçik müəssisələrin elmi-tədqiqat işlərini maliyyə köməyi və informasiya ilə təmin edir. Buna əyani sübut olaraq ABŞ-da “kiçik şirkətlərin elmi fəaliyyətini inkişafı” haqqında qanunu göstərə bilərik. Bu qanuna əsasən təkcə Milli Elmi Fond yox, həm də sərəncamda elmi-tədqiqat və təcrübi-konstruktor işlərinin büdcəsi olan digər federal nazirliklər də öz vəsaitlərinin 2,5% kiçik biznesə ayırmalı idilər. 90-cı illərdə təxminən ümumi məbləğ 400 mln. dollar hesablanmışdır.

ABŞ-da fəaliyyət göstərən kiçik firmaları şanslı hesab etmək olar. Belə ki , buradakı kiçik innovasiya firmaları elmi- tədqiqatların aparılması məqsədli, əvəzsiz subsidiyaları əldə etmək imkanı qazanırdılar. Subsidiyaların məbləği ilkin mərhələdə 50 min dolları, ikinci mərhələdə isə 500 min dollardan çox olmurdu[3].

Hətta şirkətin işləri uğurla başa çatdıqda ona yeni məhsulun kommersiya buraxılışının mənimsənilməsi üçün lazım olan məbləğdə ssuda verilmə şansı var idi. Üç növ ssuda verilirdi :

- Birbaşa ssuda - Kiçik firmanın birbaşa maliyyə-borc mənbələri olmadığı halda kiçik və orta müəssisələrin işləri üzrə Administrasiya (KOMA) tərəfindən verilir;

- Paylı ssuda - KOMA tərəfindən bir neçə xüsusi kredit təşkilatları ilə birlikdə verilir;

- Zəmanətli ssuda - Bu o halda mümkün olurduki, KOMA tərəfindən kiçik firmaya verilən kreditə borcun 90%-nin qaytarılmasına zəmanət verilsin.

Zəmanətli həmçinin paylı ssudalar kommersiya təşkilatlarını yəni xüsusi banklar, investisiya fondları, sığorta şirkətləri kiçik firmalara müstəqil kapitallarını verməyə şərait yaradır.

Danimarkada isə kiçik firmalara 3 il müddətində faizsiz ssuda verilməsinə icazə verilir. Bir şərtlə ki, verilən ssuda tədqiqatların aparılmasına çəkilən xərclərin 75%-i qədər olsun. Əgər aparılan işlər uğursuzdursa bu zaman verilmiş ssudanın yarısı dövlətin büdcə xərcləri hesabına ödənilir. Fransa və Böyük Britaniya ölkələrində isə kiçik firmaların elmi tədqiqatlara çəkdiyi xərclərin həcmnin 50%-ə qədəri analoji qaydada ödənilir.

AFR-də innovasiya şirkətləri və dövlətlər arasında müxtəlif mərhələli əməkdaşlıq münasibətləri vardır. Bu isə gələcəkdə baş verə biləcək riskin qarşısını əhəmiyyətli dərəcədə almağa imkan verir. Digər müsbət bir cəhəti uğurlu əməkdaşlıq nəticəsində dövlət elmi işlərin dəyərinin maksimum 75%-i subsidiyalaşdırmağı öz üzərinə götürməsidir. Sonuncu mərhələdə isə təcrübə istehsalının təşkil edilməsi, yeni məhsulun kommersiya mənimsənilməsi üçün tələb olunan kapital vəsaitinin təxminən 80% həcmində ssuda verir.

Bütün bunlarla yanaşı bütün sənaye ölkələrində sahibkarlığa dövlət himayəsinə aid ümumi əlamətlər mövcuddur:

- ❖ İnformasiya sisteminin yaradılması, təşkili;
- ❖ Dövlət kontraktlarının əldə edilməsində kiçik biznesə yardım sistemi;
- ❖ Kiçik biznes fəaliyyətinin inkişafına stimül verən vergi güzəştləri;
- ❖ Maliyyə dəstəyi;
- ❖ Xarici-iqtisadi əlaqələrin yaradılmasında kiçik firmalara yardım edilməsi;
- ❖ Şəxsi fəaliyyətlə məşğul olmaq istəyən işsizlərə kömək proqramı;
- ❖ Kiçik firmaların innovasiya fəaliyyətinin inkişaf proqramı;
- ❖ Kiçik firmaların idarə edilməsi, tədris kurslarının təşkil edilməsi, informasiya nəşrlərinin həmçinin metodik işləmələrin hazırlanması problemləri üzrə tədqiqatların aparılması;
- ❖ Təhsil və məsləhətlərin verilməsi təşkili sistemi və bununla bağlı universitetlərdə biznes kollecləri və məktəbləri ilə kontraktların bağlanması;
- ❖ İdarəetmə, texniki və digər ixtisaslaşdırılmış istiqamətlərdə yardım edilməsi;
- ❖ Dövlət, regional və yerli resursların birgə fəaliyyəti, elmi –tədqiqat işlərinin aparılması məqsədilə kiçik biznesin inkişafı üçün regional və yerli mərkəzlərin yaradılması.

Qeyd etdiyimiz bütün tədbirlər sistemi kiçik biznes müəssisələrin fəaliyyətinin genişlənməsi üçün şərait yaradır, kiçik müəssisə sahiblərini öz fəaliyyətlərini idarə etmək üçün sümullaşdırır, biznes fəaliyyətlərini əlaqələndirməyə şərait yaradır və digər müəssisələrlə rəqabət etməyə imkan verir.

II FƏSİL. AZƏRBAYCANDA KIÇIK BİZNESİN İDARƏ

EDİLMƏSİNİN TƏŞKİLİ XÜSUSİYYƏTLƏRİ

2.1 Kiçik biznesin idarə edilməsinin təşkili metodları və prinsipləri

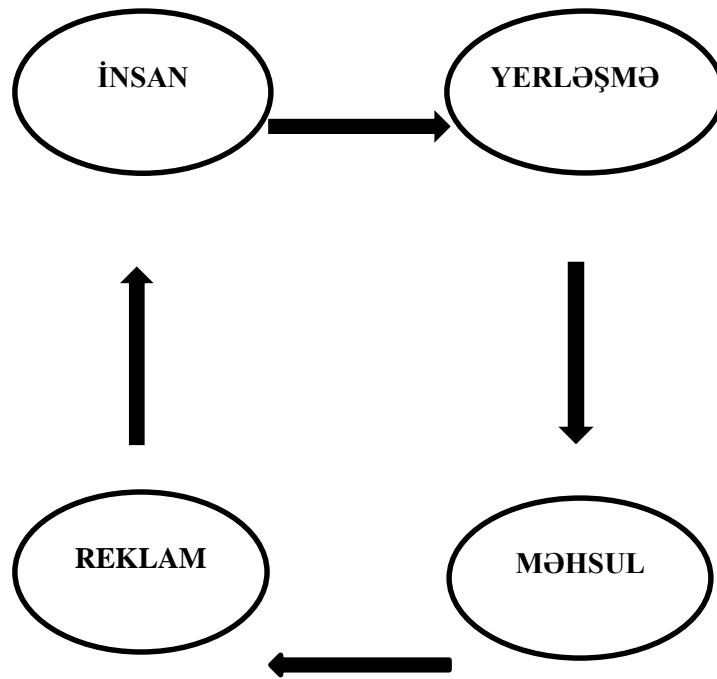
Bildiyimiz kimi bazar iqtisadi şəraitinin mövcud olması, bazar münasibətlərinə keçilməsi, işgüzarlığın bəyənilməsi kiçik biznesə marağı artırmışdır. Nəticə etibarı ilə kiçik biznesi keçmiş dövrlərə nisbətən daha çox inkişaf etmiş, fəaliyyət sahələri genişlənmişdir.

Kiçik biznes əsasən xüsusi şəxs tərəfindən səhm qoyulması əsasında təşkil edilir və çox zaman təkbaşına, sadə şəkildə idarə olunur. Bu daha çox rast gəlinən forma hesab olunur. Digər tərəfdən onlar iri təşkilatların, müəssisələrin tərkibindən hər hansı bir istehsal bölməsinin, istehsal vahidinin ayrılması nəticəsində də yaranır. Bəzən isə dövlət, ictimai kooperativ müəssisələrlə, xüsusi şəxslərlə və mülkiyyətin digər uyğun formalarına əsaslanan təşkilatkarla da təşkil edilə bilər.

Biznesin təşkilində əsas amillərdən biri maliyyə vəsaiti sayılır. Elə hallar baş verir ki, sahibkar olmaq istəyən şəxsin gələcək perspektivi uğurlu ola biləcək bir ideyası olur lakin onu həyata keçirmək üçün maliyyə dəstəyi olmur. Ona görə də bu amil vacib sayılır. Əsasən kredit, dövlət dəstəyi və ya şəxsi hesabdən olan vəsaitlərlə kiçik biznes qurulur. Yəni, əgər bizim biznes üçün yaxşı bir ideyamız varsa lakin maliyyə vəsaitimiz yoxdusa heç də bizim bu ideyamızın reallaşmayacağı mənasına gəlmir. Əsas odu ki, bu ideya uğurlu biznes üçün yararlı olsun. Kreativ, heç kimin məşğul olmadığı biznes ideyası daha uğurlu hesab olunur. Məsələn, Bernard Makkoyun printerlər üçün kartec istehsalı, Aleks Endonun dəniz anlarını ev heyvanı kimi satışı, Con Kalpların ilk olaraq istənilən bayrama uyğun sviter satışı, Sara Kauffmandın pendir incəsənəti (Cheese Lady), Frezer Doertinin Superjam

şirkəti, Metyu Ossbornun pooper-scooter.com saytı və s. misal göstərmək olar[23]. Məhz bunun kimi ideyalar kiçik biznesin başlanğıcı kimi hesab edilir.

İdeya və maliyyə təminatı kimi amillərlə yanaşı seçilən biznesin fəaliyyət növü də əhəmiyyətlidir. Məhz seçdiyimiz sahəyə uyğun biznes təşkil olunur, müvafiq metodla idarə edilir. Məsələn, ən geniş yayılmış kiçik biznes sahəsi olaraq hər hansı bir geyim və ya ərzaq mağazasını nümunə götürə bilərik. Bir qədər sadə görünsə də bu biznesin bəzi məqamlar vardır ki, onlara xüsusi diqqət yetirmək lazımdır. Bunu aşağıdakı şəkildən daha aydın görə bilərik (Şəkil 2.1) :



Şəkil 2.1 Biznesin yaranmasında vacib amillər

İlkin olaraq insan amilidir. Belə ki, mağazanı sahibkarı özü idarə edərsə özündə, etmərsə idarə edən şəxsə aşağıda göstərilən xüsusiyyətlər olmalıdır :

➤ Satılan məhsul sevimli, satış qabiliyyəti olmalıdır. Təklif edilən məhsul nə qədər çox satılan məhsul olsa da satıcı satış qabiliyyəti olmayan şəxs olduqda məhsul az satılacaq.

➤ Mağaza müdiri çalışması sevimli, çevik insan olmalıdır.

➤ İşçi heyəti daima motivasiyalanmalıdır. Hər satışa verilən əmək haqqı dəyşməlidir. Hal hazırda bir çox mağazalarda bu geniş tətbiq olunur.

İkinci mühüm amil mağazanın yeridir. Ən yaxşı məhsul belə düzgün yer seçimi edilməyən zaman satılmaya bilər. Buna görə də məhsulun növündən, qiymətindən, miqdarından asılı olaraq yer düzgün seçilməlidir. Ətrafdakı müştəri və mağazanın qiyməti də bura daxil edilir. Yer seçimində həmçinin, xarici görünüşə, fiziki ölçülərə, vitrin düzümünə, tabellaların vurulma qaydasına da fikir vermək lazımdır.

Üçüncü amil təklif edilən məhsuldur. Məhsul keyfiyyətli olmalı, müştərinin ehtiyacını ödəməlidir. Seçilən məhsul mağazanın yerləşdiyi bazar tələbatına uyğun olmalıdır və ya siz özünüz məhsulunuza uyğun alıcını tapması bacarmalısınız . Tələbatı çox olan məhsullar daimi sizin anbarda olmalıdır ki, müştəri itirilməsi ilə qarşılaşmayasınız. Buna görə də anbar qalıqlarının idarə edilməsi vacib amillərdəndir.

Son amil isə ən vaciblərindən sayılır ki, bu reklam amilidir. Reklamın yaxşı olması mənfəətin çox olması şansını artırır. Bu amil sahibkara daima mənfəət gətirən amillərdəndir.

Sadaladığımız bu amillər hər hansı mağazanın fəaliyyətinin uğurlu olmasının göstəricisidir. Mağazanın kiçik və ya böyük olmasından asılı olmayaraq bu amillər bütün mərhələlərdə nəzərə alınmalıdır. Son dövrlərin təcrübələri də bunu sübut etmişdir.

Müəssisə təşkil edildikdən sonra onun fəaliyyətə başlaması üçün idarəetmə strukturunu müəyyənləşdirmək vacib hesab olunur. Bunun üçün hər şeydən əvvəl lazım olan bütün fəaliyyət növlərini təhlil etmək, alternativ variantlar içərisindən müəssisəyə ən uyğun olanını seçib bloklar üzrə bölüşdürmək lazımdır. Qeyd etmək istərdim ki, hər bir müəssisənin idarəetmə strukturunu yaradan zaman bəzi suallara cavab tapmaq lazım gəlir ki, o cümlədən kiçik müəssisələrin idarəetmə mexanizmində də mühüm əhəmiyyət kəsb edir və onlar aşağıda göstərilmişdir:

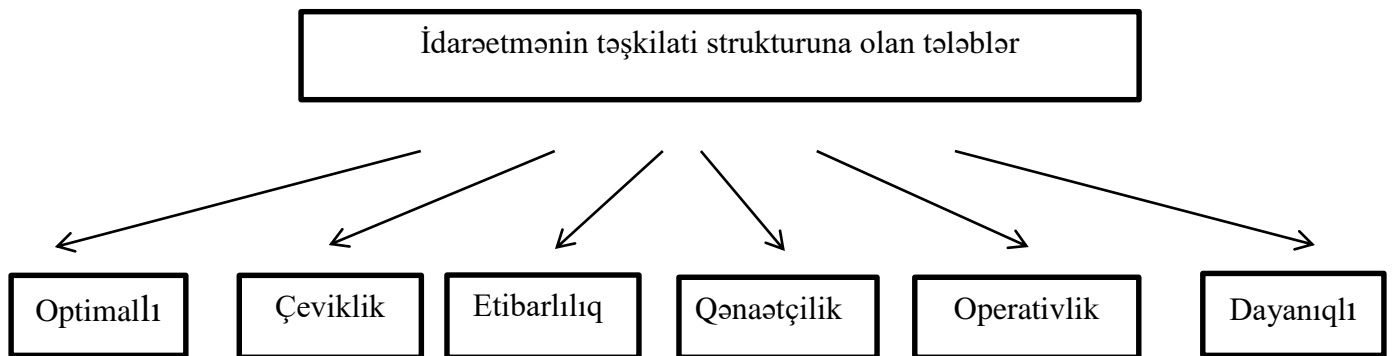
- Müəssisənin əsas elementləri hansılardır?
- Hansı elementləri birləşdirmək və əksinə hansılarını ayırmaq düzgün hesab olunur?
- Göstəricilər hansı miqdarda və formada düzgündür?
- Bu göstəriciləri necə qruplaşdırmaq və onların arasında münasibət necə tənzimlənməlidir?

Bu və ya digər suallarla yanaşı biznesin düzgün təşkili yaradılır. Kiçik sahibkarlıq müəssisələrinin təşkili ölkənin iqtisadi vəziyyətindən, maliyyə resurslarının miqdarından, bazar münasibətlərindən, məhsulun, xidmətin növündən, sahibkarın bilik və bacarığından, işçi heyətinin səriştəliyindən və digər xarici və daxili mühit amillərindən asılı olaraq dəyişir. Lakin hər bir idarə edən şəxs yəni istər menecment, istərsə də sahibkar ümumi idarəetmənin təşkilati strukturun prinsiplərini nəzərə alaraq öz vəzifəsini yerinə yetirməlidir. Bu prinsiplərə düzgün əməl edilməsi kiçik biznes fəaliyyətinin uğurlu nəticələr əldə etməsinə, inkişafına, genişlənməsinə şərait yaradır ki bu da əvvəlcə də dediyimiz kimi ölkənin iqtisadi vəziyyətinə, milli gəlirinə, əhalinin sosial vəziyyətinin yaxşılaşmasına, məşğulluğun artımına səbəb olur.

