

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ
DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

**“Müasir dövrdə iqtisadiyyatın sahibkarlıq sektorunun fəaliyyətinin
stimullaşdırılmasında vergi siyasətinin rolu”**
mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

Hüseynli Rəsul Rasim

BAKİ -2019-cu il

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

BMDM-in direktoru
i.ü.f.d., dos. Əhmədov Fariz Saleh
Təsdiq edirəm

“ _____ ” _____ 2019 -cu il

**“Müasir dövrdə iqtisadiyyatın sahibkarlıq sektorunun fəaliyyətinin
stimullaşdırılmasında vergi siyasətinin rolu”**

mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İxtisasın şifri və adı: 060403 – Maliyyə

İxtisaslaşma: Vergi və vergiqoyma

Qrup: 612

Magistrant
Hüseynli Rəsul Rasim oğlu

Elmi rəhbər
i.e.d.,prof. Kəlbiyev Yaşar Atakişi oğlu

Proqram rəhbəri
i.e.n.,dos.Seyfullayev İlqar
Zülfüqar oğlu

Kafedra müdiri
i.e.d.,prof. Kəlbiyev Yaşar Atakişi oğlu

BAKİ -2019-cu il

The role of tax policy in stimulating the functioning of the economy's entrepreneurship sector in modern times

Summary

Topicality of research. Development of small and medium-sized enterprises is crucial for our country. However, restrictions on the financing of these entities limit their development, lead to deepening of problems. "Strategic Road Map" stresses importance of entrepreneurship. Therefore, financial support of entrepreneurship is important for the development of local economy and thus, this topic is demanded.

Purpose and tasks of research. The purpose is studying the financing problems of small and medium-sized businesses in Azerbaijan. This includes:

- Researching the theoretical foundations of the development of small and medium enterprises, sources of financing of entrepreneurship subjects, studying of international experience
- Analysing of modern state of small and medium-sized enterprises
- Researching ways of improving existing financing mechanisms, increasing of efficiency.

Methods of research. Comparative analysis, statistical, graphical-analysis, scientific-abstraction and others.

Information base of research. Reports for 2013-2019 of Statistical Committee, legislative acts of the Ministry of Taxes, reports of the Entrepreneurship Development Fund.

Restrictions of research. These include lack of resources to finance entrepreneurship, the difficulty of obtaining information from enterprises.

Scientific-practical results obtained as results of research:

1. Development of small and medium-sized businesses has been studied from a theoretical side in Azerbaijan
2. Current state of the mechanisms for financing entrepreneurship and analysing of state aids have been carried out
3. Proposals on improving existing mechanisms and increasing their availability, in our country poor, unused financing mechanisms have been prepared.

Scientific-practical importance of the results. They may be important for entities that are continuing operation in our country.

Key words: small and medium-sized entrepreneurship, financing mechanisms.

İXTİSARLAR VƏ İŞARƏLƏR

AB	Avropa Birliyi
AİB	Avropa İnvestisiya Bankı
AİF	Avropa İnvestisiya Fondu
KOS	Kiçik və Orta Sahibkarlıq
ÜDM	Ümumi Daxili Məhsul
EASDAQ	The European Association of Securities Dealers Automatic Quotation
SBA	Small Business Administration

M Ü N D Ə R İ C A T

	Giriş	6
I FƏSİL	Müasir dövrdə iqtisadiyyatın sahibkarlıq sektorunun fəaliyyətinin stimullaşdırılmasının nəzəri aspektləri	11
1.1.	Sahibkarlıq fəaliyyəti milli iqtisadiyyatın inkişafının strateji resusu kimi	11
1.2.	Kiçik və orta sahibkarlıq və onun inkişaf meylləri	17
1.3.	Vergi siyasətinin kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına təsiri	23
II FƏSİL	Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlığın inkişafının müasir vəziyyətinin təhlili	29
2.1.	Kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin formalaşmasının normativ-hüquqi bazasının təhlili	29
2.2.	Azərbaycanda kiçik sahibkarlığın inkişafının müasir vəziyyəti və kompleks təhlili	38
2.3.	Azərbaycanda kiçik sahibkarlıq subyektlərinin vergiyə cəlb olunmasının xüsusiyyətləri	45
III FƏSİL	Azərbaycanda vergi siyasətinin sahibkarlığın dəstəkləməsi baxımından təkmilləşdirilməsi istiqamətləri	49
3.1.	Kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin maliyyələşdirilməsinin təkmilləşdirilməsi və onların səmərəliliyinin artırılması istiqamətləri	49
3.2.	Dövlətin vergi siyasətinin kiçik sahibkarlığın stimullaşdırılması mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi	65
	Nəticə və təkliflər	77
	İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT	82
	Cədvəllərin siyahısı	85
	Qrafiklərin siyahısı	85

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı. Azərbaycan Respublikasında iqtisadiyyatın tənzimlənməsi istiqamətində uğurla aparılan dövlət siyasəti nəticəsində mütəmadi iqtisadi artımın təmin olunmasında, əhalinin həyat səviyyəsinin, onun maddi rifahının yüksəlməsində, sahibkarlıq mühitinin formalaşmasında, həmçinin sahibkarlığın inkişafında böyük nailiyyətlər qazanmışdır. Sahibkarlığın inkişafı üçün əlverişli institusional-iqtisadi mühitin formalaşması, bir tərəfdən iqtisadiyyatın diversifikasiyası, qeyri-neft sektorunun genişlənməsi, yeni iş yerlərinin açılması üçün əlverişli şərait yaradır, iqtisadiyyatın modernləşdirilməsi onun mobilliyinin və dinamikliyinin təmin edilməsinə, dövlətin sosial yükünün azalmasına imkan verir. Müasir qloballaşan dünya iqtisadiyyatında transmilli korporasiyaların, beynəlxalq şirkətlərin rolunun artması şəraitində milli iqtisadiyyatın qorunmasında və onun təhlükəsizliyinin təmin olunmasında sahibkarlığın inkişafı xüsusi əhəmiyyət daşıyır.

Ölkəmizdə sahibkarlığın inkişafının davamlı xarakter daşması üçün institusional və qanunvericilik mühitinin təkmilləşdirilməsi, biznesin stimullaşdırılmasında müvafiq vergi siyasətinin, müasir menecment və idarəetmə üsullarının tətbiqi AR Prezidenti cənab İlham Əliyev tərəfindən müəyyən olunmuş iqtisadi inkişaf strategiyasında öz əksini tapmışdır. Sahibkarlığa dövlət dəstəyinin gücləndirilməsi, vergi sisteminin təkmilləşdirilməsi, güzəştli kreditlərin verilməsi, bank sektorunun və maliyyə-kredit münasibətlərinin tərəqqisi AR-da biznesin genişlənməsini stimullaşdırır.

İqtisadi artıma təsir göstərən amillər müxtəlif olmaqla demək olar ki, iqtisadiyyatın və cəmiyyətin bütün sahələrini əhatə edir. Hazırda qloballaşma proseslərinin genişlənməsi, vergi siyasəti sahəsində məlumat mübadiləsinin sürətlənməsi şəraitində, sahibkarlığın inkişafı siyasətinin formalaşması prosesində beynəlxalq təcrübədə sınaqdan keçmiş vergi mexanizmlərinin tətbiqi üsullarının, mövcud problemlərin araşdırılması zərurəti yaranır.

Beynəlxalq təcrübədə sahibkarlığın inkişafına əsas verən vergi siyasəti zamanı yaranan problemlər çoxşaxəlidir. Bir ölkədə kiçik hesab edilən biznes, digər ölkədə iri sahibkarlıq subyekti olur. İstənilən ölkə üçün effektiv olan vergi sistemi, digər bir ölkədə mənfi nəticələr verir. Bu səbəbdən kiçik biznesin tənzimlənməsində vergi siyasətinin rolunun tədqiq olunması iqtisadi nəzəriyyənin və sosial-iqtisadi siyasətin geniş spektrli məsələlərini əhatə edir.

Sahibkarlığın inkişafında vergi siyasətinin rolunun təhlili sahəsində elmi tədqiqatların aparılması həlli zəruri olan və imperativ xarakter daşıyan məsələlərin aşkar edilməsinə imkan yaradır. O cümlədən, vurğulamaq lazımdır ki, nəzəri olaraq əsaslandırılmış vergi siyasətinin praktiki cəhətdən həyata keçirilməsi mümkün olmalıdır. Bir çox hallarda İEÖ və İEOÖ-də müxtəlif xarakterli sosial, iqtisadi və siyasi amillərin təsiri nəticəsində elmi cəhətdən əsaslandırılmış konsepsiyaları həyata keçirmək mümkün olmur. İqtisadi nəzəriyyə vasitəsi ilə əldə olunan elmi nəticələr sosial-iqtisadi siyasət ilə əlaqədar olsa da, praktiki nöqtəyi-nəzərdən onun tətbiqi bir çox problemlərlə əlaqədar olur. Bütün qeyd olunanlar tədqiq olunan mövzunun aktuallığını şərtləndirir.

Problemin öyrənilmə səviyyəsi. İqtisad elminə məlum olduğu kimi vergilərin iqtisadi mahiyyəti və vergi güzəştləri bir çox aspektləri ayrı-ayrı ölkələrin tanınmış, məşhur iqtisadçıları tərəfindən tədqiq edilmişdir. Vergi güzəştləri probleminin ən müxtəlif tərəfləri nəzəri cəhətdən olduqca əhatəli araşdırılıb.

Azərbaycan alimləri A.F.Musayev, M.M.Sadiqov, A.Hüseynov, D.A.Bağirov, Ə.Ə.Ələkbərov, M.X.Həsənlı , A.M.Kərimov, B.X.Xankişiyev, Y.A.Kəlbliyev, T.N.Paşayev, V.Z.Zeynalovun elmi tədqiqatlarında əlverişli mühitdə vergi sisteminin formalaşması, vergi güzəştlərinə dair qanunvericiliyinin təkmilləşdirilməsi, vergitutma işinin təşkili ilə bağlı elmi-praktik əhəmiyyətə malik nəticələr əldə edilib.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri. Tədqiqatın məqsədi vergi sisteminin idarə edilməsi, vergitutmanın effektiv sisteminin formalaşması üçün tətbiq edilən

güzəştlərin elmi-nəzəri əsasları müəyyənləşdirmək, müasir şəraitdə vergi sisteminin idarə edilməsinin əsas xüsusiyyətləri və təkmilləşdirməyə yönələn elmi-praktik nəticələri aşkara çıxarmaqdır. Bu məqsədin reallaşması üçün tədqiqat işində aşağıdakı vəzifələrin həlli planlaşdırılmışdır:

-Müasir dövrdə iqtisadiyyatın sahibkarlıq sektorunun fəaliyyətinin stimullaşdırılmasının nəzəri aspektlərinin elmi-metodik ədəbiyyatda qoyuluşunun tətqiqi;

-Sahibkarlığın stimullaşdırılmasında vergi mexanizmindən istifadənin prioritet istiqamətlərinin müəyyən edilməsi;

-Dövlətin müasir vergi siyasətinin elmi əsasları və onun qiymətləndirilməsi

-Sahibkarlıq fəaliyyətində vergi sisteminin təkmilləşdirilməsinin əsas istiqamətlərinin tətqiqi;

-İnkişaf etmiş ölkələrin vergi quruculuğu təcrübəsindən respublikamızda istifadənin imkanlarının müəyyənləşdirilməsi;

Tədqiqatın obyektı və predmeti. Araşdırılan tədqiqat işinin obyektı Azərbaycanda sahibkarlıq fəaliyyətiylə məşğul olan kiçik və orta biznes müəssisələrinin aktivliyi, onların davamlı inkişafı və fəaliyyətlərinin genişləndirilməsində vacib olan maliyyə təminatı məsələləri, predmeti isə belə subyektlərin vergiyə cəlb olunması zamanı yaranan problemlər, onların həlli, ümumiyyətlə, maliyyə təminatı ilə bağlı mövcud olan metodların və istiqamətlərin təkmilləşdirilməsidir.

Tədqiqat metodları. Tədqiqat işinin aparılmasında həm kəmiyyət həm də keyfiyyət metodlarından istifadə edilmişdir. Bu metodlara müqayisəli təhlil, statistik metod, qrafiki təhlil, elmi-abstraksiya, məntiqi ümumiləşdirmə və digərləri aiddir.

Tədqiqatın informasiya bazası. Araşdırmalar zamanı nəzəri biliklər olaraq müxtəlif dünya və Azərbaycan alimlərinin elmi araşdırmaları və kitabları, statistik tədqiqatlar üçün Dövlət Statistika Komitəsinin 2013-2017-ci illər üzrə olan hesabatları və eləcə də 2018, 2019-cu illər ərzində baş verən dəyişikliklər, Nazirlər

Kabinetinin, Vergilər Nazirliyinin, eləcə də sahibkarlığa aid Azərbaycan Respublikasının bir sıra qanunvericilik aktları və normativləri, Sahibkarlığın İnkişafı Fondunun vəsaitlərinin istifadəsi üzrə statistik hesabatlardan istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri. Bura sahibkarlığın maliyyələşdirilməsi üçün yetəri qədər mənbənin olmaması, müəssisələrdən məlumat əldə edilmənin çətinliyi aiddir.

Tədqiqat nəticəsində əldə edilən elmi-praktiki nəticələr. Dissertasiya işinin tədqiqi barədə qarşıya qoyulan məqsədlər araşdırılmış və müəyyən nəticələr əldə edilmişdir. Bunlar aşağıdakılardır:

1. İlk olaraq, ümumi şəkildə Azərbaycanın iqtisadi inkişafında sahibkarlığın, xüsusilə də, kiçik və orta biznes fəaliyyəti ilə məşğul olan sahibkarlıq müəssisələrinin formalaşması nəzəri baxımdan öyrənilmişdir.

2. Onların maliyyə təminatı mənbələri araşdırılmış və dünya ölkələrinin hansı təcrübədən istifadə etdiyi öyrənilmişdir. Daha sonra bu araşdırmalardan əldə edilən nəticələr müqayisə edilmiş və maliyyələşdirilmə mexanizmlərindəki çatışmazlıqlar aşkarlanmışdır.

3. Ölkədə sahibkarlığın mövcud vəziyyəti təhlil edilmiş, onun maliyyələşdirilməsində istifadə olunan mexanizmlərin cari vəziyyəti öyrənilmiş, bu sahədə edilən dövlət yardımlarının təhlili aparılmışdır.

4. Yuxarıda qeyd edilən təhlillər nəticəsində mövcud mexanizmlərin təkmilləşdirilməsi və onların əlverişliliyinin artırılması üçün fikirlər irəli sürülmüşdür.

5. Sonda isə ölkəmizdə inkişafı zəif olan və hətta istifadə olunmayan maliyyələşdirmə mexanizmlərinin istifadəsi üçün təkliflər işlənib hazırlanmış və əsaslandırılmışdır.

Nəticələrin elmi-praktiki əhəmiyyəti. Tədqiqat işinin araşdırılmasından əldə edilən nəticələr ölkəmizdə fəaliyyətini davam etdirən və ya bu sferada yeni olan fiziki və hüquqi şəxslər üçün əhəmiyyətli ola bilər. Belə ki, işin gedişatı zamanı

aparılan təhlillər Respublikada fəaliyyət göstərən kiçik və orta biznesin cari vəziyyətini göstərmiş, onların maliyyələşdirilməsindəki çətinliklər aşkarlanmışdır. Onların aradan qaldırılması və maliyyə mexanizmlərinin daha da inkişafı üçün irəli sürülən təkliflər bu sahədə inkişafı təmin edə, yeni fəaliyyətə başlayan sahibkarlar üçün bir “bələdçi” rolunu oynaya, əlaqəli nazirliklər tərəfindən və eləcə də, “Strateji Yol Xəritəsi” ndə prioritetlər sırasına əlavə edilə bilər.

Dissertasiya işinin struktur və həcmi. Tədqiqat işinin ümumi strukturu giriş bölməsi ilə başlamaqla, fəsilərin sayı üçdür. İlk fəsildə üç, ikinci və üçüncü fəsilərdə isə iki altbaşlıq olmaqla cəmi yeddi paragrafdan, nəticə və təkliflər bölməsindən, istifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısı, cədvəlləri və qrafikləri əks etdirən siyahıdan ibarətdir. İşin həcmi 85 səhifədir.

I FƏSİL. MÜASİR DÖVRDƏ İQTİSADİYYATIN SAHİBKARLIQ SEKTORUNUN FƏALİYYƏTİNİN STİMULLAŞDIRILMASININ NƏZƏRİ ASPEKTLƏRİ

1.1 Sahibkarlıq fəaliyyəti milli iqtisadiyyatın inkişafının strateji resusu kimi

Sahibkarlıq fəaliyyəti bu halda sahibkarlıq göstərilməsinə yönəlmişdir - onları xüsusi istehlakçılara çatdırmaq: ev təsərrüfatlarına, digər sahibkarlara, dövlətə, hansıki, əsasən ümumi iqtisadi funksiyanı müəyyənləşdirir. Üstəlik, sahibkarlıq fəaliyyəti öz subyektləri tərəfindən hüquqi, sosial və iqtisadi sahələrin, yəni biznes mühitində (ətraf mühit) vahid bütövlüyü çərçivəsində, bazar iqtisadiyyatının bütün iqtisadi qanunlarının (təchizat və tələbat, rəqabət, dəyər və s.) təsiri altında həyata keçirilir. Buna görə sahibkarlıq sahəsində işgüzar əlaqələrin öyrənilməsinin əsasını bu sahədə fəaliyyət göstərən müəssisələrin xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirmək və təhlil etməklə başlamaq lazım gəlir.

Sahibkarlıq sahəsinin subyektləri sahibkarlıq sahəsində biznes fəaliyyətinin həyata keçirilməsində və tənzimlənməsində hüquq və öhdəliklərin sahibləridirlər. Aşağıdakı sxemdə sahibkarlıq subyektlərinin bütün sistemi təşkilati-hüquqi forma və mövqeyinə uyğun olaraq təqdim edilmişdir. (Asoni, A. and T. Sanandaji, 2009, s.145)

Birincisi, sahibkarlıq sahəsinin əsas mövzusu sahibkarlıq fəaliyyətinin subyektləridir, yəni, belə fəaliyyətlərlə birbaşa məşğul olan vətəndaşlar və təşkilatlar, onların əsas vəzifəsi. Bunlara fərdi sahibkarlar (vətəndaş-sahibkarlar) və kollektiv sahibkarlar (kommersiya təşkilatları) daxildir.

İkincisi, sahibkarlıq sektorunun işgüzar sahədə də əsas vəzifəsi qeyri-iqtisadi, qeyri-kommersiya fəaliyyətini həyata keçirməkdir. Onların fəaliyyətinin məqsədi sosial, xeyriyyə, mədəni, təhsil və digər sosial xeyri olan ehtiyaqlara cavab verməkdir.

Sahibkarların istehlakçı-vətəndaşlarla ictimai münasibətləri bir sıra fərqli xüsusiyyətlərə malikdir.

Birincisi, bu, sahibkarlıq sahəsində fəaliyyət göstərən iş adamlarının əksəriyyəti üçün, istehlakçı vətəndaşların iştirakı ilə müqavilələrin olması ictimai əhəmiyyəti var.

Lakin qeyd etmək lazımdır ki, xidmətlərin alqı-satqısında alıcının riski daha yüksəkdir, çünki sahibkarlıq onu təmin edənə qədər mövcud deyil, və nəticə icraçının fəaliyyətindən, fərdi xüsusiyyətlərindən, təcrübəsindən, peşəkarlığından ayrılmazdır və əvvəlcədən tam dəqiqliklə müəyyənləşdirilə bilməz. Onun yekun qiymətləndirilməsi yalnız xidmətdən sonra mümkündür.

Digər tərəfdən, mülki qanunvericiliyə əsasən, sahibkarlıq göstərilmədə öhdəçilik olaraq xidmətin özü çıxış edir, onun nəticəsi isə müqavilədən kənar qalır. Əgər istehlakçı hüquqşünasa bu və ya digər sahədə ona məsləhət verməsi üçün müraciət edirsə, qanun yalnız xidmətin özü - sözlü məsləhəti təmin edir.

Onun faydası, məqsədə uyğunluğu və nəhayət, reallığa uyğunluğu, yəni istehlakçı üçün lazım olan nəticə alınması dövlət tərəfindən qorunmur. Beləliklə, xidmətin xüsusi bir məhsul kimi olmasına görə nəticə əldə edilməməsi riski xidməti əldə edənə aiddir.

İş yerinin bütün subyektlərinin qeyd olunan qruplara bölünən zaman, xüsusən vurğulamaq lazımdır ki, bu bölünmə mütləq deyil. Bəzi hallarda sahibkarlıq fəaliyyətinin aparılması və tənzimlənməsi funksiyaları birləşdirilə bilər, əsasən sahibkarlıq fəaliyyətini həyata keçirən təşkilatlar bəzən bu cür fəaliyyətlərin tənzimlənmə funksiyalarını həyata keçirə bilər və əksinə.