Həyata keçirilməsi nəzərdə tutulan prinsiplər bunlardır:

- Yaradılan idarəetmə strukturunun kiçik biznesin məqsədlərinə uyğunluğu;
- İdarəetmənin strukturu və funksiyalarının vəhdətliyi , onların birgə fəaliyyəti;
- İdarəetmə funksiyalarının (təşkilətmə, planlaşdırma, motivasiya, nəzarət) mərkəzləşməsi, ixtisaslaşması və bir-biri ilə əlaqəli olaraq ardıcıl yerinə yetirilməsi;
- Kiçik müəssisənin istehsal və təşkilati strukturlarının idarəetmə strukturuna uyğun olması;
- Fəaliyyət növlərinin kompleksliliyi;
- Informasiyaların toplanması və onlardan istifadənin idarəetmənin təşkilati strukturuna uyğunluğu.

Bu prinsiplərin reallaşdırılması zamanı idarəetmənin təşkilati strukturuna olan tələbləri nəzərə almaq lazımdır. Bu tələblər aşağıdakı şəkildə göstərilmişdir(Şəkil 2.2).



Şəkil 2.2 İdarəetmənin təşkilati strukturuna olan tələblər

- Optimallıq-İdarəetmənin təşkilati strukturu optimal hesab edilə bilməsi üçün idarəetmə həlqələri və pillələri arasında rəşional əlaqə yaradılmalıdır;
- Çeviklik-Yəni müəssisənin təşkilati idarəetmə strukturu xarici mühitdə baş verəcək dəyişilmələrə tez uyğunlaşmağı bacarmalıdır;

- Etibarlılıq-Istifadə olunan informasiya doğru olmalıdır, idarəedici şəxslər və digər işçi heyəti məlumatlarda səhvlərə yol verməməlidir;
- Qənaətçilik-minimum xərclər maksimum nəticələr əldə edilməlidir. Əsas məqsəd ondan ibarətdir ki, resurslardan səmərəli şəkildə istifadə edilsin;
- Operativlik-əsas mahiyyəti ondan ibarətdir ki, idarəetmə sistemində qərarın qəbulundan başlayaraq onun icrasınadək olan zaman ərzində qəbul edilən qərarın reallaşdırılmasını operativ şəkildə həyata keçsin. Lazımsız səhvlərə yol verilməsin;
- Dayanıqlılıq-müxtəlif mənfi xarici təsirlərə baxmayaraq idarəetmənin təşkilati strukturunun əsas xassələri dəyişilməməli, dayanıqlı vəziyyətdə qalmalıdır.

Kiçik biznesin təsis edilməsində informasiya da əsas amillərdən biri sayılır. Kifayət qədər dolğun informasiyanın olmaması kiçik biznes subyektlərinə bazarda çıxış imkanlarına çətinlik yaradır.

Şirkətin məlumat təminatı dedikdə, şirkətin fəaliyyəti üçün zəruri olan məlumat toplusu və bütün mənbələrinin külliyyəti nəzərdə tutulur. Bu məlumat toplusu etibarlı mənbələrdən olması onun etibarlılıq səviyyəsinin göstəricisidir.

Kiçik sahibkarlara bu sahədə dövlətimiz də öz dəstəyini göstərir. Bu haqda “Kiçik sahibkarlığa dövlət köməyi haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanun”unda on ikinci maddəsində qeyd edilmişdir. “Müvafiq icra hakimiyyəti orqanları kiçik sahibkarlar üçün iqtisadi, hüquqi, istehsal, texnoloji və digər məlumatın əldə edilməsi, həmçinin onlar arasında işgüzar məlumat mübadiləsinin reallaşması məqsədilə informasiya infrastrukturunun yaradılması üzrə tədbirlər hazırlayır və həyata keçirirlər”[7]. Bununla yanaşı dövlət qurumları qanunvericiliyə zidd olmayan qaydada güzəştli şərtlərlə informasiya xidmətlərini göstərirlər. İnformasiyanın əldə olunmasına çəkilən xərcləri isə sahibkarlığa maliyyə köməyi qurumları uyğun olaraq tam və ya qismən kompensasiya edir. Kompensasiyanın

şərtləri, qaydası, tam və ya qismən olması kiçik sahibkarlıq subyekti ilə müvafiq maliyyə qurumu arasında bağlanmış müqaviləyə əsasən müəyyən edilir.

Qeyd etmək lazımdır ki, sahibkarların kiçik müəssisələri özəlləşdirməsi səlahiyyətlərinin çoxalmasına, onların təşkilinə nəticədə isə kiçik biznesi daha rahat idarə etməsinə səbəb olur. Bildiyimiz kimi son dövrlərdə özəlləşdirmə prosesi daha asan bir prosesə çevrilmişdir. Beləki ölkəmizdə müxtəlif proqramlar, qanunlar və prezident fərmanları çərçivəsində artıq bu məsələnin həlli bir qədər sadələşmişdir. Biz bunu «Azərbaycan Respublikasında dövlət əmlakının özəlləşdirilməsinin II Dövlət proqramı»nın təsdiq edilməsi barədə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanında görə bilərik. Kiçik müəssisələrin və ya obyektlərin özəlləşdirilməsi fərmanda göstərilmiş müəyyən qaydalara görə həyata keçirilir[21]:

- Özəlləşdirmə hərrac vasitəsilə olur;
- Hərrac qiyməti yəni ilkin obyektin start qiyməti olaraq kiçik müəssisənin nizamnamə kapitali müəyyən edilir;
- Əmlakın start qiymətinin 15%-i dövlət proqramının 4.2-ci bölməsinə əsasən əmək kollektivinə və onlara bərabər tutulan şəxslərə güzəştli satışa çıxarılır. Əgər qalib əmək kollektivi olarsa, əmlakın əmək kollektivi üzvləri arasında bölüşdürülməsi və istifadəsi Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyinə əsasən həyata keçirilir;
- Digər 85%-i isə dövlət proqramının 4.4-cü bölməsində nəzərdə tutulmuş satış üsuluna uyğun olaraq satışa çıxarılır;
- Əmək kollektivi hərraca özəlləşmə haqqında dövlət əmlakının idarə edilməsi üzrə dövlət komitəsi tərəfindən rəsmi elan verildikdən sonra ən gec 5 gün qalanadək güzəştli satışı keçirməli əks halda onlara verilən güzəşt hüquqlarını itirir;

➤ Özəlləşdirilmə vəkil edilmiş şəxs tərəfindən həyata keçirilir. Vəkil edilmiş şəxs müəssisənin əmək kollektivi üzvlərinin həmçinin özəlləşdirmədə güzəşt hüququ olan digər şəxslərin 50%-dən çoxunun öz səlahiyyətlərini qanuni surətdə verdikləri hüquqi, fiziki şəxs hesab olunur və notarial qaydada etibarnamə verilir. O özəlləşdirməni müvafiq orqanlarda reallaşdırır, qanunvericiliyə düzgün əməl olunmasına nəzarət edir, özəlləşdirmə üçün lazımı işləri görür yəni zəruri müqavilələri bağlayır, öhdəliklər imzalayır verilən informasiyanın düzgünlüyünə görə məsuliyyət daşıyır;

➤ Start qiymətinin 85%-nin hərrac qalibi əmək kollektivi olduqda, bu hissə 100% hesab edilir və hərrac qiymətinin 30%-i müvafiq qaydada alqı-satqı müqaviləsi bağlandıqdan sonra ən gec 5 (beş) bank günü ərzində vəkil olunmuş şəxs tərəfindən nağd pulla ödənilir;

➤ Hərrac qiymətinin 30%-i əmək kollektivi üzvləri arasında bərabər bölüşdürülməklə əvəzsiz verilir. 40%-i alqı-satqı müqaviləsinə uyğun olaraq, lakin 2 ildən gec olmayaraq vəkil olunmuş şəxs tərəfindən ödənilməlidir;

➤ Hərracın qalibi kənar şəxs və ya güzəşt hüququnu itirmiş əmək kollektivi olarsa, əmlakın satış qiyməti bütövlükdə 5 bank günü ərzində alqı-satqı müqaviləsi imzalandığı andan pulla ödənilir;

➤ Əmək kollektivinin müraciəti ilə tikili, qurğu, avadanlıq və s. mümkün olduğu hallarda ayrıca hərraca çıxarıla bilər;

➤ Həmçinin dövlət əmlakının idarə edilməsi üzrə dövlət komitəsinin qərarına əsasən texnoloji xüsusiyyətlərindən və dəyərindən asılı olaraq, kiçik müəssisələr orta və iri müəssisələr üçün müəyyən edilmiş qaydalara görə özəlləşdirilə bilər;

➤ İstifadə olunan bütün sənədlər Dövlət Əmlakının İdarə Edilməsi üzrə Dövlət Komitəsi tərəfindən hazırlanmış vahid metodikaya əsasən tərtib olunur.

2.2 Kiçik və orta biznes fəaliyyət sferaları və təşkili hüquqi formaları

XX əsrin ikinci yarısından etibarən bazar iqtisadiyyatı mövcud olan ölkələrin bir çoxunda kiçik və orta ölçülü müəssisələrin inkişafı prosesinə geniş yer verilir. Buna səbəb onun bir sıra üstün cəhətlərinin olmasıdırki, buraya rəqabət mühitinin yaradılması, onun gücləndirilməsi, yeni iş yerlərinin açılması, məşğulluğun artması, yoxsulluğun azalması, ÜDM-in artımını və s. bu kimi göstərciləri aid edə bilərik. Bu müəssisələrin hesabına mütərəqqi texnologiyaların tətbiqi sürətlənir, sahibkarlar yüksək keyfiyyətli məhsulun istehsalına ciddi səy göstərirlər. Kiçik və orta biznes ölkədən-ölkəyə, fəaliyyət sferalarına, yaranma amillərinə, idarəetmə prinsiplərinə görə fərqlənirlər. Buna baxmayaraq onlar hər bir ölkənin iqtisadi və sosial həyatında, xaricə çıxışında, makroiqtisadi göstəricilərində mühüm rol oynayır. Bu onların nə qədər əhəmiyyətli olduqlarının sübutudur.

Müasir dövrdə müəssisələrin idarə edilməsi fəaliyyət sahələrindən asılı olaraq dəyişir. Kiçik müəssisələr bazarın tələblərinə çevik reaksiya verməklə, elastik siyasət yürüdürlər. Başqa cür desək, tez uyğunlaşma, o cümlədən, çevik qərar qəbul etmə idarəetmənin səmərəliliyini yüksəldir. Müəssisələrdə üstün cəhətlərlə yanaşı, mənfi tərəflər də vardır. Belə ki, kiçik müəssisələrin irimiqyaslı xidmətləri həyata keçirmələri məhdud imkanlar daxilindədir.

Kiçik və orta sahibkarlığa aid sistemli şəkildə dünya miqyasında vahid göstərcilər qrupu mövcud deyildir. Bu ölkələrin qanunvericilik sistemi iqtisadiyyatı, inkişaf mərhələsi və digər bu kimi məsələlərlə əlaqəlidir. Lakin, Avropa İttifaqı çərçivəsində vahid təsnifat tərtib olunmuşdur. Belə ki, illik dövriyyəsi 10 milyon avronu keçməyən və işçi heyətinin sayı isə 10-49 nəfər olan müəssisələr kiçik müəssisələr sayılır. ABŞ-da kiçik sahibkarlıq müəssisələrində 100 nəfər, Çin də isə 1000 nəfər və daha az işçisi olan müəssisələr kiçik müəssisələr hesab olunur.

Türkiyə təsnifatına görə belə müəssisələr sayı illik dövriyyəsi 5 milyon lira və işçilərin sayı maksimum 50 nəfər hesab olunur.

Estoniya və Çexiya kimi Şərqi Avropa ölkələrində kiçik sahibkarlıq o cümlədən də orta sahibkarlıq ilk sıralardan birini tutur ki, hər 1000 nəfərə düşən müəssisə sayı müvafiq olaraq 71 və 88 qeydə alınmışdır . Bu ölkələrdə kiçik və orta sahibkarlığın yüksək inkişafı, bazar iqtisadiyyatına keçid zamanı tətbiq olunan özəlləşdirmə siyasəti ilə sıx bağlıdır. Daha geniş izah etsək bu ölkələrdə kiçik-miqyaslı özəlləşdirmə yəni “small-scale privatization” siyasəti ölkədə əsasən ictimai iaşə kimi xidmət fəaliyyəti və kiçik-miqyaslı istehsalla məşğul olan müəssisələr üzrə aparılırdı. Əhalinin belə müəssisələrdə iştirakı mümkün olduğu dərəcədə çalışırdılar ki, yüksək olsun .Nəticədə isə kiçik sahibkarlıq subyektlərinin sayı getdikcə çoxalırdı.

Ümumi daxili məhsuldakı xüsusi çəkisinə görə, Avropa ölkələri arasında İtaliya və Malta hesab olunur ki, burada kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin əlavə dəyərdəki payı müvafiq olaraq 80% və 77% göstərilir. Çexiya, Estoniya, İtaliya, Malta və Portuqaliyada işçi qüvvəsinin təxminən 50%-i məhz bu cür müəssisələrin payına düşür. Fransa, Slovakiya və Finlandiya kimi ölkələrdə isə bu rəqəm daha azdır. Kifayət qədər böyük olan Rusiyada isə bu rəqəm ÜDM-in dördüdə birindən də aşağı qeyd edilir. Buna səbəb kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyətinin digər ölkələrlə müqayisədə zəif olmasıdır.

Ümumi olaraq aşağıdakı cədvəldə bəzi ölkələrin kiçik və orta sahibkarlıq üzrə faiz göstəriciləri verilmişdir[26] (Cədvəl 2.1):

Cədvəl 2.1 Ölkələrin kiçik və orta sahibkarlıq üzrə faiz göstərciləri

	ABŞ	AFR	Yaponiya	Fransa	İngiltərə	Cənubi koreya	Türkiyə
Kiçik və orta sahibkarlığın ümumi ölkə üzrə	97,2 %	99,8 %	99,4 %	99,9 %	96 %	97,8 %	99,5 %
Məşğulluq üzrə	50,4 %	64 %	81,4 %	49,4 %	36 %	61,9 %	61,1 %
Investisiya üzrə	38 %	44 %	40 %	45 %	29,5 %	35,7 %	56,5 %
Əlavə dəyər üzrə	36,2 %	49 %	52 %	54 %	25,1 %	34,5 %	37,7 %
İxracat üzrə	32 %	31,1 %	38 %	23 %	22,2 %	20,2 %	8 %
Kreditdən aldıkları pay	42,7 %	35 %	50 %	48 %	27,2 %	46,8 %	4 %

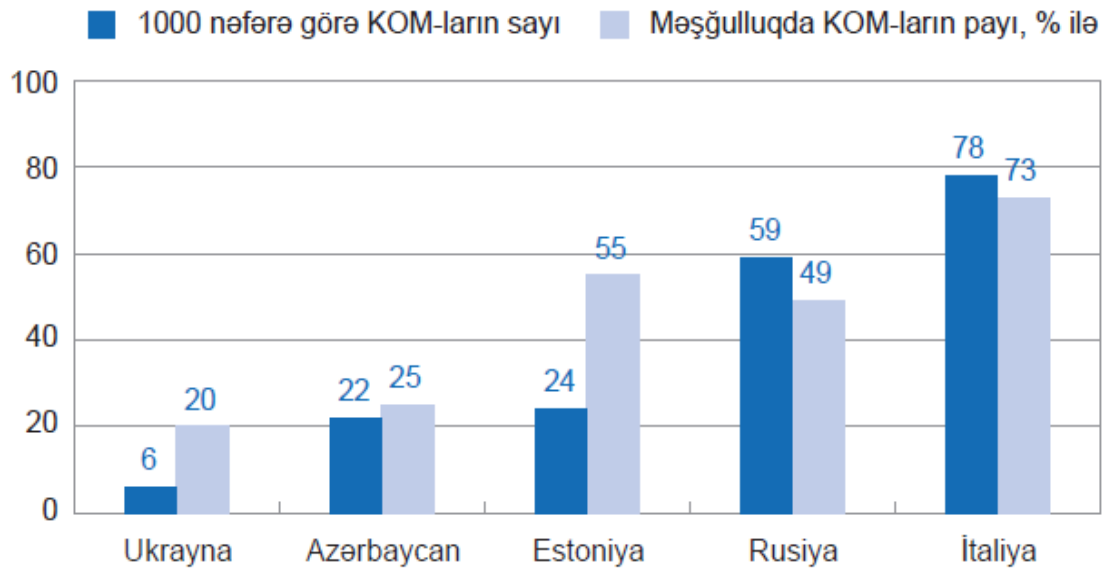
Ölkələr arasında kiçik və orta sahibkarlıqda vahid təsnifat olmadığı kimi fəaliyyət sferaları üzrə də fərqlər mövcuddur. Məsələn, Avropa İttifaqında topdan və pərakəndə ticarətdə aparıcı rol oynayır. ÜDM-un 22%-i məhz bu fəaliyyət sahəsi tərəfindən təmin olunur. Məşğulluğun 26%-i isə ticarətlə məşğul olan müəssisələr tərəfindən təmin olunur. Müqayisə üçün qeyd etmək lazımdır ki, Gürcüstanda kiçik və orta sahibkarlığın məşğulluqdakı payı 43%, Ukraynada isə 58%-dir. Xidmət, tikinti, yaşayış və qida xidmətləri, həmçinin inzibati xidmətlər də əhəmiyyətli rola malikdir ki, onlar birlikdə əlavə dəyərin və məşğulluğun təxminən 23%-ni təşkil edirlər. Emal sənayesinin iri kapital investisiyaları həmçinin miqyas baxımından da böyük olmasına baxmayaraq kiçik sahibkarlıq fəaliyyətində ikinci yeri tuturlar. O cümlədən orta sahibkarlıq fəaliyyəti də bura daxil edilir.