Beləliklə, subyektlər müəyyən bir ərazidə sahibkarlıq fəaliyyətini tənzimləyir, eyni zamanda mülkiyyət sahibi kimi (məsələn, muzey) ola bilərlər, onlar bu məqsədlə birbaşa sahibkarlıq fəaliyyətlərini həyata keçirə bilər (bilet satışı həyata keçirə bilərlər) və əmlaklarını idarə edə bilərlər. Digər tərəfdən, sahibkarlıq fəaliyyətinin subyekt olan bir müəssisə törəmə müəssisələrə malik ola bilər və onların fəaliyyətlərini tənzimləyən müəssisə kimi fəaliyyət göstərə bilərlər. Və

aydındır ki, bir vətəndaş eyni zamanda sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul ola bilər, həmçinin şəxsi məqsədləri üçün məhsul əldə edərək istehlakçı kimi də çıxış edə bilər.

İstənilən sahədə, eyni zamanda sahibkarlıq sferasında firmaların sahibkarlıq fəaliyyəti müəyyən risklərlə müşayiət olunur. Q.N.Manafovun haqlı olaraq qeyd etdiyi kimi sahibkarlıq fəaliyyətində riskləri sığortalana bilənlərə və sığortalana bilməyənlərə bölmək lazımdır. Bu zaman əsas diqqət sığortalana bilməyən risklərə verilir. Onların sırasına aşağıdakılar aiddir:

- ✓ Bazarda rəqabət fəaliyyətində meydana çıxan risklər;
- ✓ Kommersiya fəaliyyəti ilə bağlı risklər;
- ✓ Resursların qeyri-rasional bölgüsü üzündən ortaya çıxan risklər;
- ✓ Kapital passivləri ilə bağlı maliyyə risklər;
- ✓ Qiymətlərin səviyyəsinin dəyişməsi ilə əlaqədar risklər; .(Məmmədov Ə.C., 2014 s.5)

Q.N.Manafovun “Sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşması və inkişafının elmi-praktiki problemləri” adlı tədqiqat işində eyni zamanda problemin tədqiqi baxımdan dəyərli mənbələrdəndir

Sahibkarlıq sahəsindəki sahibkarlığın xüsusiyyətlərini açıqlayarkən qeyd etmək lazımdır ki, sahibkarlıq sahəsində kiçik sahibkarlıq sahibkarlıq fəaliyyəti subyektləri arasında xüsusən üstünlük təşkil edir.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin forması kimi kiçik biznesin xüsusiyyətləri araşdırmanın müstəqil obyektlərindən biridir. Onların əksəriyyəti artıq xarici və yerli alimlər tərəfindən hazırlanmışdır. Bu tədqiqatın müəllifinin bu məsələni öyrənməsinə birbaşa olan tövhəsi bu xüsusiyyətlərin müəyyən edilməsi və sistemləşdirilməsi, eləcə də tətbiq sahəsinin - sahibkarlıq sektorunun - kiçik biznes fenomeninə ekstrapolyasiyasıdır.

Birincisi bu, mülkiyyət hüququ və birbaşa idarə etmə hüququdur. Yəqin ki, böyük sahibkarlıq subyektinin az qala ən əsas problemi mülkiyyətçilərin və menecerlərin mövcud maliyyə maraqları arasındakı ziddiyyətdir. Birincilər,

müəssisənin gəlirini maksimum dərəcədə artırmaq, ikincilər isəgəlinin böyük hissəsini istehsalın inkişafına yönəltmək istəyir. Gəlirin əsas hissəsinin mülkiyyətçilər tərəfindən çıxarılması təbii olaraq müəssisənin istehsal, texniki və sosial inkişaf imkanlarının azalmasına gətirib çıxarır. Daxili iqtisadiyyatın bir çox xammal sahəsi xüsusi nümunə kimi çıxış edir. Əsaslı, həmçinin valyuta gəlirinin əldə olunmasına baxmayaraq, onların əsas fondları son on il ərzində demək olaraq ki, yenilənməmişdir. Kiçik bir müəssisə üçün, xüsusilə ailə işi üçün bu cür problem mövcud deyil. Bir mülkiyyətçinin və menecerinin əmlak maraqları eyni insan olduğu zaman, tamamilə üst-üstə düşür və xarici təcrübələr göstərir ki, biznes ehtiyacları ümumiyyətlə ön plana çıxır.

İkincisi, menecerin (mülkiyyətçinin) əsas rolu kiçik müəssisənin idarə olunmasına təsir göstərir. Əvvəlki xüsusiyyətlərdən fərqli olaraq, o, həm müsbət, həm də mənfi nəticələrə səbəb ola bilər. Beləliklə, kiçik sahibkarlıq sahəsində sahibkar-menecerin yüksək səlahiyyətləri aşağı inzibati instansiyaların kifayət qədər ixtisaslanmaması ilə zəifləməyəcəkdir. Ancaq, əks halda mülkiyyətinin qeyri-peşəkar qərarlarının həyata keçirilməsi nəticəsində maksimal itkilərin böyük riski var. Böyük biznesdə bunun mütəxəssislərin və mütəxəssislərin icraçı idarəsi kimi mövcud olması ilə qarşısını almaq mümkündür.

2. Əmək münasibətlərinin xüsusiyyətləri baxımından aşağıdakılar ön plana çıxır.

Birincisi, işəgötürmənin hüquqi tərtibatının spesifikliyi. Böyük biznesdə, xüsusilə dövlət sektorunda, belə bir problem yoxdur. İşəgötürmə kollektiv və fərdi əmək müqaviləsi vasitəsilə həyata keçirilir. Bu, işçiyə avtomatik olaraq ictimai zəmanətin hüquqi paketi təqdim edir. Gələcəkdə müvafiq hüquqların pozulması məhkəmədə dayandırıla bilər.

İkincisi, mülkiyyətçi və işçi arasındakı əlaqənin daha çox "şəxsi" xarakteridir. Bu xüsusiyyət, əvvəlki vəziyyətdə olduğu kimi, kiçik sahibkarlığın kadr idarə edilməsinin təşkilinin də təsirini artırır. Böyük sahibkarlıqlarda və dövlət müəssisələrində nəzərə alınmaqla daxili şirkət rəhbərliyinin istiqaməti tamamilə

rəsmi - əmək qanunvericiliyi, fərdi müqavilələr və daxili qaydalara əsaslanır. Kiçik sahibkarlığın mülkiyyətçi – meneceri dəqiq qərarlar qəbul etdikdə, həmçinin, tabeliliyində olan şəxslə arasındakı münəsbətlərə əsaslanır.

3). Seçilən bazarda kiçik müəssisənin işini təşkil etmək mövqeyindən yola çıxaraq başqa xüsusiyyətləri vurğulamaq lazımdır.

Birincisi, ərazi segmentasiyası və yerli xarakterdir. Onun təbiətini (məsələn, saxlanılma və nəql edilmənin mümkünsüzlüyü), tələbatını, təqdimat formalarını və sahibkarlığın funksional aparılmasının şəraitlərini müəyyən edən spesifik xidmətlər baxımından bu sahədə müəyyən bazarın əhatə etdiyi ərazinin xüsusiyyətlərindən asılıdır. Nəticədə, ərazi (coğrafi) meyar sahibkarlıq bazarında müəssisələrin fəaliyyətinin əsasən yerli xarakterini müəyyənləşdirir və bu, öz növbəsində, ərazi vahidləri çərçivəsində yerləşdirilir. Qeyd etmək lazımdır ki, bu formasiyaların miqyası müxtəlif ola bilər və bir qayda olaraq, iqtisadi, inzibati, təbii-coğrafi və digər sərhədlərlə bağlıdır.

İkincisi, resurs və satışların kiçik bazarlarının nisbətən üstünlük təşkil etməsi. Bu xüsusiyyət sahibkarlığın konyunkturaya fəal təsir göstərə bilməsini təyin edir, məsələn, qiymətləri diktə etməyi. Bazarın digər iştirakçıları mövqesindən nəzər yetirilən formanın sahibkarlıq fəaliyyətinin potensial monopolistlər kimi olan korporativ strukturlarının sərfəli fərqi. Ancaq, kiçik sahibkarlıq üçün burada əlverişsiz nəticələr ola bilər. Digər tərəfdən məhz bu xüsusiyyət onu daha elastik, bazar konyukturasının dəyişikliklərinə daha uyğunlaşmış edir. Kiçik sahibkarlığın rəhbəri yeni təchizatçıya və yaxud istehlakçı qrupuna daha asan və daha tez istiqamətlənir. Məsələn, gəncləri cəlb etmək üçün kiçik bir kafenin daxili dizaynını və sahibkarlıq stilini dəyişmək, bir elitər restoranı daha böyük müştəri kütləsinə yönləndirməkdən daha ucuzdur.

A.V Brevnov və V. V. Matveev kimi marketoloqlar və mütəxəssislər, bu rəqabətin üstünlüyünə uzun müddət öncə diqqət yetiriblər.

Üçüncüsü, resursların məhdudluğu, xarici maliyyələşdirməyə məhdudiyət. Kiçik müəssisələrin, xüsusilə də ümumi sahibkarlıq sahəsindəki əvvəlcədən nəzərə

alınmış nöqsanların birləşməsi ilə müəyyənləşdirilmiş bir sıra obyektiv səbəblərə görə, bu sektorda biznesin təbiətinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərən bir sıra şərtlər mövcuddur:

- ilk mərhələdə maliyyələşdirmənin məhdudluğu. Yəni əsasən, kiçik sahibkarlıqlar öz qohumlarının yaxınlarının və dostlarının yığdıqları pullar ilə qurulur. Çox zaman yeni sahibkarların kreditlərinin həqiqi təminatı onların və ailələrinin yaşadıkları daşınılmaz əmlakdır;

- əsasən fəaliyyətin ilkin mərhələsində kiçik sahibkarların krediti ödəməmə riskinin yüksəkliyi. Xarici statistika göstərir ki, kiçik sahibkarların 50% qədəri öz fəaliyyətinin birinci il dayandırır;

- layihənin hazırlanmasının aşağı səviyyədə olması, sahibkarlığın konsepsiyasının inkişafına biznesin planlaşdırılmasına kifayət qədər diqqət yetirilməməsi;

- kredit təminatında girov kimi istifadə edilə bilən kifayət miqdarda şəxsi vəsaitlərinin olmaması.

Dördüncüsü, kiçik sahibkarlığa menecer ilə müştəri arasındakı münasibətlərin şəxsləndirilməsi məxsusdur. Bunu fəal marketinqin aləti kimi nəzərdən keçirmək lazımdır. Kiçik müəssisənin, xüsusən istehlakçının, bir qayda olaraq, istehsal prosesində iştirak etdiyi, sahibkarlıq sahəsində fərqli və əlverişli üstünlüyü, müştəriyə xidmətə fərdi yanaşma kimi baxılmasıdır.

Belə ki, ticarət və məişət xidməti sahəsinin müəssisələri üçün daimi müştəriyə istiqamətlənmə xarakterikdir. Yaşayış evlərinin tikintisi üzrə ixtisaslaşan kiçik firmalar çox zaman fərdi lahiyələr üzrə işləyirlər. Hətta sənayedə belə firmaların, podratçıları ilə danışıqlarda kiçik müəssisələri, həmişə ticarət aparatının direktorunun maddəli meneceri deyil, şəxsen sahibinin özü təmsil edir.

1.2. Kiçik və orta sahibkarlıq və onun inkişaf meylləri

Sənaye və elmi –texniki sahədə işləyən kiçik müəssisələr üçün daha bir xüsusiyyət xarakterikdir – özünün təsərrüfat fəaliyyətini konkret iri kompaniyalarla “bağlamaq”. Korporativ strukturlar da, həmçinin öz aralarında strateji partnyorluq münasibətlərinə daxil olurlar, öz fəaliyyətlərinin bəzi aspektlərini inteqrasiya edirlər, “təsir dairəsinin” bölüşdürülməsi haqqında razılığa gəlirlər. Lakin kiçik sahibkarlıqda bu kimi inteqrasiya xüsusi xarakter daşıyır, çox zaman aşağıdakı formalarda özünü göstərir:

- Francayzinq, yəni bir iri korporasiya ətrafında, bu korporasiyanın əmtəə nişanı ilə istehsal (sahibkarlıq göstərmək) hüququna malik, kiçik firmalar şəbəkəsinin yaradılması.

- İri korporasiyalar üçün kompleksləşdirici məhsullar (yarımfabrikatlar və s.) istehsal edən kiçik müəssisələrdə çox illik partnyorluq münasibətlərinin nəzərdə tutulması.

- Vencur maliyyələşdirmə, iri kompaniyaların konkret innovasiya layihələrinin reallaşdırılması üçün kiçik müəssisələrin yaradılmasını nəzərdə tutur.

- Lizing, iri və ixtisaslaşdırılmış kompaniyaların müəyyən əmlakın (istehsal fondlarının, nəqliyyat vasitələrinin və s.) sonradan girovdan çıxartmaq və ya çıxarmamaq hüququ ilə, kiçik sahibkarlıq subyektlərinə icariyə verilməsi formasında həyata keçirir.

İri biznes üçün kiçik sahibkarlıqla yuxarıda göstərilən qarşılıqlı təsir istiqamətləri nəzəri cəhətdən sərfəlidir. Lakin müəyyən səbəblərin təsirindən, onlar xüsusi olaraq dövlət tərəfindən tənzimlənməli və stimullaşdırılmalıdır.

4) Sahibkarlıq fəaliyyətinin nəzərdən keçirilən formasına, biznesin təşkilinə maliyyə nöqtəyi –nəzərindən yanaşdıqda aşağıdakıları qeyd etmək olar.

Digər təsərrüfat subyektləri üçün ənənəvi olmayan daimi maliyyə mənbəyindən sahibkarın şəxsi maliyyə ehtiyatlarından istifadə olunması. Bu xüsusiyyət çox zaman, ailəvi firmalara və ya “ xüsusi kiçik” müəssisələrə məxsusdur. Burada nəzərdən keçirilən tip kiçik müəssisələr üçün “ şəxsi” və

“sahibkarlıq” maliyyə sahələrinin müəyyən kəsişməsi obyektiv zəruriyyətdir. Sahibkarların fəaliyyətində “ hüquqi şəxsi yaratmadan” yuxarıda göstərilən sahələri ayırmaq sadəcə mümkün deyil.

Lakin digər hallarda da kiçik müəssisələrin sahibləri mütəmadi olaraq xüsusi rəsmiləşdirmə(həmçinin, qaytarılma zəmanəti) olmadan biznesə şəxsi vasitələrini qoymağa, firmanın balansında olmayan əmlakdan (şəxsi mənzillər, avtomobillər və s.) istifadə etməyə məcbur olurlar. Bu xüsusiyyət burada nəzərdən keçirilən müəssisələr vergi qoyulmasının xüsusi qaydasını müəyyən etmişdir.

II. Nəzərdən keçirilən ümumi iqtisadi funksiyadan başqa, sahibkarlığın mühüm funksiyası vəsait mənbəyidir. Sahibkarlığın inkişafı yenidən hasil edilən, həmçinin məhdud vəsaitlərdən effektiv istifadə olunmasını nəzərdə tutur. Bu halda vəsaitlər dedikdə istehsalat xidmətlərinin maddi və qeyri- maddi faktorları düşünülür.

Göstərilən sahibkarlıq funksiyasının sahibkarlıq sahəsində özünü göstərən xüsusiyyətləri içərisindən aşağıdakıları göstərmək olar.

Birincisi, maddi istehsalatla müqayisədə sahibkarlıq sahəsi xammaldan və əsas materiallardan asılıdır. Yalnız, işləməsi üçün iri istehsalat fondları – rabitə, mənzil –kommunal təsərrüfat , turizm və sanitariya –kurort müalicəsi üçün zəruri olan, onun ayrı –ayrı sahələri, təbiətdən geniş istifadə olunmasına istiqamətlənmişdir.

İkincisi, mütəxəssislərin qeyd etdiyi ki, bir çox ölkələrdə aparılan tədqiqatlar göstərir ki, sahibkarlıq sahəsində əmək məhsuldarlığının aşağı düşməsi tendensiyası mövcud deyil. Müəyyən edilmişdir ki, bir çox sahibkarlıq növləri elmi-texniki tərəqqiyə eyni dərəcədə həssas deyildir. Məsələn, ofisiyanın, bərbərin, massajistin xidməti bu növlərə aiddir və dəyişilməz qalır.

Üçüncüsü, istehsalçının və istehlakçının birbaşa şəxsi əlaqəsini müəyyən edən xidmətlərin xüsusi xarakteri, insanların əmək ehtiyatlarının əsas tərkib hissəsini müəyyənləşdirir. Müxtəlif növ sahibkarlıq sahələrində işçilərin yüksək təhsil və peşə, ixtisas səviyyəsi əməkiyin yaradıcı, intellektual məzmunu ilə

müəyyənləşdirilir. Buna görə də, işləyənlərin ümumi sayının beşdən biri ali və orta ixtisas təhsilli mütəxəssis olduğu halda, sahibkarlıq sahələrində bu ümumi işləyən personalın üçdən ikisini təşkil edir.

Dördüncüsü, sahibkarlıq sahəsinin xüsusi ehtiyat potensialına istehlakçıların özləri aiddir. Sahibkarlıq sahəsinin əvvəllər müəyyən edilmiş xüsusiyyətlərindən biri xidmətin istehsalı və istehlakçı prosesinin bağlı olmasıdır ki, bu da sahibkarlıq sektorundakı sahibkarlıq fəaliyyətinin təşkili prosesinə təsir edir. Yəni, istehlakçı çox zaman xidmətin istehsalı prosesinin birbaşa iştirakçısı kimi çıxış edir. Məsələn, tibbi sahibkarlıq alarkın o, : lazımı məlumatı verməli, problemini ifadə etməli, bir çox hallarda mütəxəssislərlə birlikdə mümkün həlli yollarını müzakirə etməli, nəhayət şəxsən onun tətbiqini təmin etməli və nəticəni almalıdır.

Bundan başqa keyfiyyətli xidməti təmin etmək üçün, sahibkarlıq təşkilatının ehtiyat potensialının idarə edilməsi, sahibkarlıq müəssisəsinin əlavə mənbəyi kimi, istehlakçıların özlərindən istifadə edilməsini nəzərdə tutur, özünə xidməti təmin edir.

Beşincisi, sahibkarlıq sahəsinin ehtiyat funksiyasının fərqli xüsusiyyəti sahibkarlıq kapitalının dövriyyəsinin sürətli olması istehsalat dövrünün daha qısa olmasının, xidmətə tələbatın daha dinamik xarakterinin, sahibkarlıq bazarının çevikliyinin yüksək olmasının nəticəsidir və bu sahədəki sahibkarlıq fəaliyyətinin əsas üstünlüyüdür.

III. Təsərrüfatçılığın müasir tipi kimi, sahibkarlıq, həmçinin, innovasiya, yaradıcı – axtarış funksiyasına malikdir. Bu yalnız sahibkarlıq fəaliyyəti prosesində yeni ideyalardan istifadə olunması ilə deyil, həmçinin qarşıya qoyulan məqsədlərə nail olmaq üçün yeni vasitə və faktorların işlənilib hazırlanması ilə əlaqədardır.

1) Beynəlxal Millətlər Təşkilatının məlumatlarına əsasən, dünya iqtisadiyyatının strukturunda sahibkarlıq sahibkarlığının əhəmiyyəti artır. Xarici tədqiqatçılar gələcək cəmiyyəti sahibkarlıq və ya sahibkarlıq iqtisadiyyatı

adlandırılır. Qeyd edildiyi kimi, inkişaf etmiş ölkələrdə sahibkarlıq cəmiyyətinə keçmə prosesi artıq başlamışdır.

Bu o, deməkdir ki, sənaye inqilabi dövründə olduğu kimi, yeni idarəetmə və təşkilati həllər tələb olunur. Cəmiyyəti “ xidmət” rəqabəti sahibkarlıq sahəsindəki rəqabəti bürüyür, bu da sahibkarlığın yeni idarəetmə və təşkilati məntiqinə zərurəti tələb edir.

2). Xarakterinə görə sahibkarlıq müəssisələri yüksək riskli kimi təsnif edilir. Bu, xidmətin xarakterindən, onun qeyri-maddi xarakterindən, istehsal prosesindən ayrılmazlığından, saxlanmanın mümkünsüzlüyündən asılıdır. Bu baxımdan, sahibkarlıq sektorunda biznes fəaliyyətinin riskini azaldacaq əsas təşkilati və iqtisadi tədbirlərdən biri, sahibkarlıq xüsusiyyətlərinin mənfi təsirini azaltmaq üçün xüsusi tədbirləri nəzərdə tutan, sahibkarlıq marketinqidir.