Türkiyədə iqtisadiyyatın əsas dayaq nöqtəsi kimi kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələri hesab olunur. Ən qabaqcıl sahə pərakəndə və topdan satış, nəqliyyat, anbar təsərrüfatı və emal sənayesidir. Topdan və pərakəndə ticarət, emal sənayesi məşğulluğun çoxalması ilə nəticələnir ki, bu da onun yüksək dəyər yaratmaq imkanından xəbər verir. Buna səbəb ticarətin əməktutumlulu, emal sənayesinin isə həm əməktutumlulu, həm də texnologiya tutumlu olmasıdır. 2012-ci ilin hesabatına

əsasən Türkiyənin məcmu ixracının 62%-i, məcmu idxal fəaliyyətinin isə 38%-i məhz bu müəssisələrin istehsalı nəticəsində əldə edilib. Aparılan hesablamalara görə müəssisələrin 99.9%-i, məcmu əmək haqqının 53 %-i, məşğulluğun 76%-i, ümumi əlavə dəyərin 53.3%-i və maddi məhsullara investisiyaların 53.7%-i məhz kiçik və orta sahibkarlıq tərəfindən təmin olunur.

Dünya ölkələrinin təcrübəsi ilə müqayisədə Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələri nisbətən yeni hesab olunur və hələ tam inkişaf etməmişdir. Ölkəmizdə fəaliyyət göstərən müəssisələrin böyük hissəsi təxminən 92%-i kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri olsalar da, bu sahənin hələki ümumi daxili məhsulda həmçinin məşğulluqdakı faiz göstəricisi azdır. Belə ki, kiçik və orta biznes müəssisələrinin istehsal etdiyi məhsul və xidmətlərin ÜDM-dəki payı 3%, məşğulluqdakı payı isə 8% qeydə alınmışdır. Sahibkarlıq subyektlərinin 56,7%-i paytaxt Bakı, 12,7%-i Aran, 7%-i isə Abşeron iqtisadi rayonlarının payına düşür. İstehsal sferalarına gəldikdə isə ölkəmizdə ticarət və nəqliyyat vasitələrinin təmiri (32%), nəqliyyat və anbar təsərrüfatı (10,3), kənd təsərrüfatı (17,3) sahələri ön sıradadırlar.

Azərbaycanı digər ölkələrlə aydın şəkildə müqayisə etmək üçün aşağıdakı diaqrama baxmaq kifayət edər. Bu göstəricilər IFC-nin 2006 cı il üzrə Tacikistanda biznes mühiti üzrə hesabatından götürülmüşdür (Diaqram 2.1) [10]:



Diaqram 2.1 IFC-nin 2006 cı il üzrə Tacikistanda biznes mühiti üzrə hesabatı

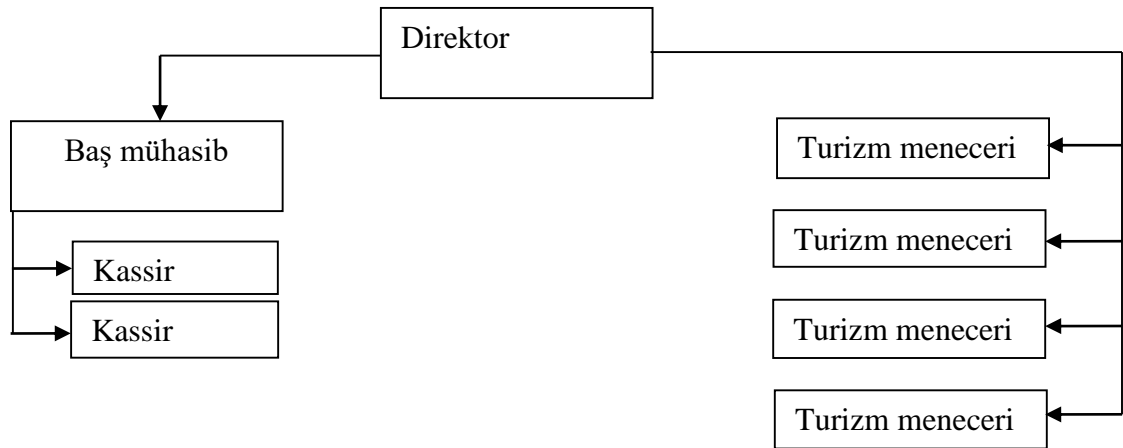
Bu göstəricilərdən də aydın olduğu kimi respublikamız digər ölkələrlə müqayisədə xeyli zəif inkişaf edib. Buna baxmayaraq daimi olaraq bu sahənin inkişafı üçün beynəlxalq təcrübələrdən istifadə edilərək progressiv tədbirlər sistemi hazırlanır və həyata keçirilir.

Tədqiqatımızın praktiki hissəsini turizm sahəsində fəaliyyət göstərən “Baku Travel-Tourism” MMC-nin fəaliyyəti üzrə təhlillər əsasında davam etdirək. Belə ki, kiçik müəssisənin əsası 2011-ci ildə qoyulmuşdur. 6 ildən artıq fəaliyyət göstərən kiçik müəssisə Azərbaycanın turizm sektorunda özünəməxsus yer tutmuşdur. Kiçik müəssisə qiymət və xidmət səviyyələrinə görə rəqibləri demək olar ki, üstələyir. Buna əsas olaraq, müştərilərin məmnunluq göstəricilərini vurğulamaq olar. “Baku Travel-Tourism” MMC kiçik müəssisəsinin aşağıdakı fəaliyyət istiqamətlərini göstərmək olar:

- Turizm, eləcə də beynəlxalq turizm xidmətlərilə əlaqədar servis xidmətlərinin göstərilməsi (istirahət və sağlamlıq mərkəzlərinin təşkili);
- Turlar çərçivəsində nəqliyyat xidmətinin göstərilməsi;
- Bələdçilər vasitəsilə ekskursiya, gəzinti xidmətləri;

- Aviakassa xidmətləri;
- Su, hava və quru nəqliyyatı vasitələrinin icarəyə verilməsi;

Kiçik müəssisədə ümumilikdə 12 işçi çalışır. Heyətin tərkibi üzrə vəzifə bölgüsü direktor, kassir, turizm meneceri, baş mühasib və xadimə şəklindədir. Heyətin strukturunu aşağıdakı şəkildə göstərmək olar (Şəkil 2.3) .

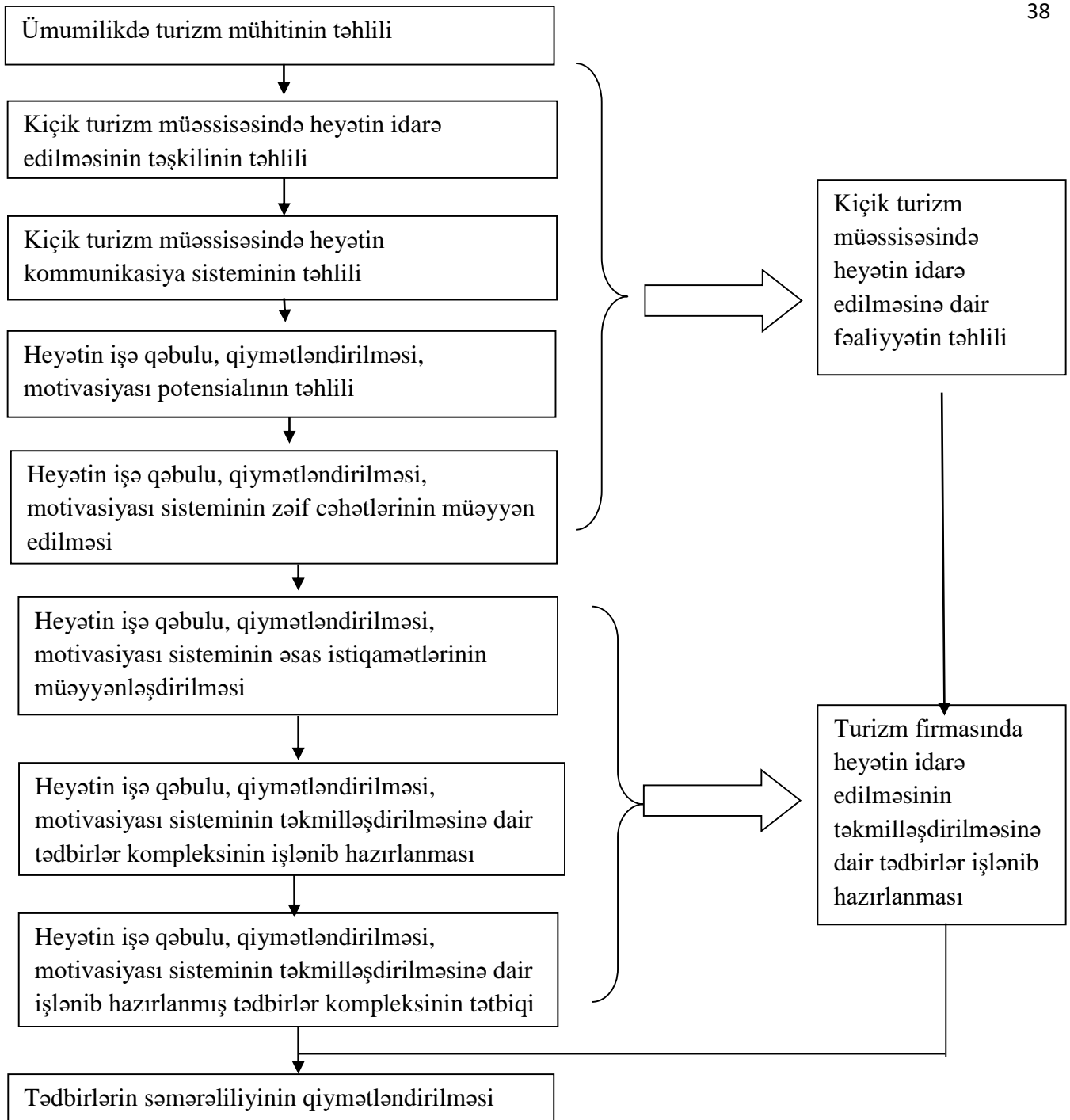


Şəkil 2.3 “Baku Travel-Tourism” MMC-nin idarəetmə strukturu

“Baku Travel-Tourism” şirkətinin ali idarəetmə orqanı, təsisçilərin ildə ən azı bir dəfə çağırılmaqla “ümumi yığıncağı” hesab edilir. Ümumi yığıncaqda qəbul edilmiş qərarlar imzalanır və möhürlənir. Cəmiyyətin operativ idarəetməsi direktora məxsusdur. O, kiçik müəssisənin işçilərini vəzifəyə təyin və vəzifədən azad edir, başqa işə keçirir, vəzifə maaşlarını müəyyən edir və digər həvəsləndirmə və cəza tədbirlərini həyata keçirir.

Zənnimizcə, turizm kiçik müəssisəsinin əsas rəqabət üstünlüklərindən biri göstərilən xidmətin səviyyəsidir ki, bu da yalnız heyətin səriştəliliyi sayəsində mümkündür. Turizm müəssisəyə sözügedən sahədə lazımi bilik və bacarıqlara malik işləməyə həvəsli əməkdaşların cəlb edilməsi kadr xidmətinin vəzifəsidir.

Turizm kiçik müəssisəsinin heyətin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsinə dair başlıca fəaliyyət istiqamətlərini aşağıdakı şəkildə göstərmək olar (Şəkil 2.4).

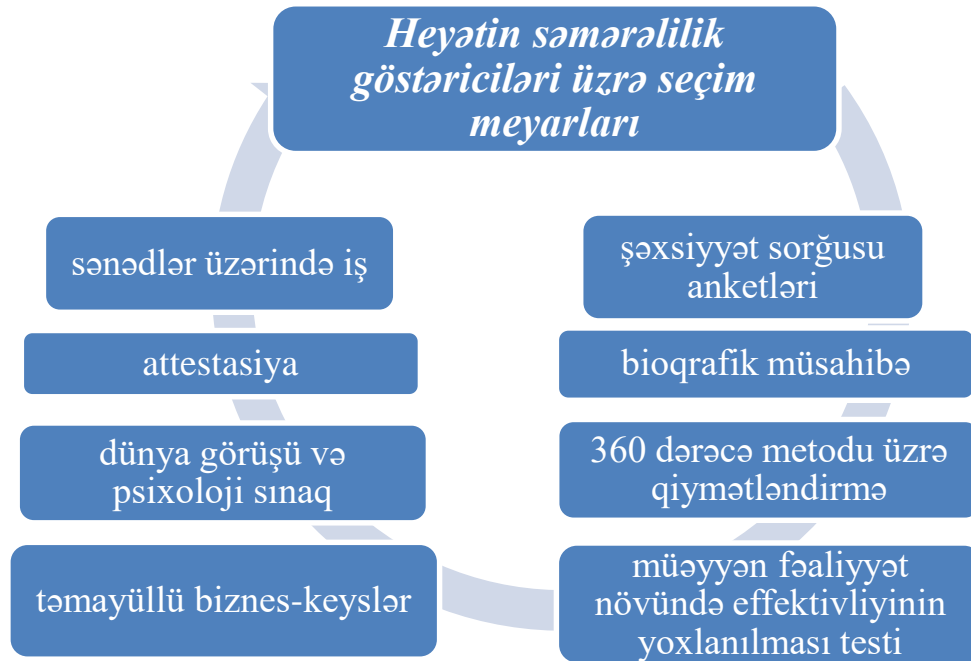


Şəkil 2.4 Kiçik turizm müəssisəsində heyətin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsinə dair başlıca fəaliyyət istiqamətləri

Kiçik turizm müəssisəsində heyəti işə qəbulunun müxtəlif üsullarından, o cümlədən, təşkilat daxilində axtarış, əməkdaşların köməyiylə işə qəbul, kütləvi informasiya vasitələrində elanlar, əməkdaşların heyətin işə qəbulu agentlikləri vasitəsilə, eləcə də təhsil müəssisələrində seçimi, dövlət məşğulluq xidməti və s.

istifadə olunur. Tələb olunan işçilərin hansı bilik və bacarıqlara, xüsusiyyətlərə və hansı təhsil səviyyəsinə malik olmalı olduğuna dair etibarlı məlumatlar olmadığına görə, ixtisaslı kadrlarda çatışmazlıq duyulur.

Turizm sahəsində müəssisələrində heyətin qiymətləndirilməsi qeyri-müntəzəm aparılır ki, bu da idarəetmənin səmərəsini maksimallaşdırır. İşlək və motivasiyalı proqram qurmaq üçün şirkətdə heyəti, əməkdaşların ixtisas dərəcəsini, potensialını düzgün qiymətləndirmək lazımdır. Fikrimizcə kiçik turizm müəssisəsində heyətin seçimində istifadə edilən meyarları aşağıdakı formada göstərmək olar (şəkil 2.5):



Şəkil 2.5 Kiçik turizm müəssisəsində heyətin səmərəlilik göstəriciləri üzrə seçim meyarları.

Son dövrlər turizm sahəsində mövcud olan müəssisələrdə heyətin təlimlər yolu ilə inkişaf etdirilməsi məsələləri, təbii ki, ilk növbədə müştəri ilə ünsiyyətin öyrədilməsi birinci dərəcəli əhəmiyyət kəsb etməyə başlamışdır.

Heyətin inkişafı planına, şirkətin kadrlar xidmətinin heyətə təlim keçmə, yenidən hazırlıq və ixtisasartırma sahəsində inzibati-iqtisadi tədbirlərinin məcmusu

daxildir. Bu tədbirlər peşə adaptasiyası, namizədlərin vakant vəzifələrə uyğunluğunun qiymətləndirilməsi, kadrların cari və dövri qiymətləndirilməsi, işgüzar karyeranın və kadrların xidməti-peşə irəliləməsinin planlaşdırılması, kadr ehtiyatları ilə iş məsələlərini əhatə edir.

Heyətin inkişafının tətbiqi sahələri aşağıdakılardır:

- ✓ yeni əməkdaşın iş düzəlməsi;
- ✓ işləyən əməkdaşın yeni vəzifəyə təyin olunması;
- ✓ əməkdaşların yetərsiz ixtisas dərəcəsini üzə çıxaran attestasiyanın nəticələrinə əsasən.

Heyət xidmətinin başlıca vəzifəsi şirkətin hər bir əməkdaşının peşəkar bacarıqlar səviyyəsinin davamlı surətdə yüksəldilməsi sistemini həyata keçirməkdir.

Ümumiyyətlə turizm şirkətlərində heyətin inkişaf etdirilməsi sistemi, şirkətin kadr potensialının şirkətin məqsədlərinə uyğun şəkildə yüksəldilməsinə imkan yaradan kompleks elementlərdən ibarətdir. Həmin elementlər aşağıdakılardır:

- ✓ təşkilati struktur elementi (ştat cədvəli);
- ✓ kadr potensialının inkişaf elementləri: peşəkar karyera; irəliləmə; vəzifələrin əvəz olunması;
- ✓ şəxsi potensialın inkişafı elementləri: yenidən ixtisaslandırma; ixtisasartırma.
- ✓ informasiya elementləri: təhsil bazarının təhlili; şirkətin daxilində təhsilə tələb və təklifin təhlili;
- ✓ kadrların inkişafı haqqında şəxsləşdirilmiş məlumatlar sistemi;
- ✓ heyətin işinin qiymətləndirilməsinin və attestasiyasının nəticələri.

Digər bir müəssisə isə “Shamfi” firmasıdır ki, bu firma nisbətən iri müəssisə sayılır. “Sham-fi” firması 1994-cü ildə şəxsi kapital hesabına ilk dəfə kiçik topdan satış mərkəzi olaraq yaranmışdır. Lakin sonradan qısa müddət ərzində inkişaf etmiş,

yüksək səviyyəli müasir ticarət şirkətinə çevrilmişdir. Belə ki, 2000-ci ildən etibarən parəkəndə satış yəni supermarket sektoruna addım atmışdır. Geniş şəkildə desək şirkət xarici ölkələrdən müxtəlif firmaların qida məhsullarını idxal edərək supermarketlərə satışını təmin edir. Topdan satış mərkəzi olaraq fəaliyyətə başlayan firma 2002-ci ildən istehlakçılara daha yüksək xidmət göstərmək, avropada özünü təsdiqləmiş brendlərin Azərbaycan vətəndaşının istifadəsinə təqdim edə bilmək məqsədilə distribütor olaraq fəaliyyətinə davam edir. İdxal edilən qida məhsulları başlanğıcda yalnız Türkiyə Respublikasından gətirilirdisə hal-hazırda əməkdaşlıq etdiyi ölkələrin siyahısına Rusiya, Hollandiya, İtaliya, Belçika, Almaniya və s. kimi ölkələr də əlavə edilmişdir. Qeyd etməliyəmki, bu ölkələrdən gətirilən firmaların siyahısına pınar, tadım, berrak, penguen, fora, hazerbaba, feast, frito lay kimi məşhur markalar daxildir. Məhsulların davamlı sifariş nəticəsində şirkət nağd pulla deyil artıq əməkdaşlıq etdikləri bankın zəminliyi ilə xarici firmalarla vadəli işləməyə başlayır. 45 gündən sonra isə sifariş verilən firmaya ödəniş edilir.

Şirkət Azərbaycanda, Bakı şəhərində yerləşən mərkəzi anbar, Cənub bölgəsini əhatə edən Lənkəran şəhərində yerləşən filialı, Mərkəzi aran raonları əhatə edən Şirvan filialı, Qərb bölgəsini əhatə edən Mingəçevir və Gəncə filialları ilə təmsil olunur. Bölgələrdə satışın təşkil edilməsiylə şirkətdə işçi heyətinin sayı 70% artmışdır. Buna səbəb kimi isə 2002-ci ildən distribütor fəaliyyətlərinə başlamaları göstərilir. Nəticədə idxal edilən məhsul sayı çoxalır və bu məhsulları digər bölgələrə də yaymaq imkanları yaranır. Fikrimcə bu sahibkarlıq sahəsində böyük bir uğur sayılır.

Şirkətin hal-hazırda Bakıda müasir standartlara cavab verən 5000m²-lik mərkəz anbar, 400m² inzibati bina, 3.5 ton yük daşıma tutumuna malik 60 “İSUZU” markalı maşın, süd məhsullarının daşımını həyata keçirmək üçün +0-4°C dərəcəni təmin edən 10 maşın və dondurulmuş məhsulların düzgün daşımını həyata keçirmək

üçün -20°C dərəcəni təmin edən 5 soyuducu tipli maşını fəaliyyət göstərir. Bununla yanaşı dörd bölgənin hər birində 800-1500 m²-lik müasir anbar və ümumi 40 “İSUZU” markalı maşın mövcuddur.

Şirkət hər zaman müştərilərə keyfiyyətli satış yüksək səviyyəli xidmətlə təmin edə bilmək üçün müasir dövrün texnologiyalarından istifadə edir və bu sahədə daim öz işini təkmilləşdirir. Beləki, satış komandası tərəfindən müştərilərə göstərilən xidmətin keyfiyyətini və işin yüksək səviyyədə təşkilini təmin etmək üçün “əl terminalları” vasitəsilə məhsulların “online” mübadilə sisteminin tətbiqinə başlamışdır. Bu sistem çox qısa bir zamanda müştərini verdiyi sifarişlə təmin etməyə imkan yaradır eyni zamanda vaxtın (zamanın) daha səmərəli istifadə edilməsinə şərait yaradır.

Azərbaycan istehlakçısını daha keyfiyyətli məhsullarla təmin edə bilmək, yüksək səviyyəli xidmət göstərərək müasir, dünyəvi ticarət şirkətini formalaşdırmaq və onu daimi olaraq təkmilləşdirmək məqsədilə sahibkarlıq şirkəti 2013-cü il ərzində etibarən yeni 10 000 m²-lik müasir infrastruktura malik anbarı , 1 000 m²-lik müasir inzibati binanın yaradılması, 4 yeni “Grandmart” mağazasının açılaraq istehlakçıların xidmətinə təhvil verilməsi və istehsal sahəsinə başlaması kimi qərarları qəbul etmiş və bunu reallaşdırmışdır .

Şərh edilənlərdən Sham-fi firmasını daim yeniliklər axtarışında olan, müasir yeni texnologiyalardan istifadə etmək bacarığını təmin edən, həm texniki həm nəzəri biliklərin tətbiqində “Əmək” bazarının liderlərindən hesab etmək olar.

“Şam-Fi” firmasının iş prosesinin koorporativ mədəniyyətində “insan” amili əsas götürülür. “Birlikdə qazanmaq” prinsipi ilə işçiləri idarə olunur, ən əsas iş aparıcı vəzifələri icra edəcək əməkdaşlarını daxildən yetişdirməyə böyük əhəmiyyət

verir. Bu səbəbdəndə şirkət daxili təlimlərlə işçilərin seçdikləri istiqamətlərdə fərdi və peşə qabiliyyətlərini inkişaf etdirməyə şərait yaradır.

Bununla yanaşı şirkət idarəetmə prosesində yeni işçilərə “Uyğunlaşma proqramı” nı tətbiq edərək yeni əməkdaşların işə başladıkları gündən etibarən şirkətdə yadlıq çəkməmələrini, özlərini ailənin bir üzvü kimi hiss etmələrini və gördükləri işdən məmnuniyyət hiss edəbilmələrini təmin edir. Hal-hazırda bölgələrdə daxil olmaqla 300 işçi çalışır.

Şirkətin gəlirinə gəldikdə əsasən satış zamanı əldə olunur. Bu təxminən məhsulun maya dəyəri və məhsul ölkəyə gətirildikdən sonra marketlərə satışına kimi çəkilən xərclərin cəminin 20 % i olur. Bu xərclərə gömrük və nəqliyyat xərcləri həmçinin brut xərcləri (yəni ofisdə və məhsulun paylanması zamanı çəkilən xərclər) daxildir.

Şərh edilənlərdən Sham-fi firmasını daim yeniliklər axtarışında olan, müasir yeni texnologiyalardan istifadə etmək bacarığını təmin edən, həm texniki həm nəzəri biliklərin tətbiqində “Əmək” bazarının liderlərindən hesab etmək olar.

Yuxarıda göstərilən fərqliliklərə baxmayaraq kiçik və orta sahibkarlığın ortaq xüsusiyyətləri vardır ki , bunlara aşağıdakıları aid etmək olar:

- ✓ Fərdi və ya bir neçə şəxsin ortaqlığına əsaslanan hüquqi forma olur
- ✓ İdarəetmədə “sahib-idarəçi” modeli mövcuddur. Yəni sahib də idarəedən şəxs də çox zaman eyni şəxs olur. Bəzi məsələlərdə professional şəxslərə müraciət edilir. Bundan başqa kiçik və orta müəssisələrin ailə duyğusu, qarşılıqlı güvən, qərarların çox zaman işəgötürən və işçilərlə birlikdə alınması, işçi və müəssisə arasında inteqrasiya olunmasını təmin edir. Bu işə iqtisadi səviyyədə işin məhsuldarlığını, şəxsi səviyyədə xoşbəxtliyi artıran bir faktor hesab olunur;

✓ Müstəqildirlər. Belə ki , əsasən fərdi şəxs, ailə müəssisələri olduqları üçün iri müəssisələrdə olduğu kimi birbaşa nəzarət sistemi mövcud deyil. Müəssisə sahibi müstəqil olaraq istədiyi qərarı ala bilər;

✓ Sadə iş bölmünə əsaslanan idarəetmə mexanizmdən istifadə edilir. İxtisaslaşma çox məhdud sayda olur. Personalın hər şöbədə işləməsi onların hər sahədə bilik və bacarıqlara yiyələnməsini təmin edir;

✓ İşçi və işəgötürən arasında olduğu kimi biznes- müştəri arasında da yaxın bir əlaqə mövcuddur ;

✓ Məhdud sərmayəyə sahibdirlər. Sərməyə şəxsi , güzəştli kredit təşkilatları, fondlar tərəfindən əldə olunur ;

✓ Investisiya gücləri böyük müəssisələrə nisbətən zəifdir. Mal və xidmət növləri məhdud saydadır;

✓ Satış həcmi və bazardakı payları az miqdarda və ya yerli səviyyədə olur;

✓ Mal tədarükü və satış gücləri zəifdir;

✓ Məşğulluq nisbəti aşağıdır, müəssisə sahibi ailə fərdləri ilə şəxsən iş yerində çalışır;

✓ Yeniliyə açıq dinamik bir quruluşa sahibdirlər.

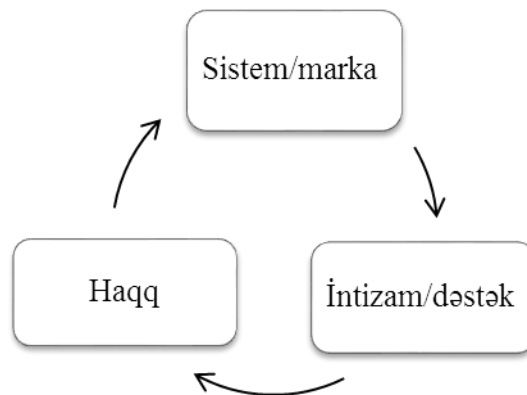
2.3 Françayzinq-effektiv biznesin aparılmasının progressiv forması kimi

Milli iqtisadiyyatın genişlənməsi, formalaşdırılması, biznes mühitinin dərinləşməsi, cəmiyyətin keyfiyyətli həmçinin ucuz qiymətə məhsulla təmin etmək baxımından kiçik sahibkarlığın o cümlədən də orta sahibkarlığın inkişafı mühümdür. Həmçinin integrasiya proseslərinin artımı, istehsal quruluşunda dəyişikliklərin baş verməsi, ixracat yönümlü sahədən hazır məhsula keçid, iqtisadi və sosial vəziyyətin yaxşılaşdırılması da geniş imkanlar yaradır. Məhz buna görə, kiçik və orta sahibkarlığın inkişaf etməsi üçün daima yeni innovasiyalar aşkar olunur və onların geniş tətbiqinə çalışılır. Beynəlxalq təcrübədə isə françayzinq bu prosesdə istifadə olunan səmərəli alətlərdən biri sayılır. Ölkələrdə franşizlərin çoxaldılması, başqa sözlə françayzer müqaviləsi ilə fəaliyyət göstərən firmaların sayının artırılması ön plana çəkilir.

Françayzinq kiçik və iri biznesdə müəssisə və firmaların qarşılıqlı mənfəətə əsaslanan əməkdaşlıq sistemidir ki, bu zaman bir şirkət digər bir şirkətə öz əmtəə nişanını, markasından istifadə edilmə haqqını, firma texnologiyalarını, idarəetmə sisteminin istifadə hüququnu müəyyən müddət, şərt və sərhədlər daxilində müvəqqəti olaraq sərbəst şəkildə verir. Bu sistemdə iştirak edən böyük şirkətlər istehsal və ya təqdim etdiyi mal və xidmətlərin satışını təşkil etmək yolu ilə digər tərəf olan kiçik biznes subyektlərinin yararlanmasını təmin edir. Bunun əvəzində isə kiçik firma yəni françayzi şirkətə-françayzerə menecment və yerli bazar şəraitini və maliyyə vəsaitinin hansısa hissəsini investisiyalaşdırmağı nəzərə almaqla xidmət edir. Françayzi daxili, françayzer isə xarici investor qismində olarsa, əldə edilən ümumi gəlir ölkənin ÜDM-nin formalaşmasında, ölkəyə dolayı yolla böyük kapital axınına səbəb olur. Mal və xidmətlərin satışının daha asan həyata keçirilməsi və bu zaman risk səviyyəsinin aşağı olması isə françayzerlər üçün ən başlıca faydalardan sayılır. Həmçinin françayzinq start sahibkarlığın aşağı riskli olaraq irəliləmə

addımlaması üçün mühüm alətlərdən biridir. Sahibkarlığın bu forması ilk olaraq XIX əsrin 40–cı illərində Almaniyada pivə istehsalçılarının satışları françayzə həvalə etməklə yaranıb. 1851-ci ildə isə tikiş maşınlarının istehsalçısı olan məşhur “Zinger” şirkəti dünyanın müxtəlif bazarlarında satışını genişləndirmək məqsədilə kiçik şirkətlərə françayzi hüququ verib. Həmin dövrdə tətbiq edilən müqavilə forması hal-hazırda müasir françayzinq sazişləri üçün nümunə sayılır. Məhz bundan sonra iri şirkətlər böyük xərclər və bazarların əlçatanlığının çətin olmasına görə daxil ola bilmədikləri satış məkanlarında françayzinq metodu ilə geniş şəbəkədə məhsul və xidmətlərini satmağa başlayıblar.

Qeyd etmək lazımdır ki , bu metoddan istifadə etmək üçün françayzinq sisteminin üç ana ünsür düzgün şəkildə olmalıdır(Şəkil 2.6).



Şəkil 2.6 Françayzinq sisteminin üç ana ünsür

✓ Sistem /marka-ilk öncə müvəffəqiyyət qazanmış bir şirkət və sınaq olmuş bir sistem və tanınmış bir marka olmalıdır ki, təklif edilən mal və ya xidmət satılsın. Hər bir fərdi sərmayəçi o halda əməkdaşlıq münasibətinə girir ki, öz bacara biləcəyindən daha artıq qazanacağına, daha səmərəli çalışacağına, işinin daha uğurlu və daimi olacağına inansın.

✓ İntizam / dəstək - Tərəflər arasında bağlanan müqaviləyə əsasən şərtlərə hər iki tərəf ciddi şəkildə əməl etməli, markanın və sistemin nüfuzunu aşağı sala biləcək hər hansı bir səhvə yol verilməməlidir. Françayzinq sistemində dəstək olaraq xidmət keyfiyyətini təmin etmək üçün işin başlanğıcında həmçinin sonrakı müddətlərdə də sistem və marka sahibi tərəfindən françayzinq alan firma işçilərinə treninq keçirilir. Bununla yanaşı bu müddət ərzində ciddi yoxlama tətbiq olunur.