3). Sahibkarlıq sektorunda biznes fəaliyyəti üçün marketinq yalnız mütəxəssislərin ayrı funksiyası olaraq qala bilməz. O, genişlənməyə meyillidir: müştəriyə sahibkarlıq edən işçidən şirkətin üst rəhbərliyinə qədər. Buna görə, müəssisə sahibkarlıq bazarında fəaliyyət göstərdiyi zaman, yalnız marketinq vasitələri deyil, həm də marketinqin şirkətin bütün idarəetmə sistemini bazara, bütün bazar subyektlərinin qarşılıqlı təsirinə yönəldir. Bu vəziyyətdə ənənəvi marketing qarışığı məhduddur, çünki həyat dövrünün müxtəlif mərhələlərində istehlakçı ilə əlaqədə bütün resursları, fəaliyyəti və prosesləri əhatə etmir. Marketinq öz funksiyalarını genişləndirir, yəni tədqiqat, satış təşviqi və paylama xidmətləri funksiyaları ilə yanaşı, alıcı ilə qarşılıqlı əlaqə funksiyası da var.

Məhsul alıcı bazar və rəqiblər haqqında əsas məlumat mənbəyidir. Bu şəkildə əldə edilən məlumatlar vasitəsilə bazarda fəaliyyət göstərən bir müəssisə, rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün əlavə imkanlar əldə edir. Bu prosesə sahibkarlıq sektoru üçün xüsusi əhəmiyyət verən və ən geniş yayılmış bençmarkinq adı verilir.

Bençmarkinq çərçivəsində sahibkarlıq funksiyaları məhsul və xidməti yaradan və onu bazarda yeridən proseslər kimi təhlil olunur. Bençmarkinq sisteminin tətbiqi özündə daimi olaraq sahə, sahələrarası, milli və beynəlxalq

səviyyədə tərəfdaş və rəqiblərin ən yaxşı təcrübələrinə əsaslanan , strateji, əməliyyat və idarəetmə funksiyalarının hazırlanma prosesini birləşdirir .Bir çox mütəxəssis bençmarkinqin sahibkarlıq fəaliyyətinin digər sahələri və ya rəqib şirkətlərin zəif tərəflərinin aşkar edilməsindən sonra yaradılmış idarəetmə üsullarının qəbul olunmasının demək olduğu fikrindədi.

4). Kompleks və ya xidmətlər paketi təmin etmək üçün tək sahibkarlıq təmin texnologiyasından keçid. Xidmətlərin özündə qablaşdırma sənayeləşmə sahəsinə, sahibkarlıq sektorunda müxtəlif biznes strukturları arasında aktiv rəqabətə nisbətən daha sərtidir. Bununla yanaşı, malların satıcısı (əlavə xidmətlərlə əlavə olunan) və xidmətlərin satıcısı arasında rəqabət də vacibdir.

IV) Əvvəlki analizin də göstərildiyi kimi, sahibkarlıq xüsusilə sahibkarlıq sahəsində aşkar rolu olan ictimai funksiya əldə edir.

1). Sahibkarlıq sahəsinin məhsuldarlıqda maddi istehsalatdan geri qalması bu sahəyə maddi istehsalatdan azad olunan əmək resurslarının absorbsiya(sorulma) funksiyasını verir(126, 44-cü səhifələr). Sahibkarlıq sahəsində yaradılmış iş yerlərinin sayı sənaye sahəsindən daha sürətli böyüyür. Böhran dövründə, sahibkarlıq sektoru əmək bazarına olan təsirini dəyərsizləşdirən mühüm sosial funksiyanı yerinə yetirir. Sahibkarlıq sektorunun iqtisadi böhrana davamlı olması məşğulluq rejiminin və işçilərin yüksək hərəkətliliyi, müəssisələrin şəbəkəsinin diversifikasiyası və xidmətlərin təşkili ilə təmin olunur.

2)Əlavə iş yerlərinin yaradılması. Bir tərəfdən, iş yerləri dövlət və qeyri-kommersiya təşkilatları tərəfindən, əvvəllər də təsis edildiyi kimi, sahibkarlıq sektorunda geniş şəkildə təmsil olunurlar. Bununla yanaşı, bir çox tədqiqatçının nəzər yetirdiyi digər faktorlar da var. Tətqiq olunan sahədə kiçik sahibkarlığın öyrənilmə sahəsindəki əsas biznes subyekti kimi, şübhəsiz üstünlüyü, iş yerlərinin yaradılmasının kiçik xərclərlə başa gəlməsidir. Onlardan bəzilərinə görə fərq on dəfədən az deyil.

3). Əhalinin sosial cəhətdən zəif olan təbəqələrinə məşğulluq imkanlarını təmin etmək. Demək olar ki, digər sahibkarların işə götürmədiyi əlavə əmək

resursları burada prosesə cəlb olunurlar. Bunlara daşıyıcılar kimi əmək potensialı obyektiv faktorlar ilə məhdud olan vətəndaşlar daxildir. Bunlar təqaüdçülər, yetkinlik yaşına çatmayanlar, əlil insanlar, çoxsaylı anaları və s. aiddirlər.

4). Öz imkanlarını həyata keçirmək və yeni sosial təbəqənin formalaşması. Sahibkarlıq sektorunda şəxsi biznesin başlanması üçün, bir qayda olaraq, istehsal sektoruna nisbətən kiçik ölçülü başlanğıc kapital tələbolunur, bu da əhalinin geniş seqmentləri üçün biznes imkanlarını genişləndirir. Hər bir bacarıqlı fərd özünün fərqi qabiliyyətlərini və bacarıqlarını göstərmək üçün ən böyük gəlirlə biznes sahibi ola bilər. Bu funksiya insanların təşəbbüskar, müstəqil iqtisadi fəaliyyətə meyilli olan, ətraf mühitin müqavimətini aradan qaldırmağa və hədəfə çatmağa qadir olan insanların yeni bir təbəqəsinin formalaşmasında tədricən özünü göstərir.

5) Məhs sosial təbəqənin hasil olunması. Bir sıra müəlliflər qeyd edirlər ki, sahibkarlıq sektorunda əsas istehsal aktivlərinin əks etdirilməsindən fərqli olaraq, bu proses əsasən sosial yönümlüdür və iqtisadi cəhətdən sahibkarlıq sektorunda əsas istehsal aktivləri uzunmüddətli istifadənin istehlakçı faydaları olduğundan, insanların rifahının və inkişafının keyfiyyətini yüksəldilməsi üçün maddi şərait yaradır

V) Sahibkarlığın ən vacib funksiyası təşəbbüskarların öz bizneslərini təşviq etmək, onu diversifikasiya etmək, ən gəlirli və perspektivli bazar sahələrini müəyyənləşdirmək, sahibkarlıqda şirkətdaxili fəaliyyətinin təşkili, sahibkarlıq fəaliyyətinin təşkili, kompleks sahibkarlıq strukturlarının yaradılması və s.

Təşkilat funksiyası kiçik biznesin sürətlə inkişafında xüsusilə açıq şəkildə nümayiş etdirilir, buna görə də bu funksiyanın sahibkarlıq sektorunda xüsusiyyətləri kiçik biznesin xüsusiyyətləri kontekstində ətraflı müzakirə olunmuşdur.

Ümumiyyətlə, sahibkarlıq fenomeninin bütün funksional təhlili göstərir ki, sahibkarlıq sektorunda iqtisadi əlaqələrin xarakteri, xidmətlərin iqtisadi sahibkarlıq sektorunda bir növ sosial-iqtisadi obyekt kimi baxmağa imkan verən, xidmətə olan tələbatın maksimum səviyyəyə çatdırılması üçün sahibkarlığın xüsusi bir

yanaşmasını müəyyənləşdirir, bu da əlbəttə ki, xidmətin biznesini müstəqil müstəqil iqtisadi sistem hesab etməyinizə imkan verən sahibkarlığın mahiyyətini və xüsusiyyətlərini dəyişdi. Sahibkarlığın öyrənilməsi metodik əsasları onun inkişaf etdiyi mühitin xüsusiyyətlərini nəzərə almalı və sahibkarlıq potensialının inkişafı və istifadəsi üçün ən yaxşı imkanları təmin edən tövsiyələr verməlidir. Beləliklə, sahibkarlığın uğurlu inkişafı üçün nəzərdə tutulan daxili məsələlərdən başqa, işgüzar imkanların formalaşması və saxlanması, yəni xarici biznes mühitinin təsiri altında bir sıra xarici amillər və şərtlər nəzərə alınmalıdır.

Biznes mühiti ölkə daxilində əlverişli sosial-iqtisadi, siyasi, mülki və hüquqi vəziyyət kimi başa düşülməlidir, bu da bacarıqlı vətəndaşlara bütün bazar iqtisadiyyatının ehtiyaclarını ödəmək məqsədilə biznes fəaliyyəti ilə məşğul olmaq imkanı verir.

1.3. Vergi siyasətinin kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına təsiri

Kiçik və orta sahibkarlığın inkişafında vergi siyasətinin rolunun tədqiq olunması əvvəlcə mövcud vəziyyətin təhlil edilməsini, beynəlxalq aləmdə bu sahədə gedən proseslərin qısa, orta və strateji xarakter daşıyan uzun müddətli məqsədlər baxımından araşdırılmasını tələb edir. Kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı ancaq vergi siyasətindən deyil, həmçinin investisiya siyasətindən, sahibkarlığın dövlət tərəfindən dəstəklənməsi səviyyəsindən, rəqabətqabiliyyətli mühitin formalaşması səviyyəsindən və başqa amillərdən asılıdır. Vergi siyasəti baxımından kiçik və orta sahibkarlığın inkişafında əsas məqsədlərə nail olmaq üçün strateji hədəflər müəyyən edilir və görülən tədbirlər onlara nail olması üçün həyata keçirilir. Vergi siyasəti sahibkarlıq subyektlərinin qeydiyyatından başlamış, onun gələcək inkişafının təmin olunmasında xüsusi rol oynayır. Vergi siyasətinin obyekt baxımından kiçik və orta biznes öz xüsusiyyətləri etibarlı ilə iri sahibkarlıq subyektlərindən fərqlidir.

Vergi siyasətinin stimullaşdırıcı funksiyalarının gücləndirilməsi üçün kiçik və orta sahibkarlıq sahəsində mövcud vəziyyət və onun inkişaf meylləri adekvat

şəkildə təhlil olunmalı və onun nəticəsində uyğun təkliflər verilməlidir. Bu isə öz növbəsində müxtəlif xarakterli, statistik məlumatların əldə edilməsini, beynəlxalq təcrübədən keçmiş üsulların tədqiq edilməsini tələb edir. Dünya iqtisadiyyatında Sahibkarlığın tərəqqisini stimullaşdıran vergi siyasətinin formalaşdırılması üçün bir çox nüfuzlu beynəlxalq təşkilatlar Beynəlxalq Valyuta Fondu (BVF), İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı (OECD), Dünya Bankı (DB) tərəfindən müxtəlif tədqiqatlar aparılmışdır . Bu tədqiqatların nəticələri vergi siyasətinin kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına təsirinin bir sıra ümumi problemlərini təyin etməyə imkan verir. Başqa sahələrdəki kimi, vergi siyasəti vasitəsi ilə Sahibkarlığın tərəqqisinin stimullaşdırılması və müvafiq tədbirlərin həyata keçirilməsi risk ilə əlaqədar olduğundan həmin risklərin qiymətləndirilməsi və həyata keçirilən siyasətin yenidən korreksiya edilməsi zərurəti yaranır. Beynəlxalq təcrübədə PEST (bu təhlil metodundan əsasən müəssisənin bazar mövqeyi, onun potensialı və fəaliyyətinin istiqamətləri öyrənilərkən, eyni zamanda marketing plan hazırlanarkən marketing ətraf mühiti amillərinin təhlil olunması, onlarda olan dəyişikliklərin üzə çıxarılması) və SWOT (bu təhlil nəticəsində marketing fəaliyyətinin müasir vəziyyəti, onun ətraf mühitində olan dəyişikliklər qiymətləndirilir və ətraf mühit amillərinin dəyişməsi meylləri müəyyənləşdirilir, o cümlədən ətraf mühitin yaratdığı imkan və təhlükələr, müəssisənin güclü və zəif tərəfləri üzə çıxarılır) təhlili üsullarından istifadə edilir. SWOT təhlil zamanı vergi siyasətinin güclü və zəif tərəfləri, imkanları və təhlükələri müəyyən edilir.

Güclü tərəflər.

- Kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı üçün əlverişli iqtisadi institusional mühitin mövcud olması;
- Kiçik və orta sahibkarlığın inkişafını dövlətin dəstəkləməsi;
- Makroiqtisadi göstəricilərin müsbət dinamikası;
- Kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin qeydiyyatının vahid pəncərə sistemi vasitəsi ilə online rejimində qeydiyyatının aparılması;
- Büdcə gəlirlərinin artması;

- Beynəlxalq təşkilatlar və qeyri-hökumət təşkilatları ilə əməkdaşlığın güclənməsi;

- Qərarvermə zamanı, vətəndaş cəmiyyəti ilə əlaqələrdə şəffaflığın artması;
- İnsan kapitalının güclənməsi, yüksək ixtisaslı peşəkar kadrların yaranması;
- Bürokratik əngəllərin tədricən azaldılması, informasiya texnologiyalarının

tətbiqi;

- Yeni tələblərə cavab vermə istəyi və vergi siyasətinin inkişaf etdirilməsi sahəsində alınan müsbət nəticələr;

- Vergi ödəyicilərinə müxtəlif e-xidmətlərin göstərilməsi;
- Korrupsiyaya qarşı mübarizə tədbirlərinin artması və real nəticələrin əldə

olunması.

Zəif Tərəflər.

- Sahibkarlıq subyektlərinin ölkədə fəaliyyət göstərən müəssisələr arasında çox yüksək paya sahib olsa da, vergi daxilolmalarının çox kiçik olması;

- Kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı ilə mövcud vergi qanunvericilik aktları arasındakı ziddiyyətli məqamlar;

- Orta sahibkarlıq meyarlarının qeyri-müəyyən olması;
- Vergi qanunvericiliyinin dəyişməsi və vergi ödəyicilərinin həmin sistemə

yenidən uyğunlaşması ilə əlaqədar transaksiya xərclərinin artması;

- Vergi güzəştləri və azadolmaları ilə əlaqədar diskriminasiya hallarının yaranması;

- Vergi ödəyiciləri arasında olan pul hesablaşmalarında nağd ödənişlərin yüksək olması;

- Vergi yoxlamalarının aparılması və onlara nəzarət zamanı yaranan problemlər;

- Vergi ödəyiciləri ilə vergi orqanları arasında olan partnyorluq münasibətlərinin vəziyyəti.

İmkanlar:

- İnformasiya texnologiyalarının və xüsusi ilə AVİS (avtomatlaşdırılmış vergi idarəetmə sistemi) sisteminin təkmilləşdirilməsi;
- Kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına güzəştli kreditlərin verilməsi imkanlarının genişləndirilməsi;
- Vergi qanunvericiliyinin vergi ödəyiciləri ilə partnyorluq prinsipi əsasında təkmilləşdirilməsi;
- Vergi ödəmə sisteminin sadələşdirilməsi;
- Kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinə göndərilən səyyar vergi yoxlamalarının məhdudlaşdırılması və elektron auditin tətbiq edilməsi;
- Kiçik və orta sahibkarlıqda vergi potensialının qiymətləndirilməsi və yeni vergi ödəmə mənbələrinin müəyyən edilməsi;
- Vergi orqanlarında kadr potensialının gücləndirilməsi və onların peşəkarlıq səviyyəsinin yüksəlməsi;
- Kiçik və orta sahibkarlıqda vergi mədəniyyətinin yüksəldilməsi , gələcəyin intizamlı vergi ödəyicilərinin formalaşdırılması;
- E-auditin tətbiq sahəsinin böyüməsi;
- Sahibkarlığın inkişafı vasitəsi ilə əhalinin məşğulluğunun yüksəlməsi imkanları.

Təhlükələr.

- Sahibkarlıqda vergidən yayınma hallarının mövcud olması, vergi fırıldaqçılığında mövcud meyllər;
- Sadələşdirilmiş vergi ödəyiciləri arasında vergidən yayınma üzrə ayrı-ayrı sxemlərin tətbiq olunması;
- Kölgə iqtisadiyyatının mövcudluğu və onun təsiri;
- Ölkə iqtisadiyyatının ixrac potensialında neft sektorunun payının çox olması.

PEST təhlilində ölkədə kiçik və orta sahibkarlığın vəziyyəti və vergi siyasətinin özəllikləri nəzərə alınaraq onun həyata keçirilməsinə təsir edən müxtəlif amillər müəyyən edilir.

Siyasi amillər. Bu amillər strateji nöqtəyi-nəzərdən vergi siyasətinin həyata keçirilməsinə təsir göstərə bilər. Ölkəmizin bir çox beynəlxalq təşkilatlara üzv olması və gələcəkdə bu inteqrasiya proseslərinin daha da gücləndirilməsi vergi qanunvericiliyində və vergi siyasətinin başqa istiqamətlərində beynəlxalq təcrübədə istifadə edilən üsulların tətbiqi məsələsinə baxılması zərurətini yaradır. Bu siyasi amillər aşağıdakılardan ibarət ola bilər:

a) Beynəlxalq təcrübədən məlum olur ki, sahibkarlığın inkişafı müxtəlif tipli amillərdən asılı olur. Bu amillərin tərkibinə aşağıdakılar aiddir:

- ölkənin sosial-iqtisadi tərəqqi səviyyəsi və onu xarakterizə edən göstəricilərin dinamikası;

- əhalinin məşğulluğu və onun strukturu;

- əhalinin təhsil səviyyəsi və onun məşğulluğun strukturuna uyğunluğu;

- sahibkarlığın inkişafına dövlət dəstəyi;

- güzəştli şərtlərlə kreditlərin təqdim edilməsi;

- stimullaşdırıcı vergi siyasətinin həyata keçirilməsi və s.

Qeyri – hökumət təşkilatları, media və digər beynəlxalq təşkilatların fəaliyyəti və onların maraqları;

b) Dövlət siyasəti, başqa ölkələrin maraqları, dünyada gedən proseslərin vergi siyasətinə təsiri. Qarşıya qoyulan hədəflərə yiyələnmək üçün bu amillər nəzərə alınmalıdır. O cümlədən, daxili kadr potensialı, maliyyə və texnoloji amillər qiymətləndirilməlidir. Məqsədlər mövcud iqtisadi və sosial vəziyyətlə uyğunlaşmalı və nəzərdə tutulan tədbirlər gələcəkdə həyata keçirilə bilən real tədbirlər olmalıdır. Sahibkarlığın vergiyə cəlb olunması sahəsində mövcud beynəlxalq təcrübənin öyrənilməsi nəticəsində inzibatçılığın və qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsi nöqtəyi-nəzərindən bir sıra beynəlxalq və regional təşkilatlarla

İkitərəfli əlaqələr daha da genişlənməlidir. Beynəlxalq əməkdaşlıq sahəsində əsas istiqamətlər aşağıdakılardır:

- Sahibkarlığın inkişafında vergi siyasəti baxımından səmərəli olan beynəlxalq təcrübənin tətbiqi;
- Vergi Qanunvericiliyinin beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması;
- Elektron sistemlərin səmərəliliyinin artırılması sahəsində əməkdaşlıq;
- İkiqat vergiqoyma ilə bağlı müqavilələr;
- Vergi dərəcələrinin optimal səviyyədə saxlanılması;
- Vergi inzibatçılığının sadələşdirilməsi;
- Hər vergitutma bazası üçün bir verginin tətbiqi;
- Şəffaflıq və məlumat mübadiləsi sahəsində beynəlxalq aləmdə baş verən tendensiyalara qoşulmaq;

- Beynəlxalq çoxtərəfli və ikitərəfli əməkdaşlığın genişləndirilməsi;

İqtisadi amillər. Ölkədəki mövcud fiskal vəziyyət, makroiqtisadi göstəricilərdəki dinamika və həmçinin dünya iqtisadiyyatındakı proseslər, maliyyə böhranı vergi siyasətinə təsir göstərir. Əksər ölkələrdən fərqli olaraq Azərbaycan iqtisadiyyatındakı inkişaf vergi siyasətinin təkmilləşdirilməsinə və onun səmərəliliyinin artırılmasına müsbət təsir göstərir.