✓ Haqq - Françayzinqi dar mənada "sistem və ya markanı satmaq" kimi də adlandırıla bilər. Məhz bu səbəbdən də satılan marka və ya sistem "pul etməli"dir. Yəni müəyyən məbləğ dəyərində olmalıdır [25].

Qeyd etdiyimiz bu ünsürlər şəkil 2.6 da göstəriləndiyi kimi hər biri françayzinq prosesi zamanı nəzərə alınmalı və qarşılıqlı fəaliyyət göstərməlidir. Bunlarla yanaşı françayzinq işinə başlayan Françayzer həmçinin Françayzi bir sıra məsələlərə çox diqqətli və ciddi yanaşmalıdırlar. İlk öncə françayzer məhsullarını bazarda təmsil edəcək və distribütorluğu həyata keçirəcək şirkət haqqında ətraflı, düzgün, şəffaf informasiya toplamalı, maliyyə idarəetməsini, onun tarixçəsini, sahiblərini dəqiq öyrənməlidir ki, düzgün françayzini seçə bilsin. Françayzi isə öz növbəsində françayzeri seçən zaman təklif edilən məhsullara bazar tələbatının olması, münasib müqavilə şərtlərin mövcudluğu, gəlirlərin düzgün bölüşdürülməsi, françayzinin özünün gələcək inkişaf imkanlarının olmasına diqqət yetirməlidir. Düzgün və dəqiq qurulmuş françayzinq strategiyası nəticəsində tərəflərin riskləri azalır və qarşılıqlı səmərəlik əldə edilir.

Beynəlxalq biznes sahəsində françayzinqin 3 əsas modelindən istifadə olunur. Bunlar əmtəə, istehsal və işgüzar (sahibkarlıq) tipləridir.

- Əmtəə/məhsul/mal françayzinqi zamanı françayzi iri korporasiyanın əmtəə nişanı altında onun məhsulunun satışını həyata keçirmək hüququnu əldə etmiş olur

və özünün satış şəbəkələrini iri kompaniyanın markasının adından istifadə edərək formalaşdırır. Məhsul satışını genişləndirmək üçün françayzinin bütün reklam məhsullarında həmin ticarət nişanını ön planda olur. Françayzi öz üzərinə müəyyən öhdəliklər götürür ki, bunlara markanın satış texnikaları, istifadə qaydaları, malların çeşidi və s. aiddir. “Singer Sewing Machin Company” və “General Motors” dünyaca məşhur şirkətlər ilk əmtəə françayzinqini biznes inkişaf modeli kimi istifadə edib.

- İstehsal françayzinqi əsasən spirtsiz içkilərin istehsalı sahəsində geniş yayılıb. İri kompaniyalar öz qabaqcıl texnologiyalarını, kommersiya sirlərini françayziyə ötürür, keyfiyyətli məhsul standartlarını öyrədərək istehsalı təşkil edirlər və nəticədə isə kiçik şirkətlər françayzer vasitəsilə müasir və bahalı texnologiyaları əldə edərək məhsul buraxılışını həyata keçirmiş olurlar. “Pepsi”, “Coca-cola” və digər məşhur brendlər istehsal françayzinqindən istifadə edirlər.

- İşgüzar və ya sahibkarlıq françayzinq tipində iri kompaniyalar mağazalar şəbəkəsinin, köşklərin və digər biznes sahələrinin açılması üçün kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinə istehlakçılara müxtəlif çeşidli məhsulların təqdim edilməsi və xidmətlərin göstərilməsi üçün lisenziyalar təqdim edirlər. Qeyd etmək lazımdır ki, françayzinqin bu tipinin iri şirkətlərin satış şəbəkələrinin inkişaf etməkdə olan ölkələrdə yayılmasında mühüm rolu var. Sahibkarlıq françayzinqində françayzi şirkətin bir parçasına çevrilir. Çünki, brendin sahibi françayziyə yalnız marka adı altında fəaliyyət göstərməyi deyil, həmçinin, biznesin giriş mexanizmi, şirkətin rəqabət mühitinin təhlili dəstəyini verir. Nəticədə isə françayzer və françayzi vahid bir firma kimi tanınmağa başlayır. Buna ilk olaraq “McDonalds” ı göstərmək olar.

Müasir françayzinqə bənzər əməkdaşlıqlar ilk dəfə olaraq ABŞ-da XIX-cu əsrin ikinci yarısında formalaşmağa başlayıb. İkinci nəsil françayzinq biznes - formatı isə ABŞ-da 1940-cı illərin sonunda – 1950-ci illərin əvvəllərində yaranıb.

1950-ci ildə artıq franşayzinqin müasir inkişaf mərhələsi başlayıb. Bu dövrün banisi məşhur süd kokteylinin istehsalçısı Rey Krok olmuşdur. Sonrakı illərdə də franşayzinq müqavilələrinin sayı artaraq inkişaf səviyyəsinə gəlib çatmışdır. 1960-cı ildə təxminən 700-dən çox franşayzinq mövcud idi. Bu müddət ərzində məşhur şirkətlər yarandı. Bunlara McDonald's, Holiday Inn, Budget-Rent-a-Car və s. kimi böyük həcmli şirkətlər aid edilir.

Aşağıdakı cədvəldə dünya üzrə ən geniş şəbəkəyə və gəlirə sahib ilk 10 franşayzer müəssisəsi və onların fəaliyyət sahələri göstərilmişdir:

Cədvəl 2.2 Ən geniş şəbəkəyə və gəlirə sahib ilk 10 franşayzer müəssisəsi

Adları	Fəaliyyət sahələri	Franşıza dəyəri
“Hampton Hotels”	Otelçilik	\$1,786,929 - \$7,596,688
“Ampm”	Market və yanacaq doldurma məntəqəsi (YDM)	\$1,057,200 - \$1,885,000
“Mc Donalds”	Fast food yeməkləri	\$1,057,200 - \$1,885,000
“Supercuts”	Gözəllik salonu	\$112,550 - \$243,200
“Days inn”	Otelçilik	\$192,291 - \$6,479,764
“Vanguard Cleaning Systems”	Təmizlik xidməti	\$8,200 - \$38,100
“Sverpro”	Sığorta-Fəlakət sonrası bərpa və təmizlik xidmətləri	\$127,300 - \$174,700
“Subway”	Dəniz məhsulları və sendviçlər	\$84,300 - \$258,300
“7-Eleven Inc”	Market	\$30,800 - \$604,500
“Denny`s Inc”	Ailəvi restoran	\$1,125,609 - \$2,396,419

Franşayzinq şəbəkəsi bütün ölkələri əhatə edir. Hazırkı franşayzinq göstəricilərinə görə onların ümumi gəliri və dövriyyəsinin həcmi milyard dollarla

ölçülür. ABŞ, İngiltərə, Fransa, Almaniya, İtaliya, Yaponiya markaları başda olmaqla bir çox markalar françayzinq verir.

Son dövrlərdə Beynəlxalq Françayzinq Assosiasiyasını və Avropa Françayzinq Assosiasiyaları yarandı və bu iri şəbəkələrin vasitəsilə bu sahədə həyata keçirilən işlərin koordinasiya edilməsi, biliklərin mübadiləsi prosesləri inkişaf etdirilir.

31 yanvar 2007-ci il tarixində beynəlxalq françayzinq etik məcəlləsinin bazası əsasında Azərbaycan Françayzinq Assosiasiyası da yaradılmışdır. Qrup üzvlərinin maraqlarının qorunması, françayzinqin Azərbaycan Respublikasında inkişaf etdirilməsi, françayzinq sahəsində maariflənmə tədbirlərinin görülməsi, françayzinqin Azərbaycanda məşhurlaşmasını təmin etmək assosiasiyanın əsas məqsədlərindən hesab edilir.

Assosiasiyasının vəzifələrinə isə üzvləri arasında biznesin etik standartlarını müəyyənləşdirilməsi və təsdiq edilməsi; françayzinq sistemləri üzrə zəruri verilənləri toplanılması, onları emalı; françayzinq məsələlərinə istiqamətləndirilmiş təhsil proqramlarının, seminarların, sərgilərin əlaqələndirilməsi və təklif edilməsi; françayzinq sahəsində hüquqi təşəbbüsləri dəstəkləmək və françayzinqin dəstəklənməsi üçün dövlət proqramlarına icazə verilməsi; beynəlxalq françayzinq sahəsində baş verən mühüm hadisələr haqqında informasiyanı yerli sahibkarlara və françayzilərə təqdim edilməsi aid edilir.

Qeyd edək ki, Respublikamız müstəqillik qazandıqdan sonra xarici investorların respublikamıza marağının tədricən artması, «Əsrin müqaviləsi» nin imzalanması nəticəsində Azərbaycan bütün dünyada tanınaraq dünyanın bir çox tanınan iri neft şirkətləri, transmilli korporasiyalar Azərbaycana investisiya qoymağa başladılar. Hazırda Azərbaycanda bir çox şirkətlər məsələn, «Pepsi», «Coca-Cola», şirkətləri, «Hyatt Regency», «Holiday Inn» mehmanxanaları, «McDonald's», «Pizza Hut» restoranları françayzinq müqaviləsi əsasında fəaliyyət göstərirlər. Çünki, biznes sahibləri üçün Françayzinq müqaviləsi əsasında fəaliyyət

göstərmək, hər hansı sahə üzrə iş qurmaqdan daha səmərəli hesab olunur. Dövlət sahibkarlığın inkişafı strategiyasında Françayzinqin yayılması ayrıca bir istiqamət kimi göstərilmişdir. Bu fəaliyyət növünün ölkəmizdə genişləndirilməsi, dövlət tərəfindən tənzimlənməsi ilə bağlı qanunvericilik bazasının getdikcə təkmilləşdirilməsi ümumi ticarət dövriyyəsində bu fəaliyyət növünün həcmnin artırır.

Françayzinqin ölkəmizdə təşkil edilməsi ölkə iqtisadiyyatının dünya iqtisadiyyatına inteqrasiyasını sürətləndirir, əhalinin sahibkarlıq vərdişləri yüksəldir, bazar rəqabəti gücləndirir, əhalinin məşğulluğunu artırır və ən əsası isə yeni sahibkarlıq istiqaməti olan “himayədarlıq sahibkarlığı”nı inkişaf etdirir.

Respublikamızda Françayzinq biznes modelini tənzimləyən birbaşa qanunvericilik aktı Mülki Məcəllə sayılır. Mülki Məcəllədə tərəfdaşların vəzifələri, françayzinq müqaviləsinin hüquqi forması, tərəfdaşlıq müddətində və sonrası sağlam rəqabət, kommersiya sirri və s. müddəaları qeyd edilmişdir. Azərbaycan Respublikasının əmtəə nişanları və coğrafi göstəricilər, sahibkarlıq, müəllif hüquqları, patent və əlaqəli hüquqlar barəsində qanunları isə Françayzinqlə dolayısı ilə əlaqəli olan qanunvericilik sayılır .

Françayzinqin tətbiqi ölkəmizdə həm makro səviyyədə, həm də mikro səviyyədə təsir göstərir. Onun ölkə iqtisadiyyatının inkişafı və sahibkarlığın genişləndirilməsi baxımından əhəmiyyətini aşağıdakı kimi göstərmək olar:

- Azərbaycana məxsus şirkətlərin Qafqaz və Yaxın Şərq regionunda distribütorluq fəaliyyətinin genişlənməsi. Belə ki, Türkiyə, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri, Rusiya və s. ölkələrin şirkətləri uzun müddətdən bəri dünya brendlərinin regionda və həmçinin ölkəmizdə yayılması istiqamətində xeyli işlər görmüşdür;
- Yerli istehlakçılarımızın çox çeşidli idxal məhsulları ilə keyfiyyətli və ucuz qiymətə təmin edilməsi;

- Beynəlxalq standartlara uyğun kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafı;

- Böyük praktikaya sahib olan iri şirkətlərin təcrübələrinin qısa zamanda və səmərəli ötürülməsi;

- Əsasən inkişaf etmiş ölkələrdə olan NouXauların Azərbaycana transformasiyasının sürətlənməsi;

- Əhalinin məşğulluğunun artması və işsizliyin azalması;

- Ucqar rayonlara və ümumilikdə regionlara əmtəə və xidmətlərin göndərilməsi prosesinin asanlaşdırılması.

Ümumilikdə isə beynəlxalq təcrübədə franşayzin qın üstünlüklərini və əhəmiyyətini şirkətlər üçün aşağıdakı kimi qeyd etmək olar[5]:

- Əməkdaşlıq müddətində franşayziyə müxtəlif aspektlərdə - biznes əlaqələrinin formalaşdırılması, treyninqlərin təşkil edilməsi, davamlı olaraq biznesin inkişaf yolları ilə bağlı məsləhətlərin verilməsi;

- Xammal, material və yarımfabrikatların təchizatına zəmanətin mövcudluğu ;

- Konsultasiyalara, marketinq tədqiqatlarına və digər xidmətlərdə xərclərə qənaət;

- İri şirkət tərəfdaşının təcrübəsindən yararlanmaq;

- Öz şəxsi biznesini açma riskinin aşağı olması;

- İri kompaniyalar tərəfindən dəstəyin olması;

- Məşhur brend və ticarət markalarından istifadə etmək fürsətinin əldə edilməsi.

- Biznes risklərinin aşağı səviyyəsi və franşayzin qın tərəfdaşları arasında paylanması;

- İri şirkətin distribütorluğunu həyata keçirməsi nəticəsində franşayzinin əlavə maliyyə vəsaiti cəlb etmək imkanının olması və nüfuzunun artması;

○ İri şirkətləri satış bazarına kiçik və orta sahibkar vasitəsilə daxil olub rəqiblərin bazarına müdaxilə edərək rəqabət qabiliyyətliliyini artırması.

Qeyd etdiyimiz üstünlüklərlə yanaşı Françayzinq fəaliyyətinin həyata keçirilməsinin Françayzilər üçün aşağıdakı mənfi cəhətləri də mövcuddur:

✘ İstənilən vaxt lisenziya satan şəxsin maliyyə sənədlərini yoxlamaq hüququnun olması;

✘ Əsasən iri şirkətlərin, səhm sahiblərinin, tərəfdaşların bir sözlə françayzerin maraqlarının nəzərdə tutulması;

✘ Təlimatlarında qeyd edilən biznes metodlardan istifadə edilməsi və bununla da françayzinin manevr etmə imkanlarının məhdudlaşdırılması;

✘ Çox vaxt risklərin azaldılması nəticəsində françayzinin daha yüksək gəlir əldə etmək imkanlarını məhdudlaşdırılması ;

✘ Təqdim edilən əmtəə və xidmətlərin satış qiymətinin gözlənilmədiyindən baha olması nəticəsində françayzinin az gəlir əldə etməsi və satış zamanı çətinliklə üzləşməsi;

✘ Françayzerin bazarı tərk etməsi və ya məhsul istehsalı üzrə sahəsini dəyişməsiylə françayzinin fəaliyyətinin dayandırılması riskinin olması;

✘ Digər françayzilərin məhsulun brendinə, imicinə zərər verən addımların atılması;

✘ Yalnız françayzer tərəfindən müəyyənləşdirilmiş həcmdə və sahədə fəaliyyət göstərməsi;

✘ Çox vaxt müqavilələrdə məhdudlaşdırıcı şərtlərin olması;

Françayzinq sisteminin hər iki şirkət üçün müsbət və mənfi keyfiyyətlərinin olmasına baxmayaraq biznesin bütün sahələrində olduğu kimi dəqiq ölçülmüş və düzgün planlaşdırılmış strategiya nəticəsində bu fəaliyyətdən istifadə olunması kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı üçün vacib alətlərdən sayılır.

III FƏSİL. AZƏRBAYCANDA KIÇIK BIZNESİN İNKİŞAF

PERSPEKTİVLƏRİ

3.1 Kiçik sahibkarlığı dövlət yardımı və tənzimlənməsinin əsas

istiqamətləri

Dünya təcrübəsi göstərir ki, ölkə iqtisadi cəhətdən inkişaf etdikcə dövlətin o cümlədən-yerli hakimiyyət orqanlarının da kiçik sahibkarlığın yaranmasına və onun inkişafına dəstəyi mütənasib olaraq artır. Çünki bazar mexanizminin düzgün formalaşması, qanunauyğun şəkildə işləməsi, ölkədə inhisarçılığın məhdudlaşdırılması, orta təbəqənin formalaşması bazar iqtisadiyyatının əsas dayaqlarından sayılır. Həmçinin kiçik biznesin daimi inkişafı ölkə iqtisadiyyatının bazara daha cəld və çevik uyğunlaşmasından, siyasi sabitliyin qorunub saxlanılmasından, dinamik iqtisadi inkişaf və digər səbəblərdən asılıdır ki, bu da yalnız dövlətin və yerli hakimiyyət orqanlarının dəstəyi, yardımı ilə mümkün olur.

Mövzuya geniş mənada nəzər salsaq sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafına bir çox amillər təsir göstərir ki, dövlət köməyi bunların ən vaciblərindən hesab olunur və vahid proqrama əsasən həyata keçirilir. Bu proqramın istiqamətlərini aşağıdakı kimi göstərmək olar:

- 1) Maliyyə-investisiya yardımı;
- 2) İxraca yardım və daxili bazarın müdafiə olunması;
- 3) Aqrar sahənin inkişaf etdirilməsi;
- 4) Kiçik və orta sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi.

Dünya təcrübəsi göstərir ki, sahibkarlıq sahəsi məhz dövlətin yardımı ilə formalaşır. Ölkəmizdə də bu istiqamətdə güclü dövlət siyasəti tətbiq edilməlidir.

Bu məqsədin gerçəkləşməsi üçün sahibkarlığın dövlət tənzimlənməsi prosesinin tərkib hissələri kimi qoruyucu, müdafiəedici, istiqamətləndirici, nəzarət edici, həvəsləndirici həmçinin məhdudlaşdırıcı tədbirlər sistemi təşkil edilməlidir. Xüsusilə də kiçik sahibkarlıq sahəsində bu tədbirlər geniş vüsət almalı və düzgün yerinə yetirilməlidir.

Hal-hazırda bu siyasət davam etdirilir və kiçik sahibkarlığa kömək tədbirləri aktual mövzulardan biri hesab olunur. Belə ki, müəyyən qanun və normativ aktlar çərçivəsində sahibkarlığın dövlət, regional kömək proqramları daima həyata keçirilir. Bu kömək proqramları müvafiq icra hakimiyyəti orqanı tərəfindən müəyyən edilir və qaydalara uyğun olaraq icra hakimiyyəti orqanı tərəfindən təşkil edilir. Bununla yanaşı yerli özünüidarəetmə orqanları, təşkilati-hüquqi və mülkiyyət münasibətlərindən asılı olmayaraq idarə, müəssisə və təşkilatlar, həmkarlar ittifaqları da müstəqil şəkildə sahibkarlığa yardım proqramları hazırlayır. Müxtəlif tədbirlərin və layihələrin sahibkarlığa kömək üçün dövlət və yerli özünü idarəetmə orqanlarının proqramına daxil edilməsi barədə müvafiq icra hakimiyyəti orqanına da müraciət etmək hüquqları vardır.

Biznes mühitinin yaradılması, inkişafı və gücləndirilməsi üçün sahibkarların fikirlərini dəstəkləyən, maraqlarını müdafiə edən mərkəzi dövlət orqanının olması mühümdür. Ölkəmizdə bu funksiyanı İqtisadi İnkişaf Nazirliyi daha konkret desək Sahibkarlığın İnkişafı Siyasəti şöbəsi yerinə yetirir. Bu şöbənin əsas vəzifəsi sahibkarlığın inkişafı üzrə dövlət proqramlarının layihəsini hazırlamaq və icra etmək, sahibkarlara maliyyə və qeyri-maliyyə dəstəyini göstərmək, sahibkarlıq fəaliyyəti ilə bağlı tənzimləmə siyasətlərini hazırlamaqdır. Hazırladığı proqram və

layihələrə 2002-2005-ci illəri əhatə edən Kiçik və Orta Sahibkarlığın İnkişafı üzrə Dövlət Proqramını və 30 aprel 2007-ci il tarixində Azərbaycan Respublikasının Prezidenti tərəfindən imzalanmış Sahibkarlığın İnkişafı üzrə fərmanın layihəsini misal göstərmək olar. Bunun nəticəsi olaraq kiçik və orta sahibkarlığın hüquqi bazası inkişaf etdirilmiş, sahibkarlığın tənzimlənməsi sahəsində əhəmiyyətli irəliləyişlər əldə olunmuşdur. Sahibkarlığın İnkişafı üzrə layihəsində isə biznes mühitinin genişləndirilməsi, biznesin yaradılması həmçinin qeydiyyatı prosesinin təkmilləşdirilməsi nəzərdə tutulmuşdur.

27 avqust 2002-ci ildə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 779 nömrəli Fərmanı ilə kiçik sahibkarlığa kömək proqramlarının hazırlanması və təşkili edilməsi, kiçik sahibkarlıq subyektlərinin maliyyə resurslarının əldə edilməsi məqsədilə güzəştli şəraitin yaradılması üçün Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu yaradılmış və Fondun Əsasnaməsi təsdiq edilmişdir. Qeyd edilən Əsasnaməyə görə Fondun vəzifələri aşağıdakılar hesab edilir:

- * Azərbaycan Respublikasında sahibkarlığın inkişafına dair maliyyə təminatı yaratmaq məqsədilə müvafiq tədbirlər təşkil etmək;

- * Kiçik sahibkarlığın inkişafı üçün maliyyə resurslarının cəlb olunması və onlardan səmərəli istifadəsi əsasında dövlətin iqtisadi siyasətinin reallaşdırılmasına kömək etmək;

- * Sahibkarlığın inkişafı istiqamətində hazırlanmış proqramları maliyyələşdirmək;

- * İqtisadiyyatın inkişafı üçün təşkil edilən investisiya layihələrinin və proqramlarının həyata keçirilməsinə maliyyə köməyi göstərmək;

- * Sahibkarlığın, əmtəə bazarının və sağlam rəqabətin inkişafını, o cümlədən yeni iş yerlərinin yaradılmasını təmin edən sahə və regional proqramların və investisiya layihələrinin hazırlanmasında və tətbiq edilməsində iştirak etmək.

Sahibkarlığa Kömək Milli fondu öz vəsaitlərindən müxtəlif heyvandarlıq komplekslərinin yaradılması, kənd təsərrüfatı məhsullarının emalı müəssisələrinin yaradılması, sənaye (yüngül, tikinti, kimya, maşınqayırma və s.) müəssisələrinin yaradılması ən əsası isə kiçik sahibkarlığın (o cümlədən gənclər, qadınlar, əlillər və məcburi köçkünlərin sahibkarlığı) inkişafı üzrə istifadə edirdilər. Təkcə 2016 –cı il ərzində Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu 2477 sahibkarlıq subyektinə 189,4 milyon manat həcmində güzəştli dövlət kreditləri vermişdir. Bu kreditlərin nəticəsində isə 8106 yeni iş yerinin təşkil edilməsi imkanı yaranmışdır. Aşağıdakı cədvəldə isə biz 2016-cı il üzrə Sahibkarlığa Kömək Milli Fondunun kiçik sahibkarlıq subyektlərinə verilmiş güzəştli kreditlərini daha ətraflı görə bilərik[2]:

Cədvəl 3.1 2016-cı il üzrə SKMF-nun kiçik sahibkarlıq subyektlərinə verdiyi güzəştli kreditlərin göstəriciləri

	Iqtisadi sahə	Layihə sayı	Xüsusi çəkisi (%)	Kreditin məbləği (min man)	Xüsusi çəkisi (%)	Yeni iş yerlərinin sayı (nəfər)
1	Sənaye məhsullarının istehsalı və emalı	121	4.9	32506.3	17.2	1112
2	Kənd təsərrüfatı məhsullarının emalı	12	0.5	22542	11.9	674
3	Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı	2336	94.3	120876.8	63.9	5213
4	Xidmət sahələrinin inkişafı	8	0.3	13495	7.1	1107
	Cəmi	2477	100	189420.1	100	8106

Sahibkarlığa Kömək Milli Fondundan başqa Respublikamızda Azərbaycan Investisiya Şirkəti fəaliyyət göstərir. Şirkət Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 30 mart 2006-cı ildə 1395 nömrəli "İnvestisiya Fəaliyyətinin Təşviqi üzrə Əlavə Tədbirlər haqqında" Sərəncamı ilə yaradılmışdır. O, müəssisələrə müəyyən miqdarda investisiya qoyur və qoyulan investisiya zamanı azı 1 milyon ABŞ dolları

məbləğində paya malik olur. Bu isə kiçik və digər sahibkarlıq subyektlərinin maliyyə problemlərini aradan qaldırmağa kömək edir.

Qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycan Respublikası bazar iqtisadiyyatına keçid dövründən başlayaraq sahibkarlara dəstək məqsədilə müxtəlif tədbirlər həyata keçirmişdir. Bu tədbirlərə sahibkarlıq sahəsində qanunvericilik bazasının formalaşdırılması və zamanın tələbinə uyğun olaraq təkmilləşdirilməsi daxildir. Xüsusilə də kiçik və orta sahibkarlığın cəmiyyətin sosial-iqtisadi problemlərinin həllinin vacib alətlərindən biri hesab edildiyi üçün Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlığa dövlət yardımı daimi ön planda olmuşdur. Belə ki, kiçik və orta sahibkarlığa maliyyə köməyi mexanizmlərinin formalaşması, vergi sisteminin stimullaşdırıcı rolunun gücləndirilməsi, sahibkarlar üçün vergi dərəcəsinin azaldılması istiqamətində daima zəruri addımlar atılmışdır.

Sahibkarların hüquqlarının, qanuni mənafelərinin qorunması mexanizmlərinin formalaşması istiqamətində də müxtəlif tədbirlər görülmüşdür. Məsələn “nəzarət kitabçası”-nın tətbiqi ilə sahibkarlıq fəaliyyətinə qanunsuz müdaxilələrinin qarşısı alınmış və əsassız yoxlamalar aradan qaldırılmışdır.

Konkret olaraq isə Kiçik sahibkarlığa dövlət köməyi haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu nəzərə alsaq kiçik sahibkarlığa kömək dedikdə aşağıdakı tədbirlər nəzərdə tutulur:

- Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında normativ hüquqi bazanın təkmilləşdirilməsi;
- Mərkəzi, regional və yerli səviyyələrdə kiçik sahibkarlığın inkişafını stimullaşdıran infrastrukturun yaradılması;
- Kiçik sahibkarlığa həvəsləndirmə prosesinin formalaşdırılması və ona maliyyə yardımının göstərilməsi;

- İşsizlərin, təqaüdçülərin, qaçqınların və məcburi köçkünlərin, şəhid ailələrinin, qadınların və gənclərin qısaca əhalinin sosial cəhətdən daha az təmin olunan təbəqələrinin sahibkarlıq fəaliyyətinə cəlb edilməsi;
- Əmtəə, məhsul və ya xidmət istehsalı yönümlü kiçik sahibkarlığa dövlət himayədarlığının təmin edilməsi;
- Kiçik sahibkarlıq strukturlarının inkişafına dair tədqiqat işlərinin aparılması.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşdırılması, dəstəklənməsi və inkişafına dair bir sıra hüquqi-normativ aktlar qəbul edilmişdir. Bunlara “Xarici investisiyaların qorunması haqqında”, “Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında”, “Antiinhisar fəaliyyəti haqqında”, “Haqsız rəqabət haqqında”, “İnvestisiya fondları haqqında”, “Kiçik sahibkarlığa dövlət köməyi haqqında” və s. bu kimi qanunlar, həmçinin dövlətin iqtisadiyyata müdaxiləsini minimum səviyyəyə endirmək üçün “Sahibkarlığın inkişafına mane olan müdaxilələrin qarşısının alınması haqqında”, “Sahibkarlıq sahəsində yoxlamaların nizama salınması və istehlakçıların hüquqlarının təmin edilməsinə dair bəzi tədbirlər haqqında”, “Sahibkarlığın inkişafına dövlət himayəsi sahəsində əlavə tədbirlər haqqında” Prezident fərmanları, eləcə də “Bir pəncərə sisteminə keçid haqqında” Prezident sərəncamı aid edilir.

Ölkəmizdə kiçik və orta sahibkarlığa dövlət yardımının hüquqi bazasının əsasını “Azərbaycan Respublikasının kiçik sahibkarlığa dövlət köməyi haqqında” Qanun təşkil edir. Bu qanunun əsas məqsədi hər kəsin Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası ilə müəyyən olunmuş azad sahibkarlıq fəaliyyəti və digər qanunla qadağan olunmayan iqtisadi fəaliyyət növü ilə məşğul olmaq hüququnun həyata keçirilməsidir[7].

“Kiçik sahibkarlığa dövlət köməyi haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununda kiçik sahibkarlıq subyektlərinə dövlət köməyinin aşağıdakı istiqamətləri müəyyən edilmişdir:

➤ kiçik sahibkarlıq fəaliyyətinin gücləndirilməsinin və dəstəklənməsinin infrastrukturunun formalaşdırılması;

➤ kiçik sahibkarlığa dair kömək proqramlarının hazırlanması, həmin proqramların təşkili və tətbiqi;

➤ kiçik sahibkarlıq sahiblərinin maddi, maliyyə, elmi-texniki və düzgün informasiya resurslarının əldə etməsi üçün güzəştlərin verilməsi;

➤ kadrların hazırlanması, onların yenidən təşkili və ixtisaslarının artırılması üçün kiçik sahibkarlıq subyektlərinə yardım edilməsi;

➤ kiçik sahibkarlıq subyektlərinin xarici-iqtisadi əlaqələrinin genişləndirilməsinə, həmçinin xarici tərəfdaşlarla maliyyə-kredit, elmi-texniki istehsalat, ticarət və informasiya əlaqələrinin inkişafına kömək edilməsi;

➤ kiçik sahibkarlıq subyektləri üçün bir sıra sadələşdirilmiş sistemin tətbiq edilməsi. Bura dövlət qeydiyyatının(uçotunun), statistik və mühasibat hesabatlarının verilməsi, istehsal edilən məhsulun və hər hansı bir xidmətin sertifikatlaşdırılması aid edilir;

➤ kiçik sahibkarlığın inkişafı üzrə müxtəlif araşdırmaların, tədqiqatların təşkil edilməsi.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 11 fevral 2004-cü ildə verdiyi fərmanla 2004-2008-ci illər üzrə «Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı» qəbul edilmişdir. Bu proqram Azərbaycan

Respublikasının sosial-iqtisadi siyasətinin əsas məqsədlərinə uyğun olaraq hazırlanmışdır. Qeyd edək ki, ölkənin orta və uzunmüddətli prioritetlərə uyğun olaraq, onun ayrı-ayrı rayonları üzrə əhalinin həyat səviyyəsini ardıcıl olaraq artırmaq, yoxsulluğu və cəmiyyət arasında sosial bərabərsizliyi azaltmaq, iqtisadi artım tempini daima saxlamaq bu siyasətin başlıca səbəblərindən sayılırlar.

Proqramın əsas istiqamətlərinə keçid iqtisadiyyatı şəraitində ölkənin bütün ərazisində işgüzar mühitin yaradılması, investisiya qoyuluşunu artırmaq, qeyri-neft sektorunun inkişafını təmin etmək, məşğulluğu artırmaq, yoxsulluğun səviyyəsini azaltmaq və uzunmüddətli iqtisadi artımının təşkili aiddir. Proqram müddətində məşğulluğu artırmaq üçün 600 min əlavə iş yeri açılmış, regionlarda çoxlu sayda kiçik və orta ölçülü müəssisələr tikilib istismara buraxılmışdır. Bununla bərabər mövcud müəssisələrin fəaliyyəti bərpa olunmuş, nəticədə isə 730 mindən çox yeni iş yerləri açılmışdır.

Cədvəl 3.2 Kiçik müəssisələrin fəaliyyət göstəriciləri (Mənbə: Azərbaycan statistik göstəriciləri 2009, “Səda” 2009, səh. 108-109)

Göstəricilər	2005	2006	2007	2008
Fəaliyyət göstərən müəssisələrin sayı (vahid)	11982	12232	13465	14101
İşləyənlərin siyahı sayı (nəfər)	73447	90134	99335	99838
Bir müəssisədə orta hesabla işləyənlərin Sayı (nəfər)	6	7	7,4	7
Orta aylıq əməkhaqqı (manat)	61,5	81,7	113,5	140
Məhsulun həcmi (mln.manat)	657,3	719,9	1108,8	1595,1

Cədvəldən göründüyü kimi, proqram nəticəsində 2008-ci ildə digər illərə nisbətən Azərbaycanda fəaliyyət göstərən kiçik müəssisələrin sayı , onlarda çalışan

işçilərin sayı, orta aylıq əmək haqqı və məhsulun və ya işlərin, xidmətlərin həcmi artmışdır.