Sosial amillər. Sosial amillər vergi siyasətinə dolaylı yolla təsir edir. Vergi ödəyiciləri vergi ödəməklə gələcəkdə öz sosial vəziyyətinin yaxşılaşdırılmasına təsir göstərməsində əmin olmalıdır. Bu əks əlaqə, vergidən yayınma hallarının azaldılmasına kömək göstərir və həmçinin şəffaflığın həyata keçirilməsində və korrupsiyaya qarşı mübarizədə xüsusi rol oynayır. Bu sahədə Azərbaycanda xeyli irəliləyişlər qeydə alınmışdır. Texnoloji amillər və xüsusi ilə informasiya və telekommunikasiya texnologiyaları vergi siyasətinin inkişafında xüsusi rol oynayır. Azərbaycanda vergi siyasəti sahəsində, informasiya texnologiyalarının tətbiqi sahəsində xeyli uğurlar qazanılmış və ən qabaqcıl təcrübəyə yiyələnmişdir.

II FƏSİL. AZƏRBAYCANDA KIÇIK VƏ ORTA SAHIBKARLIĞIN INKIŞAFININ MÜASIR VƏZİYYƏTİNİN TƏHLİLİ

2.1. Kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin formalaşmasının normativ-hüquqi bazasının təhlili

Kiçik və orta sahibkarlıq hər bir ölkənin iqtisadi inkişafında mühüm rola malikdir. Xüsusilə bazar iqtisadiyyatı dövründə, inkişaf etməkdə olan dünya ölkələrinin iqtisadi cəhətdən irəliləməsinin xüsusi bir faktoru cəhətindən KOS və onun inkişafı böyük önəm kəsb edir. Sahibkarlıq fəaliyyətinin perspektivli inkişafı üçün onun dövlət tərəfindən tənzimlənməsi, dəstəklənməsi zəruridir. Respublikamızda bu istiqamətdə müxtəlif tədbirlər görülmüş, sahibkarlıq fəaliyyətinin normal fəaliyyətinin təmin edilməsinə şərait yaradan normativ-hüquqi baza formalaşdırılmışdır. Qanunlar normativ-hüquqi bazanın əsas elementi kimi çıxış edərək, sahibkarlıq fəaliyyətinin bazar iqtisadiyyatının tələbatlarına uyğunlaşdırılmış olaraq fəaliyyət göstərməsinə, habelə, inkişaf etməsinə yönəldilmişdir.

Müstəqillik qazandıqdan sonra “keçid” dövrü yaşayan respublikamız öz statistik göstəricilərinin, indikatorlarının beynəlxalq standartlara yaxınlaşması məqsədilə intensiv tədbirlər, layihələr həyata keçirmiş, müxtəlif planlar hazırlamışdır. Belə layihələr, xüsusilə, sahibkarlıq sahəsi üçün nəzərdə tutulmuş və onun inkişafına yönəldilmişdir. 1993-cü ildən etibarən başlayan bu dövrdə Heydər Əliyevin hakimiyyətə gəlməsilə siyasi sabitliyin bərpası təmin edildi. Siyasi sabitliyin bərpası isə iqtisadi sabitliyin bərqərar olmasına, eləcə də inkişafına şərait yaratdı. Bu isə öz növbəsində, iqtisadi islahatların keçirilməsinə, habelə sahibkarlıq sahəsində tədbirlər görülməsi üçün çox əlverişli şərait yaratdı və beləliklə, bu islahatların nəticəsi 1996-cı ildə özünü göstərdi. 1996-cı ildən etibarən ölkədə Ümumi Daxili Məhsulun artım tempi 1,3 % artdı. Eləcə də sonrakı illərdə də bu artım tempi get-gedə yüksəlməyə başladı. Bu artım və inkişaf öz növbəsində sahibkarlığın inkişafına da şərait yaratdı.

Respublikamızda sahibkarlığın hüquqi əsası ilk dəfə 1992-ci ildə 15 dekabr tarixli 405 nömrəli “Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında” qanunun 1-ci maddəsində təcəssüm etmişdir. Bu qanuna əsasən, sahibkarlıq fəaliyyəti hər bir fiziki və ya hüquqi şəxsin qazanc və yaxud mənfəət əldə etmək fikri ilə, özünün əmlakından istifadə edərək, tamamilə şəxsi məsuliyyəti daxilində həyata keçirdiyi bir fəaliyyət növüdür. Qanunun 2-ci maddəsi “Sahibkarlıq haqqında qanunvericilik” adlanır. Bu maddədə deyilir:

1. Sahibkarlıqla bağlı münasibətlər mülkiyyət formasından, fəaliyyət növündən və sahəsindən asılı olmayaraq Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası, “Azərbaycan Respublikasının dövlət müstəqilliyi haqqında” Konstitusiya aktı, “Azərbaycan Respublikasının iqtisadi müstəqilliyi haqqında” Konstitusiya Qanunu, Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsi, “Sahibkarlıq sahəsində aparılan yoxlamaların tənzimlənməsi və sahibkarların maraqlarının müdafiəsi haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu, bu Qanun və bunların əsasında qəbul edilmiş digər qanunvericilik aktları ilə tənzimlənir.

2. Müəssisə yaratmaqla həyata keçirilən sahibkarlıq fəaliyyəti həmçinin Azərbaycan Respublikasının müəssisələr haqqında qanunvericiliyi ilə də tənzimlənir.

3. Xarici hüquqi və fiziki şəxslərin Azərbaycan Respublikası ərazisində sahibkarlıq fəaliyyətinin xüsusiyyətləri bu maddənin 1-ci və 2-ci hissələrində göstərilən qanunvericilik aktları ilə yanaşı “Xarici investisiyaların qorunması haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu və Azərbaycan Respublikasının beynəlxalq hüquqi öhdəlikləri ilə də tənzim edilir. (“Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu., Bakı şəhəri, 15 dekabr 1992-ci il, № 405)

Qanunun 3-cü maddəsinə görə bu fəaliyyət növü ilə aşağıda göstərilən şəxslər:

- əmək qabiliyyəti olan bütün fiziki şəxslər,
- həmçinin mülkiyyət növü ilə əlaqəli olmayaraq hüquqi şəxslər,
- eləcə də xarici vətəndaşlar, habelə, Azərbaycan Respublikası vətəndaşlığı olmayan şəxslər də məşğul ola bilər.

Lakin, bu qanun bir sıra şəxslərə sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmağı qadağan edirdi. Bu şəxslər sahibkarlığa və bu fəaliyyət növü ilə məşğul olan şəxslərə nəzarət edən qurumlar və dövlət orqanlarında çalışan şəxslərdir.

Qanunun 4-cü maddəsində qeyd edilir ki, Azərbaycan Respublikası ərazisində mövcud qanunvericilik bazası əsasında, yəni qanun pozuntusuna yol vermədən sahibkarlıq fəaliyyətinin qanunla qadağan edilməyən bütün növlərinə icazə verilir. Həmçinin bütün sahibkarlıq fəaliyyəti təşkili formasından asılı olmayaraq eynihüquqludur. 29 dekabr 2017-ci ildə isə bu qanuna yeni 4-1-ci maddə əlavə edilmişdir. Bu maddə sahibkarlığın subyektlərini müvafiq ölçü meyarlarına görə təsnifləşdirir. Maddəyə görə, sahibkarlıq fəaliyyətinin subyektləri kiçik, mikro, orta və eləcə də iri sahibkarlıq subyektlərinə ayrılır. Bu bölgü meyarları isə öz növbəsində müvafiq icra hakimiyyəti orqanı tərəfindən təsdiqlənir. Sahibkarlıq fəaliyyətinin tənzimlənməsi zamanı, eləcə də sahibkarlığa hər hansı bir güzəşt və ya dövlət dəstəyi tətbiq edilən zaman bu meyarlara əsaslanılır.

Qanunun 6-cı maddəsinə görə, sahibkarın müəyyən hüquqları vardır. Bu hüquqlara dayanaraq demək olar ki, sahibkar elə bir şəxsdir ki, öz əmlakından və ya mülkiyyətindən istifadə edərək, qanunla qadağan edilməyən istənilən müəssisəni yarada, həmin müəssisədə istehsal fəaliyyəti həyata keçirə, istehsal etdiyi məhsula qiymət təyin edə, eləcə də, məhsul və ya xidmət satışından əldə etdiyi mənfəətdən bütün icbari ödənişlər həmçinin vergilər çıxıldıqdan sonra sərbəst formada istifadə edə, müəssisəsi haqqında sərbəst formada sərəncam verə bilən, hətta lazım olduqda müəyyən risklərə gedə bilən şəxsdir.

Qanuna əsasən sahibkar bu qanun çərçivəsində hərəkət etməli və sahibkarlıq fəaliyyətini qanuniləşdirmək üçün dövlət qeydiyyatından keçməlidir. Əgər sahibkarın fəaliyyət göstərdiyi sahə xüsusi lisenziya tələb edirsə, o zaman sahibkar lisenziyanı alaraq fəaliyyət göstərə bilər. Sahibkar bu lisenziyanı müvafiq ərizə və dövlət tərəfindən tələb olunan sənədləri müvafiq dövlət orqanına təhvil verir və 15 gün ərzində sahibkara lisenziya verilməsi barədə qərar qəbul edilir. Əgər sahibkarın təqdim etdiyi sənədlərdə hər hansı bir çatışmazlıqlar olarsa, bu barədə sahibkara məlumat verilir. Sənədlər düzəliş edilərək yenidən təqdim ediləndən sonra 5 gün

ərzində yenidən yoxlanılır və müvafiq qərar qəbul edilir. Aşağıdakı hallarda sahibkara lisenziya verilməyə bilər:

1. Sahibkar lisenziya verilməsi üçün tələb olunan sənədləri müvafiq dövlət orqanına təqdim etmədikdə;
2. Təqdim olunan sənədlərdə yanlış və ya həqiqətə uyğun olmayan, təhrifə məruz qalmış informasiyalar qeyd edildikdə;
3. Lisenziya üçün müraciət olunmuş sahə üzrə sahibkarın fəaliyyət göstərməsi üçün lazımi şərait və ya imkanı olmadıqda;
4. Əgər sahibkar müəyyən bir ixtisas tələb edən sahə üzrə fəaliyyət göstərmək istəyirsə, bu halda mütəxəssislər cəlb edilməlidir. Sahibkarın nəzərdə tutduğu fəaliyyət növü ilə bağlı mütəxəssislərin həmin ixtisasa sahib olmaması halında;
5. Qanunvericiliyə əsasən digər nəzərdə tutulan hallarda sahibkara lisenziya verilməsindən imtina edilə bilər.

Sahibkarlıq haqqında anlayış AR-nın Mülki Məcəlləsinin 13-cü maddəsində də öz əksini tapmışdır. Bu maddədə deyilir: “Sahibkarlıq fəaliyyəti şəxsin müstəqil surətdə həyata keçirdiyi, əsas məqsədi əmlak istifadəsindən, əmtəə satışından, işlər görülməsindən və ya xidmətlər göstərilməsindən mənfəət (fərdi sahibkarlar tərəfindən gəlir) götürülməsi olan fəaliyyətdir.” (AR Mülki Məcəlləsi, maddə 13 “Sahibkarlıq fəaliyyəti”., səh 4.)

Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasında da ölkəmizdə sahibkarlıq fəaliyyətinin hüquqi zəminin formalaşdırılması üçün bu sahəyə diqqət yetirilmişdir. Belə ki, Konstitusiyamızın 59-cu maddəsi “Azad Sahibkarlıq Hüququ” adlanır. Bu maddəyə əsasən, hər bir fərd sahibkarlıq fəaliyyəti ilə öz əmlakından, imkanlarından və eləcə də sahibkarlıq fəaliyyətini həyata keçirə bilmə şəraitindən istifadə edərək məşğul ola bilər. Sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmaq istəyən şəxslər bu fəaliyyəti istər tək başına, istərsə də digər şəxslərlə ortaq şəkildə həyata keçirə bilər. Lakin burada əsas məsələ yerinə yetirilən bu fəaliyyətin qanunla qadağan edilməyən formada icra edilməsidir.

Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında digər bir qanun isə Ulu Öndərimiz Heydər Əliyevin 1999-cu il 4 iyun tarixli “Kiçik sahibkarlığa dövlət köməyi haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunudur. Bu qanun respublikamızda sahibkarlığın inkişafına təkan verən ən əsas qanunlardan biridir. Digər ölkələrdə olduğu kimi Azərbaycanda da sahibkarlığın inkişafına dəstək, onun stimullaşdırılması, genişlənməsi üçün şərait yaradılması baxımından bu qanun əvəzedilməz rol oynadı. Bu qanun ölkənin iqtisadi inkişafının göstəricisi olan kiçik sahibkarlıq sahəsində məqsədyönlü və stimullaşdırıcı tədbirlər həyata keçirilməsi üçün zəmin yaratdı. Qanun çərçivəsində kiçik sahibkarlıq fəaliyyətinə kömək proqramları işlənilib hazırlanmışdır. Bu kömək proqramları dövlət və daha sonra regional, eləcə də sahələrə ayrılaraq hazırlanır, onları hazırlamaq isə müvafiq icra hakimiyyəti orqanına tapşırılır.

Ümumiyyətlə isə kömək proqramlarının mahiyyəti əsasən sahibkarlıq fəaliyyətinin normativ-hüquqi bazasının inkişaf etdirilməsi, ölkədə işsizliyin azaldılması ilə əlaqədar olaraq, əhalinin aztəminatlı təbəqəsinin, gənclərin, işsizlərin, əlillərin sahibkarlığa cəlb edilməsi, kiçik sahibkarlığın motivasiya edilməsi üçün onlara maliyyə yardımının edilməsi, bu kiçik sahibkarlıq subyektlərinin inkişaf meyllərinin öyrənilməsi üçün tədqiqatların aparılmasıdır. Qanun kiçik sahibkarlıq subyektlərinin maliyyə təminatının artırılması üçün güzəştli kreditlər, subsidiyalar, kompensasiyalar, lizinq verilməsi, eləcə də kiçik sahibkarlığa dəstək verən qurumların stimullaşdırılmasını nəzərdə tutur. Bütün bunlardan əlavə olaraq kiçik sahibkarlığın inkişafını artırmaq məqsədi daşıyan bu qanun sahibkarlığın informasiya ilə təminatını artırmaq, sahibkarların innovativ fəaliyyətini dəstəkləmək üçün texnika və texnologiya ilə təminat baxımından yardım etmək üçün müxtəlif tədbirlər planı hazırlanmışdır. Ulu Öndərin 1999-cu il 4 avqust tarixli “Kiçik sahibkarlığa dövlət köməyi haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanununun tətbiq edilməsi haqqında fərmanı adı çəkilən qanunun qüvvəyə minməsinə təmin etdi.

Sahibkarlıq fəaliyyətinə dövlət yardımını artırmaq və sahibkarlığın genişləndirilməsi üçün atılan ən mühüm addımlardan biri Ulu Öndər Heydər Əliyevin 27 avqust 2002-ci il Fərmanına əsasən “Azərbaycan Respublikası Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu haqqında Əsasnamə”nin və eyni tarixli digər bir Fərmanı olan ”Azərbaycan Respublikası Sahibkarlığa Kömək Milli Fondunun vəsaitinin istifadəsi Qaydaları” haqqında Fərmanıdır. Ölkə başçısı 2006-cı ilin dekabrında yuxarıda adı çəkilən Fərmanlara əsaslanaraq Sahibkarlığa Kömək Milli Fondunun regionlarda filiallarının açılmasına, sahibkarlıq edən şəxslərin fonda və eləcə də, fondun ərazilərdəki nümayəndəliklərinə müraciət etmələrinə, verilən güzəştli kreditlərin təsnifatında müəyyən dəyişikliklər edilməsi barədə 504 nömrəli Fərmanı imzalamışdır.

Sahibkarlıq sahəsində xüsusilə də kiçik və orta sahibkarların həm hüquqlarını qorumaq baxımından, həm də onlar üzərində dövlətin nəzarətini eləcə də dəstəyini gücləndirmək üçün AR-nın başçısı İlham Əliyev fevralın 15-i, 2011-ci il tarixində “Sahibkarlıq sahəsində aparılan yoxlamaların vahid məlumat reyestrinin forması və aparılması qaydası haqqında Əsasnamə”nin təsdiqi barədə Fərman imzaladı. Bu Fərman “Sahibkarlıq sahəsində yoxlamaların nizama salınması və istehlakçıların hüquqlarının qorunmasının təmin edilməsinə dair bəzi tədbirlər haqqında” aprel 13-də 2010-cu il tarixli 246 nömrəli Fərmana əsasən imzalanmışdır və bu Fərman may ayının 1-i, 2011-ci ildən etibarən qüvvəyə minmişdir. Reyestr sayəsində sahibkarlıq fəaliyyəti üzrə aparılan yoxlamalar üzrə məlumatlar daha operativ və tam şəffaf olaraq, mütəmadi şəkildə əldə edilir.

Respublika başçısının 13 oktyabr 2011-ci il "Azərbaycan Respublikası Sahibkarlığa Kömək Milli Fondunun vəsaitlərinin istifadəsi mexanizminin təkmilləşdirilməsi haqqında" Fərmanına görə fondun vəsaitindən istifadə qaydalarında bir qədər dəyişikliklər və əlavələr edildi. Bunlardan ən mühümü isə sahibkarlara verilən güzəştli kreditlərin miqdarındakı artım idi. Belə ki, bu cür kreditlərin məbləği ən azı 5000 manat, ən çoxu isə 10 milyon manat oldu. Bu artım verilən kreditlərin müddətinə də təsir etdi və ödəmə müddəti 10 ilə qədər artırıldı.

2015-ci ildən başlayaraq sahibkarlıq fəaliyyəti ilə əlaqədar bir çox islahatlar aparılmışdır. Bu islahatların ilki sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olan şəxslərin hüquqlarını qorumaq məqsədilə qəbul olunan Qanundur. “Sahibkarlıq sahəsində aparılan yoxlamaların dayandırılması haqqında” olan bu Qanun 2015-ci il 20 oktyabr tarixində Azərbaycan Respublikasının Prezidenti tərəfindən qəbul olunmuşdur. Qanuna görə sahibkarların fəaliyyətinə edilən nəzarət 2 illik dayandırıldı. Sözügedən qanunun ikinci maddəsinə görə isə yoxlamalar yalnız vergi sahəsində, insanların həyatı üçün təhlükə yaradan hallara görə baş verə bilər. Sahibkarlıq subyektlərinin hüquqi baxımdan təhlükəsizliyinin təmini üçün isə Ölkə Prezidentinin 2016-cı il fevralın 3-ü tarixli 761 və 762 nömrəli Fərmanlarına görə həm Prezident yanında, həm də yerli icra orqanlarında Apelyasiya Şuraları təsis edilmişdir. Onların fəaliyyəti isə müəyyən əsasnamələrlə tənzimlənmişdir. İcra hakimiyyəti orqanlarında yaradılmış Şurada sahibkarlardan daxil olan müxtəlif hallarla bağlı şikayətlərə baxılır. Həmin bu Şuralara isə Prezident yanında yaradılmış Apellyasiya Şurası nəzarət edir.

Sahibkarlıq subyektlərinin fəaliyyətlərini məhdudlaşdıran səbəblərdən biri də bir çox sahə üçün lisenziya tələb olunması və bu lisenziyaların alınması şərtləri idi. Lakin Respublika Prezidenti İlham Əliyevin 2016-cı il 21 dekabr tarixli “Lisenziyalaşdırma sahəsində bəzi tədbirlər haqqında” adlı 713 nömrəli Fərmanına görə fəaliyyətinə lisenziya ilə icazə verilən sahələr 59-dan 37-ə qədər azaldılmışdır. Bundan əlavə olaraq, hələ də keçərli olan müddətli lisenziyalar müddətsiz olaraq elan edilmişdir, onların alınması üçün icra edilən proseslər xeyli asanlaşdırılmışdır. Həmçinin sahibkarlar tərəfindən yeni əldə olunmuş lisenziyalara müddət məhdudiyyəti tətbiq edilmir. Lisenziyaların alınması üçün dövlətə ödənilən rüsumlarda isə azalmalar (2 qat) müşahidə edildi. Regionlarda bu azalmalar 4 qat müşahidə edilmişdir.

Sahibkarlığa göstərilən diqqətin sübutlarından biri Prezident İlham Əliyevin 2016-cı il 6 dekabrda imzaladığı Fərmanıdır. Bu Fərmanla ölkə iqtisadiyyatının 11 müxtəlif sahəsi üzrə strateji yol xaritələri işlənib hazırlanmış, təsdiq edilmişdir.

Strateji yol xəritəsində diqqət göstərilmiş sahələr sırasında neft və qeyri-neft sektoru, maliyyə sahəsi, turizm, texnika və texnologiya (telekommunikasiya sahəsi) və digər sahələr qeyd edilmişdir. Strateji Yol Xərilərindən biri isə tamamilə sahibkarlıq sahəsinə həsr edilib və “Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına dair Strateji Yol Xəritəsi” adlandırılmışdır. Bu sənəddə ölkəmizdə fəaliyyət göstərən kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin mövcud vəziyyəti araşdırılmış, bu sahədə hansı işlər görüldüyü, sahibkarların vəziyyətinin yaxşılaşdırılması üçün hansı islahatların keçirildiyi, eləcə də bu fəaliyyət növü üzrə statistik araşdırmalar və onların nəticələri öz əksini tapmışdır. Strateji Yol Xəritəsində sahibkarlıq fəaliyyəti üzrə 2020-ci ilə qədər olan dövr üzrə strateji məqsədlər, 2025-ci ilədək olan dövr üçün prioritetlər və sonrakı müddət üçün perspektivli, bu sektoru daha da inkişaf etdirə biləcək hədəflər müəyyən edilir. 2025-ci ilə qədər olan dövr ərzində əsas məqsəd əsasən KOB-ların fəaliyyət qabiliyyətlərinin, rəqabətə dayanıqlıq səviyyələrinin artırılması, insanların gündəlik istifadə etdikləri zəruri tələbat məhsullarının məhz kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələri tərəfindən istehsal edilməsi, onların ölkə iqtisadiyyatında, Ümumi Daxili Məhsulun artımında, həmçinin Respublika əhalisinin məşğulluq problemlərinin həll edilməsidir.

2018- ci il 30 noyabr tarixində Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev “Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsində dəyişikliklər edilməsi haqqında” 30 noyabr tarixli Qanunu təsdiq etmişdir. Bu qanunla Vergilər Məcəlləsində müəyyən dəyişikliklər edilmişdir. Bu dəyişikliklər 5 vacib istiqamət üzrə edilmişdir. Bunlardan biri sahibkarlıq fəaliyyətinə və onun subyektlərinə aid edilir. Bu dəyişikliyin əsas məqsədi sahibkarlıq fəaliyyətinin dəstəklənməsidir. Belə ki, əvvəlki dövrlərdə sadələşdirilmiş vergi ödəyiciləri üçün Bakı şəhərində 4% , bölgələrdə 2%-dən başlayaraq idisə , yeni dəyişikliyə əsasən artıq bütün Azərbaycanda sadələşdirilmiş vergi dərəcəsi 2% müəyyən edildi. Bununla yanaşı sahibkarlara qeyri-nağd ödənişlərdə (pərakəndə ticarət zamanı) güzəştlərin tətbiqi,

hər hansı inzibati hallarda sahibkarın ƏDV hesabından və eləcə də bank hesabından silinmələrin dayandırılması və başqa hallar daxildir.

Bu dəyişikliklər sırasında mikro və kiçik sahibkarlıq subyektləri üzrə sahibkarlığın dəstəklənməsi xüsusi yer tutur və onlar əsasən aşağıdakılardan ibarətdir:

1. 2019-cu ildən etibarən kiçik sahibkarlıq subyektlərinin sərəncamında olan əsas vəsaitlərə sürətli amortizasiya normaları tətbiq olunacaq;
2. Kiçik sahibkarlıq subyektləri şəffaf uçot apardıqları halda, onlara əlavə vergi güzəşti veriləcək;
3. Kiçik və orta biznes klasterinə aid olan şirkətlər KOB reyestrində qeydiyyatda düşdükləri andan etibarən 7 ilə qədər mənfəət, torpaq və əmlak vergilərindən azad ediləcəklər;
4. KOB klasterinə aid olan müəssisələr tərəfindən istehsal və emal üçün texniki və texnoloji avadanlıq və qurğuların ölkəyə idxal edilməsi 7 illik ƏDV-dən azad ediləcək;
5. KOB klasterinin iştirakçısı olan sahibkarlıq subyektlərinin gəlirlərinin kapital əsaslı xərclərin çəkilməsinə istiqamətləndirilən hissəsi 7 il müddətinə mənfəət vergisindən azad ediləcək;
6. Mikro sahibkarlıq subyektləri üçün düşünülmən güzəştlərə sahibkarlıq fəaliyyətindən qazanılan gəlir və mənfəətin 75 faizinin vergidən azad edilməsi daxildir. (“Vergi Məcəlləsində edilmiş dəyişikliklər suallar və cavablarda”, 2019, s 2-3.)

Bunlardan əlavə olaraq, Mikro sahibkarlar sinfinə daxil olan fərdi sahibkarlar, həmçinin hüquqi şəxslər əmlak vergisi verməkdən azad edilirlər. ““Startap” şəhadətnaməsi əldə etmiş mikro və kiçik sahibkarlıq fəaliyyətinin subyektləri müvafiq şəhadətnaməni aldıkları tarixdən başlayaraq üç ilə qədər gəlir və mənfəət vergisindən azad ediləcəklər.” (“Vergi Məcəlləsində edilmiş dəyişikliklər suallar və cavablarda”, 2019, s 2-3.)

Kiçik və orta sahibkarlıqla yanaşı iri və mikro sahibkarlığın bölgüsü ilə bağlı Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabineti 2018-ci ilin sonunda 556 nömrəli rəsmi qərar qəbul etmişdir. Bu qərar əsasən sözügedən biznes subyektlərinin bölgüsü üzrə meyarlar aşağıdakı cədvəldə verilmişdir.

Qeyd edilən qərara əsasən, yuxarıdakı ölçülərə görə ayrılan hər bir sahibkarlıq müəssisəsində işçilərin orta siyahı sayı və illik əldə olunan gəlir müqayisə edilir. Müqayisə nəticəsində bu meyarlardan hansı yüksək olarsa, həmin

göstərici əsas götürülür. Biznes subyektinin hansı bölgü sinfinə aid olması məhz bu yolla müəyyənləşdirilməlidir.

Cədvəl 4. Sahibkarlığın mikro, kiçik, orta və iri formalarının bölgüsü meyarları

Sahibkarlıq subyektlərinin ölçüsünə görə sinifləri	İşçilərinin orta siyahı sayı	İllik gəliri (min manat)
Mikro	1 – 10	$ig \leq 200$
Kiçik	11 - 50	$200 < ig \leq 3000$
Orta	51 - 250	$3000 < ig \leq 30000$
İri	251 və daha yuxarı	$30000 < ig$

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabineti, <https://cabmin.gov.az/az/document/3251/> (28.12.2018)

Qeyd edilən qərara əsasən, yuxarıdakı ölçülərə görə ayrılan hər bir sahibkarlıq müəssisəsində işçilərin orta siyahı sayı və illik əldə olunan gəlir müqayisə edilir. Müqayisə nəticəsində bu meyarlardan hansı yüksək olarsa, həmin göstərici əsas götürülür.

Ümumiyyətlə isə, Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyəti üçün mövcud qanunvericilik bazası, həmçinin son zamanlarda görülən tədbirlər, “Strateji Yol Xəritəsi”ndə qeyd edilən prioritetlər və onların yerinə yetirilməsi üçün atılan addımlar KOS-ların inkişafı üçün zəmin yaratmış, gənclərin də kiçik və orta sahibkarlıqla məşğul olması üçün şərait formalaşdırmışdır.

2.2 Azərbaycanda kiçik sahibkarlığın inkişafının müasir vəziyyəti və kompleks təhlili

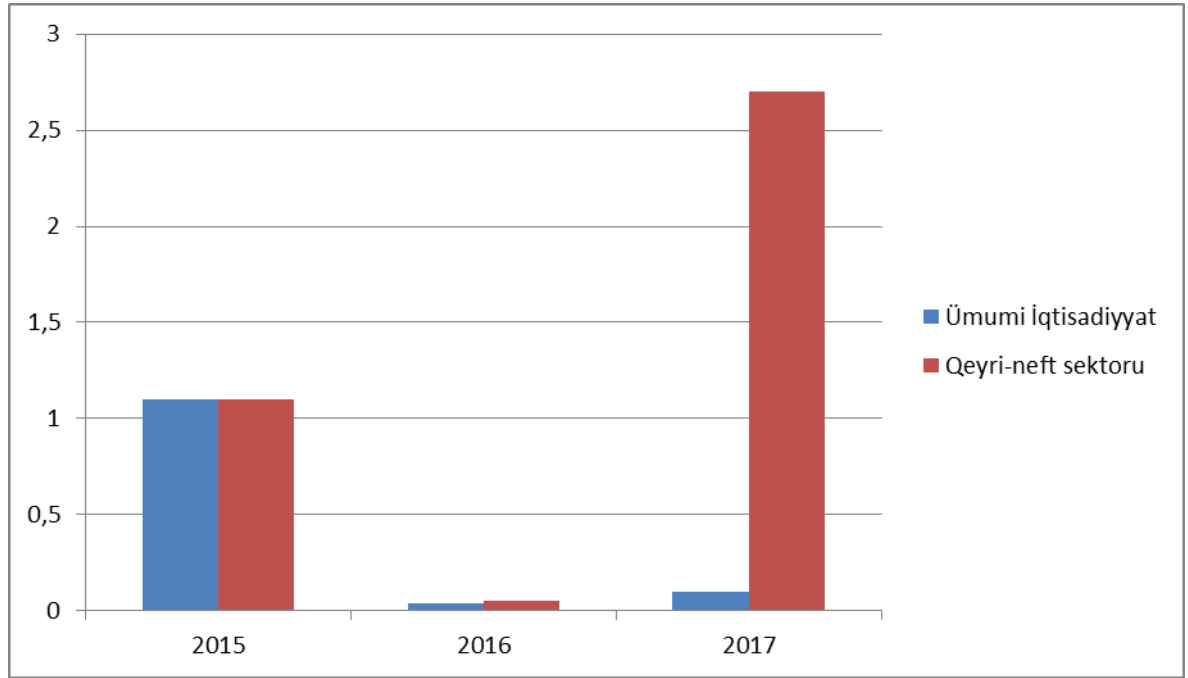
Azərbaycan Respublikası müstəqillik əldə etdikdən sonra ,geniş miqyaslı islahatlar həyata keçirmişdir.Bu islahatların əsas ideyalarından biri əhalinin daha çox hissəsinin sahibkarlıq fəaliyyətinə sövq edilməsi olmuşdur.Belə ki,ölkəmizdə bazar münasibətlərinin formalaşması nəticəsində kiçik sahibkarlıq mühiti , bu müəssisələrin işgüzar fəallığı və onların idarə edilmə prinsipləri xeyli dərəcədə inkişaf etmişdir.Artıq sahibkarlar mövcud reallıqla öz resurslarını qiymətləndirib,bazarda baş verən hadisələrə uyğun olaraq öz fəaliyyətlərini həyata keçirib,gələcək perspektivlərini qiymətləndirirlər.Bütün bu proseslər isə ölkənin iqtisadi vəziyyətinə təsir edərək, iqtisadi canlanmasına səbəb olur.

1993-cü ildə H.Əliyevin hakimiyyətə geri dönməsi nəticəsində və daha sonra həyata keçirilən məqsədyönlü siyasət nəticəsində kiçik sahibkarlıq fəaliyyəti daha da inkişaf etmiş və kiçik sahibkarlığın təşəkkül tapması üçün hüquqi baza formalaşmışdır. Hazırda isə bu siyasəti davam etdirən İ.Əliyevin başçılığı ilə kiçik sahibkarlığın inkişafının təminatı üçün yeni mərhələ yaşanır. Dövlət özünün mövcud imkanları ilə yeni sahibkarlıq subyektlərinin iqtisadi sferanın bütün sahələrində formalaşmasına şərait yaratmaqla, kiçik sahibkarların öz potensial imkanlarında səmərəli şəkildə istifadə edə bilmələri üçün geniş imkan yaratmışdır.

Kiçik sahibkarlığın əhəmiyyəti hər bir ölkə üçün əvəzsizdir. Onlar iri müəssisələrin istehsal edə bilmədiyi məhsulları və ya məhsulların istehsalı üçün lazım olan hissələri istehsal edərək, müxtəlif xidmətlər göstərirlər. İş yerləri məhdud olan yerlərdə işsizliyi qismən aradan qaldırırlar, istehlakçıları məhsulla təmin edirlər, vergi ödəməklə büdcənin gəlirini atırırlar, iri müəssisələrə nisbətən çevikdirlər. Bir sözlə ümumi həyat səviyyəsinin yüksəlməsində kifayət qədər əhəmiyyətli rol oynayırlar.

Dünya təcrübəsinə nəzər yetirsək görürük ki, iqtisadiyyatın diversifikasiyalaşmasında ən çox istifadə olunan metod kiçik sahibkarlığın inkişaf etdirilməsidir. Belə ki, ölkədə kiçik sahibkarlığın inkişaf dinamikası nə qədər yüksək olarsa, iqtisadiyyat bir o qədər diversifikasiya olunur və nəticədə onun bir sahədən asılılığı azalar. Ölkəmizdə də düzgün həyata keçirilən siyasət nəticəsində neftlə bağlı sahələrin inkişafıyla yanaşı qeyri-neftlə bağlı olan sahələrin inkişafı vasitəsi ilə ölkə iqtisadiyyatının bir sahədən asılılığı azalmış və bununla yanaşı büdcə gəlirlərində də əhəmiyyətli artımlar baş vermişdir. Ümumilikdə iqtisadiyyatda və qeyri neft sektorunda olan artıma nəzər salmaq:

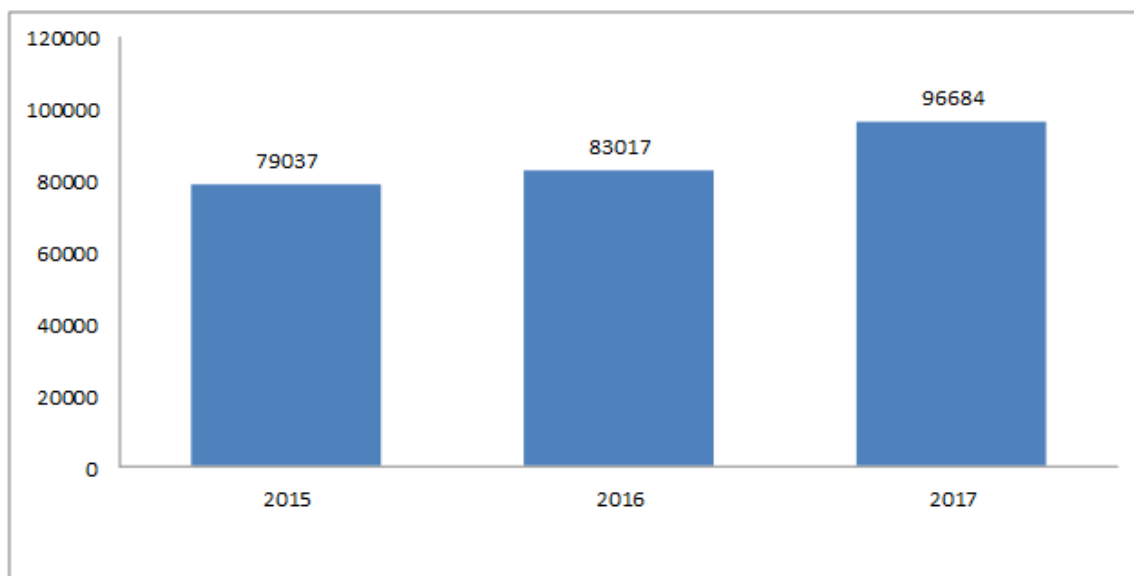
Qrafik2. İqtisadiyyatda və qeyri-neft sektorunda olan artım dinamikası (2015-2017)



Mənbə: Azərbaycan Mərkəzi Bankı, www.cbar.az

Yuxarıdakı qrafikə nəzər yetirsək görürük ki, 2015-ci illə müqayisədə 2016-cı ildə baş vermiş böhrana görə azalma müşahidə olunmuşdur. 2016-cı ildə ÜDM-enməsinə qarşı 2017-ci ildə 0,1 faiz artım oldu. Manat 2017-ci ilin fevralından sabitləşməyə başladı və bir qədər də bahalaşdı. Ödəniş balansında saldo mənfiyə düşdü və müsbətə doğru dəyişdi. Beləliklə, 2017-ci ildə Azərbaycan iqtisadiyyatında staqnasiya elementləri ilə yanaşı, böhrandan çıxma əlamətləri də özünü göstərmiş oldu. Bu özünü daha çox qeyri-neft sektorunda göstərdi. Neftin qiymətində ucuzlaşma müşahidə edilməsinə baxmayaraq, qiymət dəyişikliyi ölkəmizə təsir göstərməmişdir. Bunun əsas səbəbi isə respublikada qeyri – neft sektorundakı yüksəliş, həmçinin də region daxilində yeni istehsal sahələrinin formalaşdırılması ilə əlaqədardır. Dövlətin bu mərhələdə əsas hədəfi qeyri – neft sferasının inkişaf etdirməsi, sahibkarlığın iqtisadiyyatdakı rolunun artırılması, sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafına təkan verilməsidir.

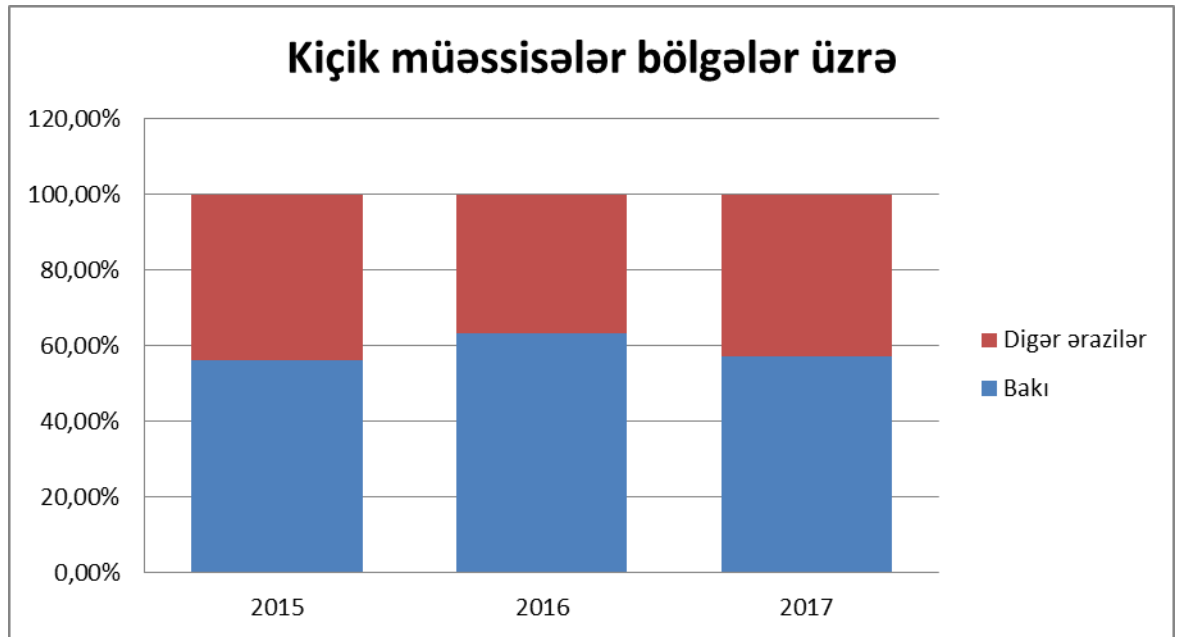
Qrafik3.Kiçik müəssisələrin sayı



Mənbə: Azərbaycan Respublikası İqtisadi İnkişaf Nazirliyi, economy.gov.az

Ölkəmizdə də həmçinin həyata keçirilən islahatlar nəticəsində kiçik sahibkarlığın inkişafında pozitiv meyllər özünü göstərir. Hazırki rəsmi statistik məlumatlara nəzər yetirsək görürük ki,kiçik sahibkarlıq müəssisələrinin sayı illər üzrə artmışdır.Belə ki kiçik müəssislərin sayı 2015-ci ildə 79037 olmasına baxmayaraq, 2017-ci ildə 96684-ə qədər yüksəlmişdir. Bu da respublikamızda olan kiçik sahibkarlıq müəssisələrinin artımının,neftlə yanaşı qeyri-neft sektorunda olan inkişafın bariz nümunəsidir.Bu müəssisələrin daha çox hissəsi iri şəhərlərdə cəmlənmişdir.Kiçik Sahibkarlıq müəssisələrinin çox hissəsini Bakı,Sumqayıt və Gəncədə yerləşən kiçik müəssisələr təşkil edir.

Qrafik4.Bölgələr üzrə kiçik müəssisələr



Mənbə: Azərbaycan Respublikası İqtisadi İnkişaf Nazirliyi ,economy.gov.az

Ümumilikdə Azərbaycanda kiçik sahibkarlıq müəssisələri 2 qrupa bölünür.