2004-2008-ci və 2009-2013-cü illəri əhatə edən regionların sosial-iqtisadi inkişafını təmin edən dövlət proqramları uğurla həyata keçirilmişdir. 2014-2018-ci illərdə isə proqramın yenidən qəbulu iqtisadi inkişafa böyük təkan vermişdir. Məhz bunun nəticəsində 2013-cü ildə ölkə iqtisadiyyatına yönəldilmiş ümumi investisiyaların həcmi 20 milyard dollar olmuş, bunun 17,5 milyardı daxili, 10,5 milyard dollar isə xarici investorların vəsaiti hesabına olmuşdur.

Respublikamızda uğurla həyata keçirilən sosial-iqtisadi siyasətin davamı olaraq Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabineti 18 dekabr 2009-cu ildə kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin müəyyənləşdirilməsi meyarlarını yenidən müəyyən etmişdir.

Kiçik sahibkarlıq subyektlərinin müəyyənləşdirilməsi meyarlarının hədləri aşağıdakı cədvəldə qeyd edilmişdir (Cədvəl 3.3).

Cədvəl 3.3 Kiçik sahibkarlıq subyektlərinin müəyyənləşdirilməsi meyarları
(Mənbə: Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2004-cü il 20 aprel tarixli 57 nömrəli qərarında dəyişiklik edilməsi barədə 18 dekabr 2009-cu il tarixli Qərarı)

Sahibkarlıq sektoru	İşçilərin maksimum orta siyahı sayı (nəfər)	İllik maksimum dövriyyə kapitali (ƏDV, aksiz vergisi olmadan)
Sənaye və tikinti	50	500 min man
Kənd təsərrüfatı	25	250 min man
Topdansatış ticarət	15	1 mln man
Pərakəndə ticarət, xidmət, ticarət və digər iqtisadi fəaliyyət növləri	10	250 min man

Hər iki göstəricinin seçilən sektor üçün müəyyənləşdirilmiş hədlər daxilində olması vacibdir. Yeni biznes fəaliyyətinə başlayan sahibkarlar üçün 1 il müddətində bu hədlərlə müəyyən edilmiş işçilərin sayı həmçinin hüquqi şəxs yaratmadan sahibkarlıqla ilə məşğul olan fiziki şəxslərin kiçik sahibkar kimi müəyyənləşdirilməsində isə illik dövriyyə əsas götürülür. Kiçik sahibkarlıq subyektlərinin meyarlarının hazırlanması metodikasında inkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsinə əsaslanmış və beynəlxalq qurumların tövsiyələri nəzərə alınmışdır.

Qərar qəbul edildikdən sonra kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinə kömək üçün aşağıdakı yeni prioritetlər müəyyənləşdirilmişdir:

- ❖ Sahibkarlıq subyektlərinin dövlət qeydiyyatının sadələşdirilməsi;
- ❖ Güzəştli kreditlərin verilməsi;
- ❖ Yoxlamalar haqqında yeni normativlərin qanunla təsdiq edilməsi;
- ❖ Aqrar sektorda fəaliyyət göstərən sahibkarlar üçün subsidiyaların verilməsi və onun həcmnin artırılması;
- ❖ Aqrolizinqlər vasitəsilə toxum, mineral gübrələr, texnika ilə təmin olunması;
- ❖ Torpaq vergisi istisna olmaqla, digər vergilərin ləğv edilməsi.

Həmin ildə fərdi sahibkarların fəaliyyətinin asanlaşması istiqamətində atılan mühüm addımlardan biri də Azərbaycan Respublikasının Maliyyə Nazirliyi və Ədliyyə Nazirliyi tərəfindən qəbul edilmiş “Kiçik sahibkarlıq subyektlərində sadələşdirilmiş uçotun aparılması Qaydaları”dır. Bu qaydalarda əsasən uçotun ümumi müddəaları göstərilmişdir. Bununla yanaşı həm də sadələşdirilmiş verginin ödəyicisi olan və olmayan kiçik sahibkarlıq subyektlərində muhasibat uçotunun xüsusiyyətləri də qeyd edilmişdir.

Bazar prinsipləri əsasında fəaliyyət göstərən yeni iqtisadi sistemi formalaşdırmaq məqsədilə tənzimləyici siyasət aparan dövlətimiz ayrı-ayrı





regionlarda kiçik biznesin təşəkkülü və inkişafı ilə bağlı bir çox məqsədyönlü və sistemli tədbirləri təşkil edir. Buna baxmayaraq bu sahədə hələ də bir sıra problemlər vardır. Problemlərin aradan qaldırılması üçün kiçik biznesin səmərəli fəaliyyətinin təmin edilməsi məqsədilə, dövlətin strateji siyasəti daimi olmalı, strategiya düzgün müəyyənləşdirilməli və tətbiq edilməli, bazar prinsipləri əsasında sahibkarlar arasında baş verə biləcək inhisarçılıq meyillərin qarşısı alınmalı və haqsız rəqabətin aradan qaldırılması tədbirləri ön plana çəkilməlidir.

Mövzunun sonunda qeyd etmək istərdim ki, göstərilən qanunların mürəkkəbliyi və qanunvericiliyin daimi dəyişkən olması, qanunlar haqqında məlumatların yayımlanması vasitələrinin kifayət qədər olmaması nəticəsində sahibkarların hüquqi bilikləri adətən zəif hesab olunur. Heç bir qurum yeni qanunvericilik aktları, fərmanları və digər hüquqi normativ sənədlər barədə informasiyanın geniş və effektiv yayımı üçün rəsmi olaraq məsuliyyət daşımır. Odur ki, qanunvericiliyin inkişafını izləmək üçün kiçik sahibkarlıq subyekti rəsmi qəzetlərə və nəşrlərə abunə olmalı, müvafiq sənədin dərc olunacağı nömrəni buraxmamaq üçün nəşrlərə daimi olaraq nəzər salmalıdır. Fikrimcə, qəbul edilmiş qanunlarla, fərmanlarla, dövlət yardımı proqramları ilə yanaşı dövlətin köməyindən yararlanmaq, iqtisadiyyatın inkişafında iştirak etmək həmçinin öz hüquqlarını qorumaq üçün istənilən kiçik biznes sahibi müəyyən miqdarda hüquqi, iqtisadi savada malik olmalıdır.

3.2 Kiçik biznes sahəsində innovativ dəyişikliklər və perspektivlər

Kiçik biznesin inkişafı üçün sahibkar daimi yeniliklər axtarışında olmalı, uğur qazanmış firmaların təcrübələrinə nəzər salmalıdır. Məhz yeniliklərin, innovativ dəyişikliklərin edilməsi onun inkişafını sürətləndirən əsas amillərdən biri hesab olunur. Sahibkarlıq sahəsində innovativ dəyişikliklərin bir nümunəsi kimi dövlət dəstəyi nəticəsində yaradılmış "elektron ticarət" portalını göstərmək olar. Elektron ticarət dedikdə, alqı-satqı prosesinin elektron vasitələrdən istifadə etməklə həyata keçirilməsi nəzərdə tutulur. Elektron ticarətin əsas cəhəti ticarət əməliyyatlarının onlayn rejimdə həyata keçirilməsi, məhsulların hərəkəti, yerdəyişməsi internet şəbəkəsi vasitəsilə aparılmasıdır ki, buda onu ənənəvi ticarətdən fərqləndirir.

Elektron ticarətin tətbiqi zamanı müəyyən prinsiplərə əməl olunmalıdır:

-  İstehlakçıların hüquqları qorunmalı;
-  Vergilər tam və vaxtında ödənilməli;
-  İctimai qaydalara əməl olunmalı;
-  Əhalinin sağlamlığı, təhlükəsizliyi və əxlaqi prinsipləri gözlənilməli.

Biznesin bu şəkildə qurulması kiçik biznes sahiblərinin daha çox işinə yarayır. Belə ki, onlar elektron ticarət vasitəsilə geniş biznes əlaqələri qurmaq imkanına malik olur, ticarət sahəsində olan biznesmenlər isə çox zaman satışı həyata keçirmək üçün yer axtarmaqdan azad olunurlar.

Respublikamızda bu proses ilk dəfə olaraq 2008-ci il 25 avqust tarixli Sərəncama əsasən "2008-2015-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında əhalinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatına dair Dövlət Proqramı"nda elektron ticarət

portalının yaradılması barədə İqtisadi İnkişaf Nazirliyinə tapşırığına verilməsi ilə başlamışdır. Nəticədə isə sahibkarların, xüsusilə də kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçılarının sərbəst bazara çıxışını təmin etmək məqsədilə İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyi tərəfindən "elektron ticarət"lə bağlı veb portalı yaradılmışdır.

İlk elektron ticarət portalımız "B2B" (business to business) modeli əsasında qurulmuşdu. Portalın yaradılmasında məqsəd yerli biznes subyektləri, onların istehsal etdikləri məhsullar və həmçinin göstərdiyi xidmətlər haqqında geniş və düzgün informasiyaların potensial istehlakçılara çatdırmaq, xarici və daxili biznes əlaqələrinin genişləndirilməsini dəstəkləmək, onların bazarlara sərbəst çıxışı təmin etməkdir.

Müasir elektron informasiya mübadiləsi texnologiyaları əsasında qurulmuş "elektron ticarət" portalı sahibkarlara aşağıdakı dəyişiklikləri etməyə imkan verir:

- İstehsal etdikləri məhsullar və göstərdikləri xidmətlər barədə məlumatlar qısa müddət ərzində maraqlı tərəflərə çatdırılır;
- Satışa qoyulmuş məhsul və xidmətlərə alıcıların tələbatları barədə geniş informasiya əldə edilir;
- Elektron formada olmasına baxmayaraq istifadəçilərə satışla bağlı məlumat dəstəyi də göstərilir;
- Elektron formada olduğu üçün xarici ticarət əlaqələrinin yaranmasına şərait yaradılır və s.

Dünya ölkələrində isə bu proses daha da güclənməkdədir. Belə ki, internet vasitəsilə elektron ticarətin həyata keçirilməsi dünyada gedən qloballaşma prosesinin əsas tərkib hissələrindən biri sayılır. Buna səbəb kimi XX əsrin sonu və

XXI əsrin əvvəllərində informasiya texnologiyalarının sürətlə inkişafı, yeni elektron vasitələrdən biznesin təşkilində istifadə edilməsini göstərə bilərik.

Məhz biznes sahəsində əməliyyatların elektron qaydada həyata keçirilməsi təxminən ötən əsrin 60-cı illərinin sonuna təsadüf etmişdir. Müasir biznesdə bu cür innovativ dəyişikliklərin həyata keçirilməsində internet şəbəkəsinin rolu danılmazdır. Dəyişikliklərin yaranması yeni dünya miqyasında elektron ticarət deyilən bir yeniliyin formalaşması yeni yaranmış biznes münasibətlərin tənzimlənməsini o cümlədən texniki, iqtisadi, maliyyə, vergi və hüquq normalarının bir-biri ilə uzlaşdırılmasını zəruri etmişdir. Mütəxəssislərin fikrinə görə, qeyd olunan məsələlərin həllinin zəruriliyi iki aspektdən:

I. texnologiyaların dəyişilməsindən;

II. iqtisadi münasibətlərin qloballaşmasının yüksək səviyyədə olmasından asılıdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, elektron ticarət ilə bağlı qanunvericilik bazasının yaradılmasında əsas məqsəd biznes fəaliyyətinin təşkilini və həyata keçirilməsini təmin edən ən effektiv mexanizmin yaradılması, vahid bazarda xüsusi təşəbbüsün və sərbəstliyin təmin edilməsi, «ifrat dərəcədə tənzimləmə»yə yol verilməməsi hesab edilir[16].





ABŞ, Kanada, Avstraliya və bəzi Avropanın inkişaf etmiş ölkələrində biznesin bu sahəsini tənzimləyən qanunvericilik aktlarının qəbul olunmuşdur.

Avropa İttifaqında 1996-cı ildən elektron ticarətin normativ-hüquqi bazasının yaradılması prosesi başlamışdır. Artıq 2000-ci ildə daxili bazarda elektron ticarətin bəzi hüquqi aspektləri haqqında Direktiv qəbul edilmişdi. Həmin Direktivdə Avropa

İttifaqın daxili bazarının ümumi prinsipləri, xidmətlərin sərbəst təşkil edilməsi və onların təqdim olunması, milli qanunvericiliklərin uyğunluğu göstərilir

Son dövrlərdə isə elektron ticarətin hüquqi tənzimlənməsinə vahid yanaşmanın təmin olunması məqsədilə Avropa İttifaqında «Elektron Avropa» adlı proqram həyata keçirilmişdir. Bu proqramın hüquqi cəhət dən Avropa İttifaqı çərçivəsində vahid qanunvericilik bazasının yaradılmasını nəzərdə tuturdu. Kiçik və orta biznesin innovativ inkişafının təşkili, istehlakçıların hüquqlarının qorunmasına yönəldilən hüquq normalarının müəyyən edilməsi proqramın əsas prinsiplərindən hesab edilirdi.

Azərbaycanda Respublikasında da innovativ dəyişiklik sayılan biznesin elektron qaydada aparılması zamanı hüquqi və iqtisadi münasibətləri tənzimləyən bir sıra qanunvericilik aktları qəbul edilmişdir ki, bunlardan bir neçəsi aşağıdakılardır:

-  «Elektron sənəd, elektron imza haqqında» qanunu;
-  «Elektron ticarət haqqında» qanunu;
-  Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsinə və İnzibati Xətalər Məcəlləsinə elektron ticarətlə bağlı əlavə edilən müddəalar;
-  Azərbaycan Respublikası Prezidentinin fərmanına əsasən təsdiq edilmiş «Azərbaycan Respublikasında milli ödəniş sisteminin inkişafı üzrə 2005-2007-ci illər üçün Dövlət Proqramı».

Ölkəmizdə “Bir pəncərə” sisteminin tətbiqi də sahibkarlıq fəaliyyətindəki dəyişiklərdən biri hesab olunur. “Bir pəncərə” sistemi 2008-ci ilin yanvarından tətbiq olundu və bütün öhdəliklər Vergilər Nazirliyinə verildi. Bu sistemin tətbiqi ilə sahibkarlıq subyektlərinin onlayn qeydiyyatına başlanılmışdır. Bununla da lazımlı olan prosedurların sayı 6-a endirilmiş, qeydiyyat müddəti 3 gün olmuş və çəkilən

xərclər iki dəfəyə qədər azaldılmışdır. Həmçinin vahid qeydiyyat orqanının yaranması nəticəsində Azərbaycanda yeni iş yeri açmaq, kiçik biznes qurmaq daha da asan formaya salınmışdır. Məhz bu səbəbdən ölkəmizdə yeni yaradılan müəssisələrin sayı getdikcə artmağa başladı .

2009-cu ilin iyulun 1-dəki göstəricilərə əsasən hüquqi səxslərin qeydiyyatı istisna olmaqla sahibkarların sayı 281132 nəfər təşkil edirdisə, 2013-cü ilin analoji dövründə onların sayı 448004 nəfər qeydə alınmışdır. Bu isə 5 il müddətində fərdi sahibkarların sayının 50 % artdığını göstərir.

Müasir şəraitdə istər inkişaf etmiş, istərsə də inkişaf etməkdə olan ölkələrdə biznes-inkubasiyalaşma prosesi kiçik sənaye müəssisələrinin inkişafı üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edən təşkilati forma sayılır. Biznes-inkubatorların yaranması ilə kiçik biznesin, sənayenin, tədqiqat və tədris institutlarının, bütövlükdə isə istənilən ölkədə dövlətin maraqlarının uzlaşdırılmasına nail olunur. Statistik tədqiqatların təhlili göstərir ki, biznes-inkubasiyalaşma prosesi öz-özlüyündə kiçik müəssisələrin yaradılması və fəaliyyətə başlamasını təxminən 7-22 dəfə sürətləndirir. Bununla yanaşı biznes-inkubatorlar vasitəsilə yaranan biznesin daimi fəaliyyət göstərmə şansı 85-95 %-ə bərabər göstərilir. Ümumiyyətlə biznes-inkubasiyalaşma prosesi aşağıdakı iki məsələni paralel şəkildə həll edə bilər və həll etməlidir:

I. Yeni kiçik biznes müəssisələrin yaradılması və onların inkişafı üçün uyğun şəraitin təşkil edilməsi;

II. Əvvəlcədən yaradılmış və qeyri-effektiv struktura malik kiçik biznes müəssisələrinin sağlamlaşdırılması.

Kiçik sahibkarlığa başalayan zaman bəzi çətinliklər yaranır ki, bunlara kommunikasiya vasitələri, kompüter, ofis texnikası, inventarlar, texniki vasitələr, iş

və istehsal otaqlarını konturagentin sərəncamına vermək və s. aid edilir. Məhz bu problemləri biznes inkubatorları öz öhdəsinə götürür və onlara ilkin dəstəyi verir. Biznes İnkubatorları sahibkarlar, alim və ixtiraçıların öz ideyaları əsasında kommersiya fəaliyyətinə başlamaq istədikləri zaman onlara lazimi informasiya, injirinq və konsaltinq xidməti də göstərirlər. Bir qayda olaraq Biznes İnkubatorlarının xidmətindən yeni müasir ideyalara əsaslanan kommersiya layihələrinin başlanğıc və riskli mərhələsində, həmçinin təcrübi və seriyalı istehsal mərhələsinin təşki edilməsində istifadə olunur.

Biznes inkubatorların kiçik firmalarla birgə fəaliyyəti zamanı onun elmi-texniki və istehsal potensialından, elmi işçilərindən və maddi bazasından istifadə edir. Nəticədə isə kiçik müəssisədə yeni texnologiyaların tətbiqi sürətlənir, istehsal edilən məhsulların rəqabət qabiliyyəti çoxalır, elmi-texniki və təcrübi konstruktor işlərinə çəkilən xərcləri azalır. Qeyd etməliyəm ki, biznes-inkubatorların kiçik biznesdə tətbiqinin nəticəsi bununla bitmir, əlavə iş yerləri, yeni məhsullar, xidmət və müasir texnologiyalar yaranır, ölkədə sosial infrastruktur inkişaf edir, müəssisəyə əlavə kapital cəlb olunur, ayrı-ayrı regionların nüfuzu yüksəlir, təhsil və elmin inkişafı isə stimullaşdırılır.

Bu sistem hal-hazırda Azərbaycanda da fəaliyyət göstərir və nəzərdə tutulur ki, perspektivdə də biznes inkubatorların fəaliyyəti genişlənsin. Beləki biznes-inkubatorların yaradılması kiçik innovasiya firmalarının formalaşdırılmasına şərait yaradacaq, çünki biznes-inkubatorlar kiçik biznes müəssisələri və digər sahə strukturlar arasında əlaqələndirici rolunu yerinə yetirirlər.

Biznes İnkubatorların mühüm infrastruktur elementləri vardır ki, bunlara elmi-tədqiqat institutlarına, universitetlərə, mobil nəqliyyat-kommunikasiya sistemlərinə yaxınlıq, müəyyən iqtisadi və coğrafi landşaft tələblərini aid edilir. Düşünürəm ki,

respublikamızda Naxçıvan, Gəncə, Şəki, Lənkəran iqtisadi zonalarında mövcud struktur və infrastruktur komponentlərinə bütünlüklə cavab verir. Aparılan tədqiqatların nəticəsi göstərir ki, müvafiq təcrübənin reallığına baxmayaraq, adlarını çəkdiyimiz regionlarda mərkəzi dövlətin dəstəyi ilə kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyəti sintezində Biznes İnkubatorları sisteminin tətbiqi mümkündür. Bu isə istehsal və xidmət sahələrinin genişlənməsinə, mövcud sosial infrastruktur təkmilləşdirilməsinə və dayanıqlı səmərəliliyin əldə edilməsinə şərait yaradacaq və gələcəkdə vacib dövləti sifarişlərin yerinə yetirilməsi üçün müvafiq kiçik həcmdə də olsa servis zonaları təşkil edilə bilər.

Hal hazırda 2020-ci ilə qədər ölkəmizdə minimum 5 biznes-inkubatorunun yaradılması nəzərdə tutulur. Strateji Yol Xəritəsinə görə bu planın həyata keçirilməsi üçün, 50 milyon manat investisiya lazımdır .

Respublikamızda yaradılan biznes inkubatorlarına nümunə kimi İnnovativ Biznes-İnkubatorunu göstərmək olar. Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti Elmi Şurasının 29 aprel 2014-cü ildə 128,6 №-li qərarına əsasən yaranmış, 20 may 2014-cü ildə isə Azərbaycan Respublikası Vergilər Nazirliyində dövlət qeydiyyatından keçmişdir. İnnovativ Biznes-İnkubatorununun məqsədlərinə aşağıdakıları aid etmək olar:

- “Azərbaycan Gəncliyi 2011-2015-ci illər” dövlət proqramı çərçivəsində ali təhsil müəssisələrindəki gənclər üçün biznes, informasiya texnologiyaları sahəsində inkubatorlarını yaratmaq;
- İqtisad Universitetinin Professor-müəllim heyətini təhsil və elmi-innovativ layihələrə cəlb edərək onların sosial təminatı nisbətən yaxşılaşdırmaq;

➤ Azərbaycanda gənclərin menecer və sahibkarlıq sahəsində inkişafını təmin etmək, startaplar üçün tədris-metodiki, maddi-texniki, psixoloji və maliyyə dəstəyini göstərmək.

Bu və ya digər tədbirlərin nəticəsində ölkəmizin iqtisadi inkişafı bir sıra beynəlxalq təşkilatların hazırladıqları hesabatlarda da öz müsbət əksini tapmışdır. Belə ki, “Qlobal Rəqabət Qabiliyyəti indeksi” hesabatına görə, Azərbaycan iqtisadiyyatı rəqabət qabiliyyəti səviyyəsinə görə 142 ölkə içərisində 55-ci, MDB ölkələri arasında isə 1-ci olmuşdur.

190 ölkə arasında biznes mühitini qiymətləndirən Dünya Bankının “Doing Business 2017” hesabatının göstəricilərinə əsasən Azərbaycan 65-ci pillədə olub . Verilən hesabatla görə, ölkəmiz dünyada üç və daha çox islahat həyata keçirən 29 ölkədən biri sayılır. Hesabatın “Biznesə başlama” göstəricisi üzrə Azərbaycan biznesin qeydiyyatını sadələşdirərək dünya ölkələri içərisində ilk beşliyə daxil olmuş və ən yaxşı təcrübəyə sahib olan ölkələrdən biri kimi hesab olunmuşdur . Aşağıdakı cədvəldə Azərbaycanın 189 ölkə arasında 2016-2017-ci il üzrə 3 göstəriciyə əsasən tutduğu mövqe verilmişdir:

Cədvəl 3.4 “Doing Business 2017” hesabatının göstəriciləri

Göstəricilər	2016 ci ilin reytingi	2017-ci ilin reytingi	Reyting dəyişməsi
Biznesə başlama	7	5	+2
Kiçik investorların maraqlarının qorunması	36	32	+4
Xarici ticarətin aparılması	94	83	11

2016 il üzrə hesabatında isə dünyada 3 və daha çox islahat aparan 24 ölkədən biri kimi qeyd edilib. "Biznesə başlama" göstəricisi üzrə Azərbaycan biznes rəsmiləşdirilməsini sadələşdirməklə dünyanın ilk onluğuna daxil olaraq, Almaniya, İsveç, Estoniya, Slovakiya ölkələri kimi ən yaxşı təcrübəyə malik ölkə kimi qeyd edilmişdir[27].

Qeyd etməliyəm ki, hesabatda ölkəmizin yüksək mövqedə olmasına səbəb Azərbaycan Respublikası Prezidentinin "Sahibkarlığın inkişafı ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında" 3 mart 2014-cü il tarixli Fərmanı ilə verilmiş tapşırıqlarıdır. Bunlara xarici ticarət əməliyyatlarının təşkil edilməsi, sahibkarlıq subyektlərinin elektron qeydiyyatı, daşınmaz əmlaka hüquqların qeydiyyatı, korporativ idarəetmənin təkmilləşdirilməsi, investorların maraqlarının qorunması və müflisləşmə üzrə qanunvericiliyə müvafiq dəyişikliklərin əlavə edilməsi aiddir.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

İqtisadi fəaliyyət sayılan sahibkarlıq fəaliyyəti bazar münasibətlərinin inkişafı dövründə bu sahəyə diqqətin artırılmasını zəruri etmişdir. Sahibkarlıq sahəsində böyük miqdarda gəlirlərin əldə edilməsi, həmçinin istehsalın artımı onun böyük əhəmiyyətə malik olduğunu bir daha sübut edir. Beynəlxalq təcrübələrə əsaslanaraq deyə bilərik ki, kiçik sahibkarlıq ən səmərəlisi hesab olunur və müasir dövrdə bu istiqamətdə müxtəlif tədbirlər görülür. Kiçik biznesə az kapitalla fəaliyyətə başlaması, idarəetmənin sadəliyi, daxili və xarici mühitdə çevikliyi və az riskli olması baxımından bu fəaliyyətə xüsusi diqqət göstərilir. Bununla yanaşı kiçik sahibkarlıq iqtisadiyyatın sağlamlaşdırmasına da yardımçı olur. Bunlara sağlam rəqabət mühitin yaranması, ixracın artması, tələbatçı sayının çoxalması, məşğulluğun artımı, yoxsulluğun azalması, yeni iş yerlərinin açılması, regionlararası əlaqələrin genişləndirilməsi və s. daxildir. Bəzi ölkələrdə elmi-tədqiqat və təcrübi konstruktor işlərində də kiçik biznes daha səmərəli sayılır. Buna səbəb isə xərclərin az olmasıdır.

Beynəlxalq təcrübədə kiçik biznesə nəzər salsaq onlar işçilərin sayı, əsas kapitalın kəmiyyəti, dövriyyənin həcmi, nizamnamə fondu göstəricilərin görə bir birindən fərqlənir. Bir sıra ölkələrdə hətta kiçik biznes müxtəlif cür adlanır. Bu fərqliliklərə baxmayaraq onların yaradılması prinsipləri, strategiyaları, fəaliyyət sferaları, inkişaf istiqamətləri təxminən eynidir deyə bilərik. Xarici ölkələrin təcrübəsində kiçik sahibkarlığa dair bir çox tədbirlər görülür ki, bunlara biz vergilərin azaldılması, dövlət tərəfindən dəstəyin göstərilməsi, qanunvericilikdə müəyyən güzəştlərin edilməsi, maliyyə fondlarının yaradılması, ssudaların verilməsi, informasiya bazasının təşkili, müvafiq kömək proqramların tətbiqini misal göstərə bilərik.

Müstəqillik əldə etdikdən sonra Azərbaycanda da sahibkarlığın formalaşması və inkişafı vəzifələrini qarşıya qoyulmuş, dövlət siyasətinin əsas istiqamətlərinə daxil edilmişdir. Xüsusilə də kiçik sahibkarlıq sahəsinə aid inkişaf proqramları təşkil edilmiş, qanunvericilik aktları qəbul edilmişdir. Bunlara nümunə olaraq “Kiçik sahibkarlığa dövlət köməyi haqqında Azərbaycan Respublikası Qanun”u, “Kiçik və Orta Sahibkarlığın İnkişafı üzrə Dövlət Proqramı”nı, “2004-2008, 2009-2013, 2014-2018 ci illərdə regionların sosial-iqtisadi inkişafının dövlət proqramları”nı göstərə bilərik. Qeyd etmək istərdimki, ümumilikdə sahibkarlıq fəaliyyətinə aid qanunlar və qanunvericilik aktları sahibkarlıq sahəsində dövlət siyasətinə əsasən tənzimlənilir. Deməli, belə hesab etmək olar ki, sahibkarlığın inkişafında başlıca maddə bu sahədə dövlət siyasətinin düzgün müəyyənləşdirilməsi və bu siyasətin əsaslarının qanunvericilik aktlarında öz əksini tapmasıdır. Digər bir maddə isə sahibkarlığın inkişafı sahəsində dövlət siyasəti təcrid olunmuş qaydada deyil əlaqəli şəkildə yeni, dövlətin iqtisadi siyasətinin tərkib hissəsi kimi işlənilib hazırlanmalı və həyata keçirilməlidir.

Bunlardan başqa dövlətimiz tərəfindən Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu yaradılmış və bir çox innovativ dəyişikliklər (elektron ticarətin yaradılması, bir pəncərə sisteminin tətbiqi, biznes inkubatorların təşkili) edilmişdir. Məhz Milli Fondun yaranması ilə hər il verilən kreditlərin həcmi çoxalmış, yeni yaranan müəssisələrin və işçi qüvvəsinin sayı artmışdır. Buna görə də kiçik sahibkarlığın iqtisadi artımında və sosial sabitliyin təmin olunmasında mühüm əhəmiyyəti nəzərə alınaraq bütün ölkələrdə onun inkişafına dövlət tərəfindən hərtərəfli köməklik göstərilir, ölkəmizdə isə kiçik biznesin təşkil edilməsi və təkmilləşdirilməsi, tənzimlənməsi sahəsində həyata keçirilən dünya təcrübəsinin yerli şəraitə müvafiq olaraq uyğunlaşdırılması, praktiki nəticələrin düzgün tətbiqi, yeni-yeni müxtəlif metod və mexanizmlərin işlənilib hazırlanması sahəsində mühüm tədbirlər görülür.

Dissertasiya işinin təhlili nəticəsində aşağıdakı təklifləri vermək olar:

- Hər bir kiçik biznes ideyası dəyərləndirilməli. Belə ki , ideyanın olmasına baxmayaraq bəzi hallarda onu reallaşdırmaq olmur və gələcəkdə iri biznes sahəsinə çevrilə bilmək şansını itirmiş olur. Buna səbəb fikrimcə maliyyə vəsaitinin olmaması və ya ideya sahibinin özünə inamsızlığıdır.
- Hər bir kiçik biznes müəssisəsi beynəlxalq təcrübələrə və yerli uğur qazanmış kiçik sahibkarlardan da nümunə götürməli;
- Azərbaycanda kiçik o cümlədən orta sahibkarlığın əsas sferalarının inkişaf etməsi məqsədilə vergi güzəştlərinin tətbiq edilməsi mexanizminin daha da təkmilləşdirilməli, güzəştli kredit həcmi artırılmalıdır. Bu məsələ ilə bağlı vergi qanunvericiliyinə müvafiq dəyişiklik və əlavələr edilməli;
- Dövlət siyasətini, məqsədli proqram və tədbirlərini kiçik sahibkarlıq fəaliyyətinin perspektivdə olan sahələrinin inkişafına yönəltmək;
- Yerli qanunvericilik bazasının kiçik sahibkarlıq subyektlərinin səmərəli fəaliyyət göstərməsi, hüquq və maraqlarının müdafiə olunmasının təşkili üçün təkmilləşdirilməsi və yeni qanun və normativ aktların qəbul edilməsi;
- Kiçik sahibkarlıq müəssisələrinin bazar iqtisadiyyatı şəraitində sağlam rəqabət aparması üçün Rəqabət Məcəlləsinin qəbulunu və tətbiqini sürətləndirilməli.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Telman Hüseynov. “Müəssisənin iqtisadiyyatı”. Azər nəşr. 2005
2. S. İmanov. Kiçik sahibkarlıq. Bakı 2009
3. M. Məmmədov. Əməliyyatlar menecmenti
4. A.B.Abbasovun ümumi redaktəsi ilə. Biznesin təşkili və idarə edilməsi. Dərslik. Bakı. İqtisad Universiteti Nəşriyyatı, 2011 Səh 75-86.
5. Elnur İslamov. “Françayzinq-alternativ biznes inkişaf modeli kimi”. Bakı 2014
6. Azərbaycan Respublikası Konstitusiyası, Bakı 1995
7. “Kiçik sahibkarlığa dövlət köməyi haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu
8. “Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu
9. Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı
10. Azərbaycanda Kiçik və Orta Müəssisələr üzrə Araşdırma. Bakı .2009
11. Azərbaycanın vergi jurnalı. 2014
12. Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu - SKMF (jurnal)
13. Azərbaycan Respublikasının İqtisadi İnkişaf Nazirliyi Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu “Kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri üçün əyani vəsait”
14. Luis L.Allen. Kiçik biznesdə necə uğur qazanmaq olar? Bakı, Azər nəşr
15. <http://economy.gov.az> - Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyi
16. <http://www.taxes.gov.az> - Vergilər Nazirliyi
17. <http://azstat.org> - Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi

18. <http://anfes.gov.az> - Azərbaycan Respublikasının Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu
19. <http://ser.az>-İqtisadi Resursların Öyrənilməsi İctimai Birliyi
20. <http://elibrary.az>-Elektron kitabxana
21. <http://www.emdk.gov.az>- Azərbaycan Respublikası Əmlak məsələləri Dövlət Komitəsi yanında hərracların təşkili üzrə auksion mərkəzi
22. <http://www.ilkinmanafov.com>
23. <http://idol.az>
24. <http://www.ekodialog.com>
25. <http://www.iqtisadiyyat.com>
26. <http://www.kosgeb.gov.tr>
27. <http://www.doingbusiness.org>