1.Fərdi sahibkarlar

2.Kiçik müəssisələr

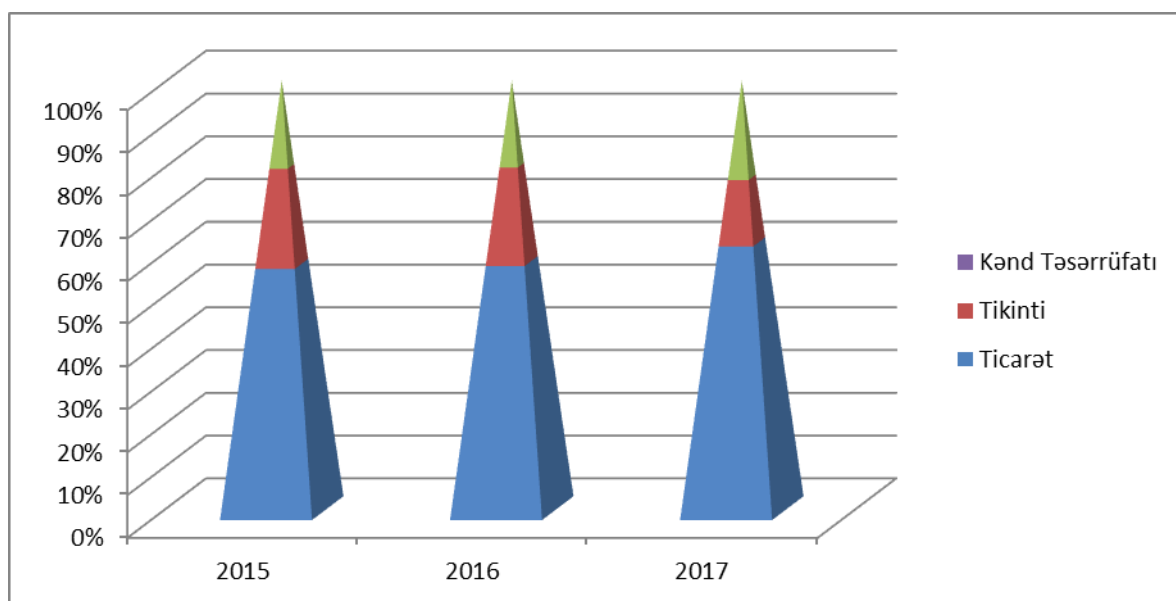
Fərdi sahibkarlar dedikdə hüquqi şəxs yaratmadan fəaliyyət göstərən müəssisənin yeganə sahibi nəzərdə tutulur. Bu sahibkarlar kiçik müəssisələrdir və hüquqi şəxs kimi qeydiyyatda alınır. Onlar işçilərin sayı və illik dövriyyəyə əsasən təsnif olunurlar. Kiçik və orta müəssisələr isə hüquqi şəxslərdir.

Cədvəl 1. Kiçik müəssisələr və fərdi sahibkarlar

Kateqoriya	2015	2016	2017
Kiçik müəssisələrin sayı	75119	79037	86514
Fərdi sahibkarlar	519860	576906	685406

Mənbə: Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyi, www.economy.gov.az

Qrafik 5. Kiçik sahibkarlıq sahələr üzrə bölgü

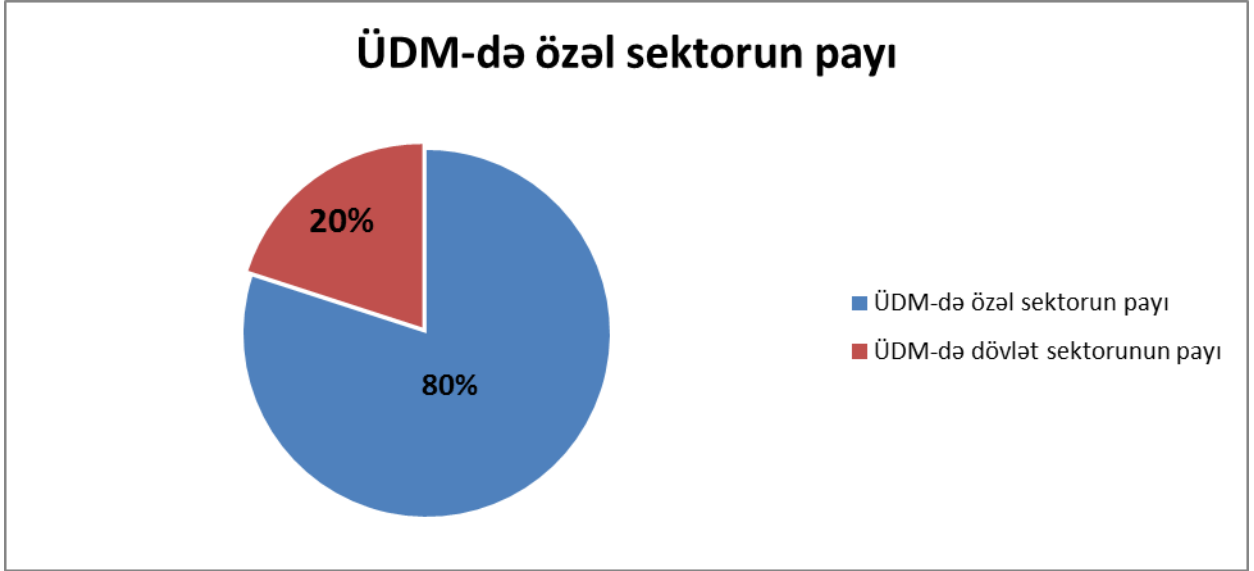


Mənbə: Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyi , www.economy.gov.az

Qrafikə nəzər yetirsək görürük ki, Kənd təsərrüfatı, Ticarət, tikinti və s Azərbaycanca qeyri-neft sektorunun inkişafında əsas prioritet sahələr hesab edilir. Beynəlxalq maliyyə institutları bu sahələr arasında kənd təsərrüfatında artım xüsusi ilə nəzərə çarpır. Belə ki, ölkənin məşğul əhalisinin çox hissəsi məhz kənd təsərrüfatında çalışır. Bu səbəbdən ölkədə kənd təsərrüfatının inkişafına yönələn ardıcıl dövlət proqramları, islahatlar və yeni texnologiyaların cəlb edilməsi həyata keçirilməkdədir. Belə ki ölkədə regionlarda infrastrukturun yaxşılaşması, kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçılarının subsidiyalaşdırılması və onlar üçün vergi güzəştlərinin saxlanması Azərbaycanda böyük potensiala malik olan kənd təsərrüfatı sahəsinin inkişafına yardım edir. Bütün bunlar isə qeyri-neft sektorunda ÜDM-inin artımına gətirib çıxarır. ÜDM –in illər üzrə artımına nəzər yetirsək görürük ki, 2015-ci ildə 54380.00mln manat olmasına baxmayaraq, 2016-cı ildə 60425.20mln manat, 2017-ci ildə isə 70135 mln manata bərabər olmuşdur. Həmçinin ölkədə biznes mühitinin yaxşılaşdırılması, biznesə başlama prosedurlarının sadələşdirilməsi, sağlam rəqabətin təmin edilməsi, sahibkarlığa dövlət dəstəyinin gücləndirilməsi, sahibkarların maarifləndirilməsi, qanunvericilik

bazasının təkmilləşdirilməsi və digər geniş həcmli tədbirlər nəticəsində Ümumi Daxili Məhsulun həcmində özəl sektorun payı 80,0 faizə çatmışdır

Qrafik 6.ÜDM-də özəl sektorun payı



Mənbə: Azərbaycan Respublikası Statistika Komitəsi , www.stat.org.az

Kiçik sahibkarlığın inkişafı sahəsində görülən işlər, ayrılan vəsaitlər ölkənin gələcəyinə edilən yatırımdır. Çünki kiçik sahibkarlıq fəaliyyəti hər zaman öz çevikliyi, yüksək rəqabətqabiliyyətliliyi və istehlakçı tələbatına uyğunlaşması ilə səciyyələnir.

Beləliklə bu paragrafda son illər ərzində kiçik sahibkarlığın inkişafı, ÜDM-in həcminə təsiri və s müxtəlif cədvəl və qrafiklərdən istifadə olunmaqla şərh edilmişdir.

2.3. Azərbaycanca kiçik sahibkarlıq subyektlərinin vergiyə cəlb olunmasının xüsusiyyətləri

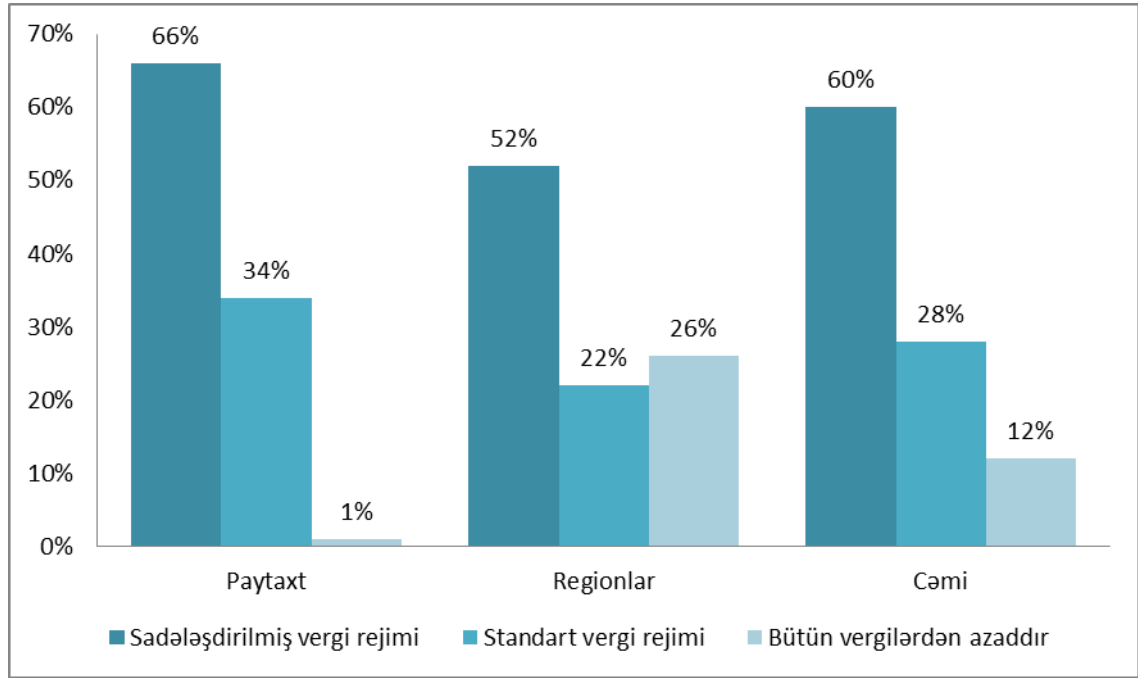
Vergi məsələlərinin tənzimlənməsində Vergi Məcəlləsi əsas qanunverici aktdır. O, vergi ödəyicilərinin hüquq və vəzifələrini, vergi orqanlarının səlahiyyət və vəzifələrini, vergi qanunvericiliyinin pozulmasına görə cərimələri, vergi orqanlarının hərəkət və ya hərəkətsizliyindən şikayət edilməsi qaydalarını və Azərbaycanda yığılan bütün vergi növləri üçün qaydaları müəyyən edir.

Vergilər kiçik sahibkarlıq fəaliyyətinin maliyyə nəticələrinə təsir göstərən xarici amillər arasında xüsusi yer tutur. Dövlət vergi siyasətini həyata keçirərkən vergilərə məxsus funksiyalara söykənir və fəal vergi siyasətinin həyata keçirilməsi üçün bu funksiyalardan istifadə edir.

Hal-hazırda Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri əsasən sadələşdirilmiş vergi növünə üstünlük verirlər. İnzibatçılıq baxımından sadələşdirilmiş vergi digər vergi növlərinə nisbətən daha sadədir. Lakin kiçik sahibkarlıq subyektləri öz istəklərinə uyğun olaraq digər vergi növlərindən də istifadə edə bilirlər. Sadələşdirilmiş vergi sistemində daha geniş şəkildə nəzər yetirək

Aşağıdakı qrafikə nəzər yetirsək görərik ki, kiçik sahibkarlıq müəssisələrinin təxminən 80 faizindən çoxu sadələşmiş vergidən istifadə edir. Belə yüksək faiz göstərici isə, sadələşmiş vergitutma sisteminin səmərəliliyindən xəbər verir.

Qrafik 7. Kiçik sahibkarlıq müəssisələrində vergitutma sisteminin dinamikası

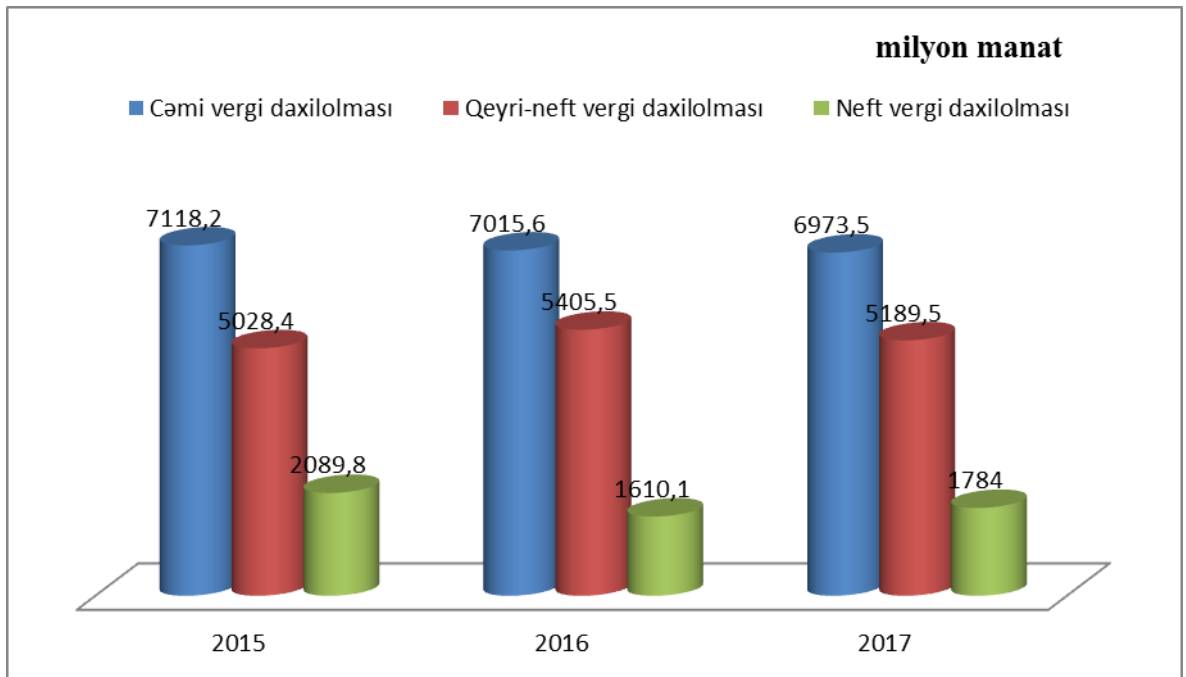


Mənbə: AR Dövlət Statistika Komitəsi, www.stat.gov.az

Sahibkarlıq fəaliyyətini stimullaşdırmaq məqsədi ilə dövlət tərəfindən minimal vergi dərəcələri müəyyən edilməklə vergi yükü yumşaldılır. Bununla da kiçik sahibkarlıq müəssisələri dövriyyəyə daha çox vəsait cəlb etməklə, vergitutma bazasının genişlənməsində mühüm rol oynayır.

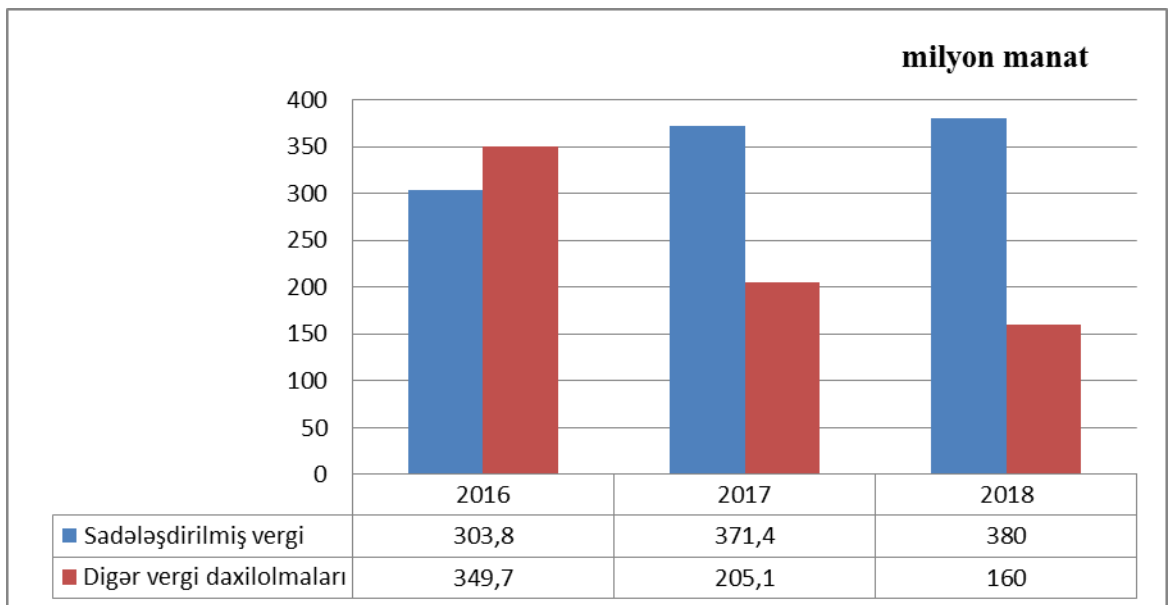
Əgər biz illər üzrə qeyri- neft vergi daxilolmalarına nəzər yetirsək görərik ki, vergi dərəcələrinin yumşaldılması nəticəsində daxilolmada artımı müşahidə edə bilərik. Belə ki, 2017-ci ildə büdcəyə ümumi daxil olan 6 973.5 milyon manatdan qeyri-neft sektoru üzrə daxil olan 5 189.5 milyon AZN məbləği qeyri neft sektoru üzrə daxil olmuşdur və bu daxil olmanın 371.4 milyon manatı sahibkarlıq müəssisələrindən daxil olan sadələşmiş vergidən formalaşmışdır.

Qrafik 8. Neft və qeyri-neft sektorunda vergi daxilolmalarının dinamikası 2015-2017



Mənbə: AR Vergilər Nazirliyi, www.taxes.gov.az

Qrafik9. Vergi daxilolmaları



Mənbə: AR Vergilər Nazirliyi, www.taxes.gov.az

Hazırda Sadələşmiş Vergi Məcəlləsinə uyğun olaraq vergi dərəcəsi Bakı şəhəri üzrə 4%, digər regionlar isə 2% müəyyən edilmişdir. Yük və sərnişin daşıma nəqliyyatında isə hər bir daşıma növü üçün bu sahə fərqlənir. Ümumilikdə vergi

sistemində istehsal və kommersiya fəaliyyəti növləri üzrə vergi ödəyiciləri fərqləndirilir. Kiçik sahibkarlığın inkişafı üçün istehsal xarakterli sahələrə üstünlük verilməsi böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Beləliklə, hazırda respublikada iki cür vergi tətbiq edilir.

1) İri sahibkarlar üçün vergi sistemi

2) Kiçik sahibkarlar üçün sadələşdirilmiş vergi

Bu paraqrafda son illər ərzində kiçik sahibkarlığın subyektlərinin vergiyə cəlb olunması, xüsusiyyətləri, vergi dərəcələri və s müxtəlif cədvəl və qrafiklərdən istifadə olunmaqla şərh edilmişdir.

III FƏSİL. AZƏRBAYCANDA VERGİ SİYASƏTİNİN SAHİBKARLIĞIN DƏSTƏKLƏMƏSİ BAXIMINDAN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ

3.1 Kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin maliyyələşdirilməsinin təkmilləşdirilməsi və onların səmərəliliyinin artırılması istiqamətləri

Müasir dövrümüzdə mövcud olan bazar iqtisadiyyatı şəraitində kiçik və orta sahibkarlığın bir ölkənin iqtisadiyyatında tutduğu mövqenin önəmi və onların maliyyələşdirilməsi bu məsələyə olan diqqətin daha da artırılmasını tələb edir. Baxmayaraq ki, ölkəmizdə də bunun üçün bir sıra addımlar atılır, kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələri hələ də maliyyələşdirilmə baxımından bir sıra ciddi problemlərlə üzləşir. Ümumiyyətlə, burada əsas məsələ xüsusi vəsaitin çatışmazlığından əmələ gələn problemlərdir. Yəni, xüsusi vəsaitlər sahibkarlıq müəssisələrinin maliyyələşdirilməsində lazımi qədər əhəmiyyətli rol oynaya bilmir və bu səbəbdən də dövlət dəstəyi artıq daha zəruri hala çevrilir. Belə halların çoxluğu səbəbi ilə və eləcə də cəlb edilən vəsaitlərin kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinə vaxtında çatdırılmaması, ümumilikdə isə vəsait əldə oluna biləcək mənbələrin qıtlığı, yaxud maliyyələşdirmə üçün tələb olunan şərtlərin ağırlığı bir sıra problemlərə yol açır. Sırf bu səbəblərdən dolayı KOS-ların maliyyələşdirilməsində dünyanın inkişaf etmiş ölkələrində istifadə olunan metodlardan, mənbələrdən, vasitələrdən istifadə etmək zəruri hala çevrilir.

Bazar iqtisadiyyatına keçid dövründə sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafı, kiçik və orta biznes müəssisələrinin yaradılması və onların irəliyə doğru tərəqqi etmə imkanlarını artırmaq üçün Azərbaycan hökuməti müəyyən islahatlar, müxtəlif dövlət proqramları və layihələr həyata keçirtmişdir. Bunlara İqtisadiyyat Nazirliyinin nəzdində yaradılan Sahibkarlığın İnkişafı Fondu, eləcə də “Strateji Yol Xəritəsi” layihəsi, “Kiçik və Orta Biznes Evləri” layihəsi- bu layihə çərçivəsində sahibkarlar üçün demək olar ki, bütün xidmətlərin göstərilməsi (lisenziyaların alınmasından “Asan İmza”ların verilməsinə qədər) nəzərdə tutulub

və digər bu kimi tədbirlər aiddir. Bütün bunlar ölkəmizdə kiçik və orta biznesin inkişaf etmiş ölkələrdəki kimi bir tərəqqi səviyyəsinə çatmağında əhəmiyyətli bir paya sahib olsa da, digər faktorlar- yəni dövlət dəstəyindən kənar faktorlar zəif olduqda bu cür inkişaf çətinləşir.

Ümumilikdə, kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin maliyyələşdirilməsi üçün bir sıra metodlar vardır. Bu metodlar arasında əlbəttə ki, dövlət hesabına maliyyələşdirilmə böyük əhəmiyyət kəsb edir. Lakin burada əsas məsələ büdcədən kənar və dövlət tərəfindən birbaşa olaraq maliyyələşdirilmədən başqa hansı metodların əhəmiyyətli dərəcədə təsir edə bilməsidir. Dünya təcrübəsindən də götürdükdə görünür ki, bu metodlar sırasında xüsusi əhəmiyyət lizinq, franqayzinq, vençur kapitalı vasitəsilə maliyyələşdirilməyə verilir.

Lizinq dedikdə, ilk olaraq xatırlanan “icarə” sözüdür. Lakin lizinq elə bir icarə formasıdır ki, bu icarə müddətində lizinq obyektini olan əsas vəsait lizinqalanın mülkiyyətində olur və həmin müddətin sonunda tamamilə müəyyən bir simvolik dəyərlə onun sərəncamına keçməsidir. Lizinqverən tərəf lizinq üçün müraciət edən tərəfə onun tələb etdiyi əsas vəsaiti vermək üçün həmin əmlakı başqa bir satıcıdan öz mülkiyyətinə keçmə şərti ilə satın alır və lizinqalana “Lizinq” vasitəsilə təqdim edir. Belə olduqda lizinqi 2 tərəf arasında bağlanılan uzunmüddətli maliyyə müqaviləsi də adlandırmaq olar. Lizinqi digər kredit növlərindən fərqləndirən əsas cəhət isə onun ən azı 3 il müddətinə verilməsidir. Lizinqin əsasən 2 növü var. Bunlar operativ lizinq və maliyyə lizinqidir. Sahibkarlıqda maliyyə lizinqi daha əhəmiyyətli hesab olunur. Çünki məhz onun vasitəsilə əsas vəsaitlərin- texniki avadanlıqlar, binalar, tikililər, sənayedə istifadəsi vacib olan avadanlıqların icarəsi nəzərdə tutulur. Onu da qeyd etmək olar ki, maliyyə lizinqini əldə edən zaman, yəni əsas vəsaitləri icarəsində müsbət cəhətlərdən biri də onun hesabına əldə olunan avadanlığın amortizasiya sürətinin yüksək olması lizinqalanın ödəməli olduğu vergi borclarını azaltmasına şərait yaradır. Lizinqin digər bir üstün cəhəti isə odur ki, lizinq onu alan üçün banklardan və bank olmayan kredit təşkilatlarından pul vəsaitlərinin əldə olunması üçün bir maneə törətmir.

2019-cu ildə Vergi Məcəlləsində baş verən dəyişikliklər sırasında lizinq şirkətləri üçün müəyyən yeniliklər nəzərdə tutulmuşdur. Belə ki, bu yeniliklər məhz qeyri-neft sektoruna, eləcə də sahibkarlıq sahəsinə yönəldildiyi üçün ölkədə hazırda xidmət göstərən 175 lizinq şirkətinin fəaliyyətini genişləndirilməsini təmin edir. Vergi Məcəlləsində edilən yeniliklər içərisində lizinq vasitəsilə mal alış-verişində müəyyən dəyişikliklər edilməsi qərara alındı. Nəticə olaraq belə nəzərdə tutuldu ki, lizinq obyektini əsas vəsait olsun, lizinqalan isə hüquqi şəxs ya da fərdi sahibkar olsun. Yalnız bu zaman icra edilən əməliyyat maliyyə lizinqi hesab olunur. Həmçinin yeni qaydalara əsasən, yeni amortizasiya norması əmsalı tətbiq edilir ki, bu da öz növbəsində sahibkarlara yeni pəncərələrin – investisiya imkanlarının açılmasına şərait yaratdı.

Qeyd edilməsi vacib olan məqamlardan biri də Azərbaycan Kredit və İnkişaf Agentliyinin fəaliyyətidir ki, agentlik kənd təsərrüfatı ilə məşğul olan şirkətlərə alınan texnikanın 40 % dəyərində olan subsidiya təqdim edir. Belə ki, əgər texniki avadanlıq xaricdən alınıb yerli şirkətlərə satılırsa, bu zaman avadanlığın əldə edən tərəfə onun 40% gömrük qiyməti dəyərində subsidiya təqdim edilir. Lakin əgər texnika xaricdən deyil də yerli şirkətlərdən əldə edilib satılırsa, o zaman bazar qiymətləndirilməsinin 40%-i miqdarında subsidiya əldə edilə bilər. Bu prosesdə respublikamızın bir sıra bankları- Pasha Bank, Rabitə Bank, TuranBank, Muğan Bank və s. AKİA ilə əməkdaşlıq edərək Azərbaycanda sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafına töhfə verirlər.

Kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin bir digər maliyyələşdirilmə mənbəyi kimi Azərbaycanda çox da geniş yayılmayan, lakin dünya praktikasında bir çox özünü təsdiq etmiş və zamanla iri şirkətlərə çevrilmiş müəssisələrin işlətdiyi françayzinq metodunu qeyd etmək olar.

Françayzinq - bir şirkətin öz əsas vəsaitlərini, idarəetməsini başqa bir şirkətə satması və ya müəyyən bir müddətə istifadəyə verməsidir. Lakin burada olan əsas məqam odur ki, bu müddət ərzində istehsal olunan məhsullar məhz həmin şirkətin – yəni istifadəsini başqasına verən müəssisənin əmtəə nişanı altında istehsal oluna

bilər. Françayzinq münasibətləri müqavilə ilə tənzimlənir və burada istifadə haqqını verən tərəf françayzer, bu haqqı əldə edən sahibkar isə françayzi adlanır. Bu saziş yalnız avadanlıqların, texnikaların istifadəsini nəzərdə tutmur, həmçinin həmin iri müəssisələrin daha əvvəldən mövcud olan bazardakı mövqeyini, onların “ xarici görünüşü ” nü, ideyalarını və fikirlərini istifadə etməyə şərait yaradır. Françayzer olan sahibkarlar adətən iri müəssisələr olurlar. Bu müqavilə vasitəsilə həm istehsal edilən məhsulların satılması təmin olunur, həm də bu satışı təşkil edən françayzilerin, yəni, fərdi sahibkarların öz fəaliyyətlərini genişləndirməyinə şərait yaranır. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, bu metodun iri şirkətlərdən ötrü üstün cəhətləri təkcə onların məhsullarının satılması deyil, eləcə də məhsul satışı sürətli və daha asan olduğu üçün gözlənilən və gözlənilməyən risklərin aşağı olmasındadır.

Ümumiyyətlə, dünya üzərində bir çox iri şirkətlərin françayzinq metodundan geniş istifadə etdiyinin bir çox nümunəsi vardır. Misal olaraq, “Hampton Hotels”. Fəaliyyət istiqaməti otelçilikdir və bu metodla bağladığı sazişlə əldə etdiyi dəyər 7 milyon dollardan çox olmuşdur. Eləcə də McDonald’s kimi dünyaca məşhur brend və restoranlar şəbəkəsi də məhz françayzinqdən istifadə edərək dəyərini 2 milyon dollara yaxın bir miqdarda artırmışdır. Yuxarıda qeyd edilən firmalardan əlavə olaraq Azərbaycanda da fəaliyyətini müvəffəqiyyətlə davam etdirən “Coca-cola”, “Papa John’s Pizza”, “Pizza Hut”, “Holiday Inn” , “Rent-a-Car” və s. böyük müəssisələrin adlarını çəkmək mümkündür.

Françayzinqin müxtəlif növləri vardır ki, bu növlərdən də müxtəlif sahələrdə istifadə etməklə effektiv qazanclar əldə etmək mümkündür. Mal-əmtəə françayzinqi bu metodun növləri arasında ən geniş yayılanıdır. Belə ki, bu növdə françayzinqi əldə edən tərəf müəyyən müsbət üstünlüklərə malik olur ki, bunlara əsasən françayzerin istehsal etdiyi məhsulu dəyərindən aşağı qiymətə satmaq imkanı, marketinq strategiyası və həmçinin reklam strategiyaları, işçilərin ixtisaslaşdırılması, onlara müxtəlif təlimatların keçirilməsi və s. aiddir. Burada əsas məqam isə istehsal olunmuş əmtəənin françayzer şirkətin əmtəə nişanı altında

istehsal olunmasıdır. Məhz bu yolla kiçik müəssisələr və eləcə də, fərdi sahibkarlar həmin logo altında bazarda özlərinə müəyyən qədər mövqe qazana, rəqabətə tab gətirə bilirlər. Digər bir üstünlük isə endirimli qiymətlərin olmasıdır ki, bu zaman da daha çox müştəri cəlb etmək mümkündür və nəticədə iri sahibkarlıq müəssisələri olan firmaların da malları daha tez və asan satılmış olur. Bu növ franşayzinqdən istifadə edən şirkətlərdən “General Motors”-un adını çəkmək olar.

Digər franşayzinq növü isə istehsal franşayzinqidir. Bu növdə adından da bəlli olduğu kimi istehsalın əsasları franşayzinqi əldə edən tərəfə təqdim edilir. Yəni, hüququ verən tərəfin istehsalat qaydalarından tutmuş, kommersiya sirlərinə qədər, həmçinin texnologiyarın istifadəsi haqqında biliklər ötürür, məhsul istehsalının keyfiyyət standartlarını öyrədir. Habelə, bu növ franşayzinq franşayziyə istehsalat prosesində istifadə olunan və ya olunacaq texnikaların endirimli məbləğdə və ya dəyərinin hissə-hissə ödəyərək əldə etməyə şərait yaradır. Qeyd edilməlidir ki, bu modellə franşayzi sərbəst brend formalaşdırma bilər. Belə tip modeldən istifadə edən dünyaca məşhur şirkətlərdən “Coca-cola” – nın adını qeyd etmək olar.

Üçüncü növ isə servis franşayzinqidir ki, bunu əldə etməklə franşayzi həmçinin patent qabiliyyətini də əldə etmiş olur. O biri növlərdə olduğu kimi bu zaman da hüququ əldə edən tərəf müxtəlif imkanlar əldə edir, onlara mütəmadi olaraq təlimlər keçirilir, bütün incəliklər izah olunur.

Sonuncu və ən vacib model – sahibkarlıq franşayzinqidir. Bu növ hüquq əldə edən tərəfə yalnız müəyyən bir brend adı altında məhsul istehsalı üçün şərait yaratmır, həmçinin sahibkarlığa girişi eləcə də müəssisənin bazardakı vəziyyətini, rəqabət qabiliyyətini və mühitini araşdırmağa imkan verir. Bununla da franşayzi daha böyük üstünlüklər əldə edərək franşaysizi olduğu müəssisənin tərkib hissəsinə çevrilir. Belə olduqda isə bu iki müəssisə sanki vahid bir şirkət kimi imic formalaşdırır. Buna misal olaraq, McDonald’s-ı göstərmək olar.

Investisiya nöqteyi-nəzərindən françayzinqin müsbət və mənfi cəhətləri vardır. İlk öncə müsbət cəhətlərə diqqət yetirdikdə aşağıdakı xüsusiyyətlər ortaya çıxır:

- a. Əvvəla, onun təcrübə baxımından əhəmiyyətli təsiri vardır. Belə ki, əgər sahibkar hər şeyi sıfırdan başlamaq istəyirsə və seçdiyi sahədə yetərincə praktikasız yoxdursa, o zaman bu müəssisənin özünü doğrultmasına, tamamilə etibar qazanmasına, eləcə də maliyyə cəhətdən “özünə gəlməsi”nə xeyli zaman tələb olunur. Həmçinin bu müddətdə sözügedən müəssisənin uğur qazana bilməməsi, zərərə uğraması kimi halların da baş verəbiləcəyi riskini nəzərə aldıqda françayzinqin yeni bir şirkət üçün və ya hər hansı bir şirkətin daha öncə fəaliyyət göstərmədiyi bir sahədə inkişafı üçün əhəmiyyəti ortaya çıxır.
- b. Françayzinq eyni zamanda sahibkarlar üçün bir növ “açıq dərs” imkanını yaradır. Yəni fərdi biznesi olan bir şəxs böyük şirkətlərdən bu hüququ əldə etməklə onun biliklərindən, məsləhətlərindən faydalana bilir ki, bununla da onun hər hansı bir addımda səhv etmə ehtimalı tamamilə azalır və eyni zamanda sahibkarlara iri müəssisələr tərəfindən keçirilən təlimlər də bu işdə xüsusi əhəmiyyətə malikdir.
- c. Daha bir müsbət cəhət isə istehsal olunan malların keyfiyyət üstünlüyünün dəyişməməsidir. Françayzer müəssisə françayziyə texnikasından istifadə imkanı verdiyi üçün məhsul istehsalında keyfiyyət dəyişikliyini baş vermir. Eləcə də, bu metod kiçik sahibkara böyük şirkətlərin müştərilərini qazandırır, yəni müştəri artıq markanın etibarlılığına və istehsal etdiyi əmtəənin keyfiyyətinə inanır. Bu səbəbdən də françayzi artıq müştəri baxımından sıxıntı çəkmir və mallar çox rahatlıqla satıla bilər.
- d. Peşəkar və ixtisaslı kadr tapmaq kiçik müəssisələr üçün çətindir. Çünki həm şirkət yenidir, buna görə də istənilən səviyyədə işçilərin marağına səbəb olmaya bilər, həm də belə potensiallı işçilərin ixtisas artırma məsələlərində kifayət qədər təcrübəsi olmayacaqdır. Françayzinq metodu yeni sahibkarlara böyük şirkətlərin kadr imkanlarından istifadə etmək şansı verir.

Yuxarıda qeyd edildiyi kimi, françayzinqin mənfi cəhətləri də var. Bunlara aşağıdakılar aiddir:

- a. Onun qiyməti olduqca yüksəkdir. Buna görə də əgər sahibkar kifayət qədər pul vəsaitinə malik deyilsə, bu metoddan istifadə etməkdə çətinlik çəkəcəkdir.
- b. Fransıza müqaviləsi bağlanılan zaman françayzi alacağı alətləri və ya avadanlıqları yalnız françayzerin müəyyən etdiyi məntəqələrdən almalı, ya da elə ana firmanın özündən götürməlidir. Bu halda kiçik sahibkar daha ucuz qiymətə ala biləcəyi texnika və texnologiyanı başqa yerdən baha qiymətə almağa məcbur olur.
- c. Son olaraq, mənfi cəhət odur ki, françayzi olan firma sistemə görə ödəməli olduğu məbləğdən əlavə olaraq, hər ay məhsul satışından əldə etdiyi vəsaitin müəyyən bir faizini – təqribən 1-11 faizini françayzerə verməli olur.

Beləliklə, françayzinq metodunun tətbiqinin müəyyən üstünlükləri, kiçik və ya fərdi sahibkarlar üçün müsbət təsirləri vardır. Məhz bu metodun istifadəsi, hüququ əldə edən tərəfə ilk olaraq böyük şirkətlərdən öyrənə biləcəyi uğurlu biznes təcrübəsi və ideya qazandırır. İkincisi isə əgər şirkət beynəlxalq miqyaslı bir şirkət olarsa (Coca-cola kimi), o zaman bu həmin müəssisənin françayzisinə dünya bazarına çıxış imkanı verir, bu da öz növbəsində daha çox inkişaf imkanı, daha çox gəlir, böyümə perspektivi və praktika deməkdir. Böyük şirkətlərlə belə (françayzinq) sazişin olması həmin müəssisəyə yüksək ixtisaslı kadrlarla çalışmaq şansı yaradır.

Sahibkarlıq fəaliyyətində ən çox yaşanan problemlərdən biri də məhz risklərlə qarşılaşma və ya onların idarə edilməsində çətinliklərdir. Klassik iqtisadçılar da sahibkarlıq fəaliyyətinin ən riskli fəaliyyət növlərindən biri olduğunu qeyd etmişlər. Yalnız kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələri deyil, böyük şirkətlər də öz idarələrində və ya istehsal prosesində, ümumiyyətlə, biznes fəaliyyətində zaman-zaman müəyyən risklərlə qarşılaşır. Bəzən bu “çətinlik”ləri əvvəlcədən müəyyənləşdirmək alınmadığı üçün firmalar onların ağır nəticələrinə məruz qalırlar. Buna görə də müəssisənin fəaliyyət planında risklərin idarə

edilməsi önəmli mövqelərdən birini tutmalıdır. Risklərin idarə edilməsi firmanın üzləşdiyi riskləri müəyyən etməyə və həll etməyə kömək edir və onun biznes məqsədlərinə nail olmaq şansını artırır.

Hər bir sahibkar öz fəaliyyəti çərçivəsində əvvəlcədən bilinən, yəni, gözlənilən və ya gözlənilmədən meydana çıxan digər risklərlə qarşılaşa bilər. Burada əsas məsələ isə həmin anda onun necə davranacağı, həmin riskləri necə idarə etməsidir. Risklərin idarə edilməsi prosesi özündə bir neçə mərhələni əhatə edir. Bunlar aşağıdakılardır:

- İşgüzar fəaliyyəti əhatə edən riskləri müntəzəm olaraq müəyyən etmək;
- Onların meydana gəlmə ehtimallarını qiymətləndirmək;
- Baş verdikləri halda bu vəziyyətə müəssisənin necə cavab verəcəyini və ya “ümumiyyətlə cavab verə biləcəkmiz?” aydınlaşdırmaq;
- Qarşısını almaq üçün şirkətdaxili sistemlər, riskdən yayınma və ya necə daha az zərərlə vəziyyətdən çıxmaq üçün yəntəmlər formalaşdırmaq;
- Son olaraq isə, müəssisənin qurduğu riskin idarə edilməsi strategiyasının və ona nəzarətin effektivliyinin qiymətləndirilməsidir.

Risklərin idarə edilməsi üzrə kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələri müxtəlif metodlara baş vurmaldır. Bu metodlar riskdən yayınmaq və ya qaçmaq, ləğv etmək, riski yumşaltmaq yaxud seyrəltmək, son olaraq onu kompensasiya etməkdir. Bu yollara davranış maliyyəsində də nəzəri və təcrübi baxımdan geniş yer verilmişdir.

Sahibkar əgər riskdən qaçmaq istəyirsə, o zaman o, mütləq şəkildə etibar duymadığı partnyorlardan imtina etməlidir, riskli layihələri qəbul etməməli, onları yaradacaq halların qarşısını almaq üçün isə sığortaya baş vurmaldır.

Əlbəttə ki, kiçik və orta sahibkarlıqla məşğul olmaq üçün vençur kapitalı əsas vəsait mənbəyi hesab edilir. Vençur kapitalı müxtəlif startap layihələrinə - elmi-texniki yeniliklərə, müxtəlif kəşflərə, ixtiralara, riskli sayılan layihələrə edilən maliyyə yardımındır və ya bir növ kreditləşmə yoludur. O, yeni yaranan və bazarda, rəqabət şəraitində özünə yer tutmağa çalışan kiçik və orta ölçülü firmalara verilən

dəstəkdir. Vençur kapitalını əsasən, investorlar tərəfindən yatırılan maliyyə vəsaiti olmasına baxmayaraq, dövlət də bu yoldan istifadə edir. Bu maliyyələşdirilmə yolu ilə qazanılan gəlirlər adətən çox yüksək olur və hətta həmin gəlirin 25-30%-i belə həmin kapitalın geri ödənilməsinə kifayət edir. 2017-ci ilə əsasən, ölkəmizdə mövcud olan yalnız 2 vençur kapitalı fondu var idi ki, bunlar da “ Khazar Ventures” və “İnfipro” şirkətləridir. Onlar əsasən informasiya texnologiyaları sahəsində olan startapları, kiçik firmaları maliyyələşdirirdilər. Belə şirkətlərin az olmasının əsas səbəbi investorların vəsaitlərini riskli və ya sonunda gəlir əldə edib- etməyəcəyini bilmədiyi layihələrə qoymaq istəməməyidir. Lakin müəssisələrdə olan riskləri ləğv etmək üçün məhz belə şirkətlərin yaradılması vacib haldır. Yaxud hər bir kiçik və orta sahibkarlıq müəssisəsi öz daxilində riskli layihələr bölməsi yaradaraq onlarla bu “departament” daxilində məşğul ola biləcək kadrlar cəlb etməlidir.

Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin əksəriyyəti Bakıda cəmləşmişdir. Buna görə də regionlarda bu cür firmaların inkişafı nisbətən geridə qalmışdır. Respublikamızın regionlarında mütəmadi olaraq sahibkarların xidmətində ola biləcək mərkəzlərin yaradılması onların inkişafı üçün kömək ola bilər. Belə ki, bu mərkəzlərdə fəaliyyət göstərən mütəxəssislər yeni bir fərdi sahibkara, yaxud onun üçün yeni sayılan bir sahəyə giriş etmək istəyən kiçik müəssisələrə bu sahədə necə hərəkət edə biləcəkləri, bazarda sahibkarın istehsal etmək istədiyi məhsula tələbin hansı səviyyədə olacağını və ya hal-hazırkı vəziyyətdə necə olduğunu araşdıraraq bu barədə sahibkarı maarifləndirə bilərlər. Həmçinin dünyanın inkişaf etmiş ölkələrində olduğu kimi istehsal olunacaq məhsulun bu bölgə üzrə marketinq baxımından hansı tələblərə cavab verməli olduğunu və ya bu məhsulun gələcəkdə sahibkara gəlir gətirib-gətirməyəcəyini, ümumiyyətlə Azərbaycan üzrə hansı regionlarda bu əmtəyə tələbin olacağını araşdırma bilərlər. Əlbəttə ki, regionlarda yaradılan belə mərkəzlər birbaşa olaraq Bakıdakı mərkəzə tabe olmalı, bölgələrdən əldə olunan məlumatlar Bakıya ötürülməlidir. Bakıda yerləşən mərkəz isə öz növbəsində AR İqtisadiyyat

Nazirliyinə birləşməlidir. Çünki belə olduqda dövlətin bu mərkəzlərə nəzarəti və eləcə də, fəaliyyətinin tənzimlənməsi daha asan olacaqdır. Belə layihələrdən biri “Kiçik və Orta Biznesin Dostu” 12 fevral 2019-cu il tarixində Qəbələdə öz fəaliyyətinə başlamışdır. Bu Şəki-Zaqatala iqtisadi ərazisi üzrə birinci belə layihədir. Bununla yanaşı Respublikanın 9 regionunda da bu layihə öz fəaliyyətinə artıq başlamışdır. Əgər layihə uğurla davam edərsə, o zaman sahibkarlığın inkişafı “Strateji Yol Xəritəsi”ndə nəzərdə tutulduğu kimi 2020-ci ildə gözlə görüləcək dərəcədə uğurlu olacaqdır. Bu layihə gözlənilən qədər uğurlu olarsa, bir sıra aşağıdakı məsələlər öz həllini tapmış olacaq:

- Məşğulluq problemləri həll oluna bilər. Yeni iş yerlərinin açılması ehtiyatda olan kadrların da işə cəlb edilməsi üçün şərait yaradır. Yəni əhali iş üçün Bakıya və ya başqa ölkələrə getməz və bununla da əhalinin miqrasiyasının da qarşısı alınabilir.
- Kiçik və orta sahibkarlığın inkişafının bütün ölkə ərazisində bərabər paylanmasına və bölgələrdə belə sahibkarların işlərinin əlaqələndirilməsinə imkan yaradır.
- Regionlarda baş tutacaq inkişaf əhalinin həyat səviyyəsinə təsir edəcəkdir və həmçinin ölkə ərazisində bölgələr arasında iqtisadi kommunikasiya da inkişaf edəcəkdir.

Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, kiçik və orta biznes idarələrinin maliyyələşdirilməsində lizinq, françayzing kimi mənbələrin önəmi böyükdür. Lakin onu da bildirmək lazımdır ki, bu mənbələrin cəlb edilməsində də müəyyən qədər problemlər var və bu məsələlər aradan qaldırılsa yaxud şərtlərdə dəyişikliklər baş verərsə, o zaman belə mənbələrdən maliyyələşdirilmənin səmərəliliyi daha da artar.

İlk öncə lizinq vasitəsilə maliyyələşdirilməyə nəzər saldıqda görünür ki, ölkəmizdə lizinq əməliyyatlarının həyata keçirilməsində bir sıra çatışmazlıqlar vardır. Bunlar aşağıdakılardır:

1. Əvvəla onu qeyd etmək olar ki, sahibkarlığın inkişafı üçün vacib sayılan maliyyə lizinində əsas vəsaitin vaxtından əvvəl sıradan çıxması müqavilədə qeyd edilən ödəniş məbləğinin sazişin müddəti bitənə qədər dəyişməməsi mənfi cəhətlərdən biridir. Bu isə o deməkdir ki, avadanlığın sıradan çıxmasına baxmayaraq lizinçalan onun cari dəyərindən artıq bir ödəniş edərək mənfəətini və ya istehsal gücünü artırma biləcəyi halda daha çox xərc və ya zərəmə uğrayır. Əgər yenidənqiymətləndirmə müəyyən bir müddətdən bir (məsələn: 6 ay) həyata keçirilərsə və onun nəticələrinə uyğun olaraq müqavilə şərtlərində dəyişiklik edilərsə, hər iki tərəf üçün nəticə daha yaxşı olar.
2. Digər bir çatışmazlıq isə inflyasiya və ya devalvasiya nəticəsində texnikanın dəyəri xarici valyuta ilə olduqda yaranan məzənnə fərqidir. Məsələn, bu gün əldə olunan avadanlığın dəyəri 200,000 dollardır. Maliyyə lizinçisi isə 5 il müddətinə bağlanılır. 2023-cü ildə əgər dollar qalxıb 2 AZN olarsa, o zaman texnikanın qiyməti 200,000 dolların AZN ekvivalenti olan 340,000 AZN-dən 400,000 AZN-ə qalxmış olur. Nəticədə yaranan məzənnə fərqi ödənilməsi yenə sahibkarın üzərinə düşür və o, burada 60,000 AZN ziyana düşür. Bu zərərin qarşısını almaq üçün ilk növbədə maliyyə lizinçisi müqaviləsində hər hansı bu kimi hallarda texnikanın dəyərinin dəyişməyəcəyi, məzənnə fərqi lizinçalanın zərəmə görməyəcəyi qeyd edilməlidir. Yəni bir növ lizinçverən buna zəmanət verməlidir.

Ümumilikdə görünür ki, bu cür hallar baş verdikdə, lizinç məsələlərini həyata keçirən təşkilatlarda müqavilələrdə bu cür çatışmazlıqların olması məhz hüquqi boşluqların göstəricisidir. Bu səbəbdən də bu prosesin icrası nisbətən riskli hadisəyə çevrilir.

Digər bir maliyyələşdirilmə mənbəyi isə demək olar ki, bütün inkişaf etmiş ölkələrdə istifadə olunan françayzinç hesabına maliyyələşdirilmədir. Yuxarıda françayzinçin müsbət və mənfi cəhətləri, riskləri, növləri və üstünlükləri qeyd edilmişdir. Lakin burada onun Azərbaycanda istifadəsində olan çatışmazlıqlara

diqqət yetiriləcəkdir. Ölkəmizdə franqayzinq sisteminin inkişafını təmin etmək üçün müəyyən addımlar atılmalıdır. Belə ki:

- Bunun üçün hər şeydən qabaq bu hüququ təqdim edən tərəf müəyyən güvən qazanmalıdır. Bu o deməkdir ki, franqayzinqi əldə edən sahibkar bu biznesə “investisiya” edəcəyi halda biznesə yatırdığı vəsaitin “batmayacağından” əmin olmalıdır. İri sahibkarlar, yəni, franqayzerlər indiyə qədər istehsal olunmuş məhsulların praktikada hansı nəticələri göstərdiyi barədə qarşı tərəfdə əminlik yaratmalıdır.
- Franqayzer istehsal proseduru, eləcə də, müxtəlif strategiyaları franqayziyə elə formada izah etməlidir ki, bu məhsul istehsalının gedişatına və keyfiyyətinə təsir etməsin. Yəni franqayzi olan müəssisə proseduru elə yerinə yetirməlidir ki, franqayzerin bazarda formalaşdırdığı imici qorusun, onun piarını zəiflətməsin. Habelə, bazara çıxartdığı əmtəyə olan tələbi ödəyə bilsin, istehsal prosesinin sürətini olduğu kimi saxlamağı bacarsın.
- Bu formada həyata keçirilən istehsal və satışdan elə bir qazanc əldə olunmalıdır ki, həm franqayzerin həm də franqayzinin mənafeyinə uyğun olsun və hansısa başqa bir alternativdən və ya investisiyadan əldə edəcəyi vəsaitin məbləğini təmin edə bilsin.
- Ümumiyyətlə, bütün bunların sonunda franqayzinqin Azərbaycanda inkişafını təmin etmək üçün atılmalı addımlardan bu fəaliyyəti icra etmək üçün uyğun mexanizmin yaradılmasıdır. Daha sonra isə franqayzerlər olan iri sahibkarlıq müəssisələri elə bir biznes-plan hazırlamalıdır ki, məqsədlərinə uyğun və istədikləri an franqayziləri tapa bilsinlər.

Dünya praktikasında işlədilən bir çox metodlar Azərbaycanda demək olar ki, istifadə edilmir və ya bunun üçün kifayət qədər imkan yoxdur. Belə metodlardan biri xarici təcrübədə istifadə edilən “crowdfunding”, yəni hərfi tərcümədə “kütləvi maliyyələşdirmə”-dir. “Kütləvi maliyyələşdirmə” 2008-ci il krizis dövründə Avropada yeni-yeni ortaya çıxan, onlayn bazalı bir maliyyələşdirilmə metodu idi. 2008-ci ildə Avropada baş qaldıran maliyyə böhranı səbəbi ilə artıq kiçik və orta

sahibkarlıq müəssisələrinin maliyyələşdirilməsində də müəyyən çətinliklərin meydana gəlməsinə səbəb oldu. Beləliklə, maliyyəçilər vəziyyət belə olduqda, yeni trend olan bu metoda diqqət verməyə başladılar.

Kütləvi maliyyələşdirmə - bir fikrin, layihənin və ya bir şirkətin maliyyələşdirilməsi üçün bir çox kapital təminatçısından (kütləvi şəkildə) internet vasitəsilə maliyyə resursları toplayaraq kapital axtaran tərəflər üçün qeyri-bank maliyyələşməsinin yeni bir formasıdır. Ümumiyyətlə, bu metod bazar iştirakçıları üçün standart prosedur təmin edən xüsusi bir platforma yaradır. Baxmayaraq ki, mürəkkəblilik və risk səviyyəsinə görə bir sıra kütləvi maliyyələşdirmə modelləri var, bu ümumi olaraq istifadə olunur. Dörd növ əsas kütləvi maliyyələşdirmə növü vardır. Bunlar: donor əsaslı, mükafat əsaslı, kredit bazalı və kapitalla əsaslanan kütləvi maliyyələşdirmədir. Bu növlər maliyyə resurslarının istifadəsinə və investirlərə gətirdikləri gəlirə əsasən bir-birlərindən fərqlənir.

Bağışa əsaslanan, yəni donor əsaslı kütləvi maliyyələşdirmə internetdən pul qazanmaq üçün ideal metoddur.

Mükafata əsaslanan növdə isə, sahibkarlar kütləvi maliyyələşdirmə vasitəsilə istehsallarını əvvəlcədən maliyyələşdirmək imkanı əldə edirlər. İnvestorlar belə növ maliyyələşdirmə zamanı gəlir əldə etmirlər, lakin bu prosesdə iştirak etdikləri üçün, onlar hazır məhsulları mükafat olaraq əldə edirlər.

Bunun əksinə olaraq , borc verməyə əsaslanan yəni kredit bazalı növdə isə qazanc qarşılığında çox sayda borc verənlərin kredit verməsini nəzərdə tutur. Bu metodda investisiyanı təmin etmək üçün investirlərə sabit faiz dərəcəsi ilə və ödəmə müddətinin sonunda qoyulan sərmayənin geri ödənilməsinə nəzərdə tutulur.

Kapitalla əsaslanan kütləvi maliyyələşdirmədə sərmayə şirkətləri şirkətdən səhm alır və onların qazancları şirkətin mənfəətinə qoşulmaq olur. Yəni onlara dividend ödənilir.

Ümumiyyətlə, kütləvi maliyyələşdirmə internet bazalı bir sistem olduğu üçün və dövrümüzün də internet dövrü olması səbəbi ilə Azərbaycanda da belə bir platformanın qurulması sahibkarlığın inkişafına böyük təkan verə bilər.

Yeni fəaliyyətə başlayan hər bir sahibkar mənfəət əldə etmək məqsədindən əvvəl ilk növbədə şirkətini böyütmək, onun fəaliyyətini genişləndirmək üçün çalışır. Bu zaman ənənəvi maliyyə mənbələrinə hər zaman diqqət yetirmək çətin olur. Banklara müraciət edərək kreditlə və ya sahibkarın özü tərəfindən investorların axtarışı ilə müqayisədə, maliyyələşdirilən və ya digər platformada müvəffəqiyyətli bir kütləvi maliyyələşdirmə kampaniyası yaratmaqla sahibkar öz məqsədini və fəaliyyətinin nədən ibarət olduğunu daha tez və düzgün bir şəkildə insanlara çatdırmağa bilər. Belə platforma ilə sahibkar işinin hekayəsini izah edə bilər, sürətli bir video çəkə bilər, diqqəti cəlb edən mükafatlar təyin edə və potensial investorların onu tapa biləcəyi belə mərkəzi yerdə hər şeydən faydalana bilər.

Güclü bir kütləvi maliyyələşdirmə kompaniyası biznesin etibarlılığını və sosial imicini yüksəldə bilər ki, bu da müəssisənin inkişafında vacib məsələlərdən biridir. Bu cür maliyyələşdirmə platformasından istifadə potensial investorların və müştərilərin yeni firmanın mallarına və əmtəələrinə maraq göstərdiyi zaman bir növ onlara qarşı həmin müəssisənin “sosial sübut”ünün formalaşmasına kömək edir. Yəni, bir investor sahibkarın ideyasını bəyənib ona dəstək verir. İşin gedişatı isə digər investorlar üçün müəssisənin necə fəaliyyət göstərdiyi barədə informasiya mənbəyinə çevrilir. Bu da nəticədə digər maliyyə mənbələrinin cəld edilməsinə kömək olur.

Beləliklə, şirkətlərə yeni yaranan zaman digər ənənəvi maliyyə mənbələrindən daha çox imkanlar yaradan kütləvi maliyyələşdirmənin sahibkarlar üçün bir sıra imkanlar yaradacaqdır. Bunlar aşağıdakılardır:

1. Ənənəvi “fundraising”, yəni bağış toplama fəaliyyətlərindən daha məhsuldardır. Bu da müəssisənin daha tez maliyyə vəsaiti əldə etməsinə səbəb olur.
2. İncə investorların cəlb edilməsini sürətləndirir və firmanın ətraf mühit üçün sosial sübutunu formalaşdırır, imicini yüksəldir.
3. Kütləvi maliyyələşdirmənin əsas nöqtəsinin sahibkarın öz biznesinin hekayəsini insanlara çatdırmaq olduğunu nəzərə alaraq, kütləvi informasiya vasitələrindən

və sosial mediadan istifadənin, həmin müəssisənin tez tanınmasına və marketing baxımından da daha tez inkişafı üçün şərait yaradır.

Azərbaycanda sahibkarlığın inkişafı üçün atılması mümkün olan addımlardan biri də xarici təcrübədə istifadə edilən və sistem qanunvericiliyinin inkişafı üçün qabaqcıl vasitələrdən biri olan qanunvericiliyin təsirinin təhlili sistemidir. Bu təhlilin əsas məqsədi mövcud və ya təklif olunan normativ və qeyri-normativ hüquqi prosedurların müsbət və mənfi aspektlərinin qiymətləndirilməsidir.

Hərtərəfli bir yanaşma təklif edən bu sistem, hökumət qərarlarını dəqiq və düzgün təhlil etməklə və mənfi situasiyaları minimuma endirməklə sahibkarlıq fəaliyyətində rol oynayan mövcud məsələləri araşdırmaqda çox vacibdir. Bu, təhlil aparılmadan alınmış birbaşa qərarların qarşısını alır və hakimiyyət orqanlarını qərarların qəbul edilməsi prosesində təklif edilən tam informasiya bazası ilə təmin edir. Qanunvericiliyin əlaqəli tərəflərlə müzakirəsi, onların mövqeləri və təsirləri bu təhlilin mühüm tərkib hissəsidir. Buna görə hazırlıq prosesinin rəsmi bir hissəsi olan qanunvericilik aktlarının normativ qanunvericiliyinə təsiri araşdırılmalıdır. Araşdırmalar əsasən, özəl sektorun normativ-hüquqi normalarının qəbul edilməsinin təsirinə yönəldilməlidir. Yeni qanunvericilikdə, ictimaiyyətin iştirakının düzgün tənzimlənməsi effektivdir. Ona görə ki, bu kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələri üçün onların qarşılaşa biləcəyi problemlər barədə informasiya rolunu oynaya bilər. Buna görə də qanunvericiliyin təsirinin təhlili ölkəmiz və onun qeyri-neft sektorunun bir hissəsi olan sahibkarlıq üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edə bilər.

Ölkəmizdə kiçik və orta biznesin inkişafından ötrü vacib məqamlardan biri də xarici birbaşa investisiyaların təmin edilməsidir. Azərbaycanda kiçik və orta müəssisələrə birbaşa xarici sərmayələrin cəlb edilməsinə xüsusi diqqət yetirilməlidir. İntestisiyaların cəlb edilməsi mexanizmləri və imkanları araşdırılmalıdır. Belə sahibkarlıq subyektlərinin potensial investisiya qaynaqları ilə birbaşa əlaqə yaratmaq üçün səy göstərilməlidir. Xarici investisiyaların və yeni

texnologiyaların cəlb edilməsinə dair məsələlər, bazar tədqiqatları, biznes planlarının hazırlanması və statistik məlumatların əldə edilməsi ilə dəstəklənən kiçik və orta biznes müəssisələri tərəfindən müntəzəm olaraq nəzərdən keçirilməlidir. Bu sahədə fəaliyyət göstərən yerli və xarici təşkilatların təcrübəsi və potensialı, bu müəssisələrə xarici sərmayələrin dəstəklənməsi üçün istifadə olunmalıdır.

Sahibkarlıq müəssisələrinin maliyyələşdirilməsində digər bir problem isə kreditlərin alınması və ümumiyyətlə, kiçik və orta biznesin kreditləşdirilməsi ilə bağlıdır. Problemin mənbəyində isə borcalan ilə borc verənlər arasında informasiya simmetriyasının pozulması dayanır. İnformasiya assimmetriyası borcalanın öz maliyyə vəziyyəti və investisiya imkanları barədə borcverəndən daha çox məlumata sahib olduğu zaman yaranır. Bu “kreditorlar bazarında” səmərəsizliyə gətirib çıxarır, çünki kreditorlar potensial müştərilər tərəfindən təmsil edilən riskləri qiymətləndirmək üçün kifayət qədər məlumata malik olurlar. Məhz bu səbəbdən də borcalanlar bazarın tələb etdiyi faiz dərəcəsində və hətta daha çox ödəniş etmək qabiliyyətində olsalar belə, bəzən kredit imkanlarından məhrum olurlar. İnkişaf etmiş ölkələrdə bu cür assimmetriyanı aradan qaldırmaq üçün “credit reporting service providers”- yəni, “kredit hesabatı təminatçıları” istifadə olunur. Bu hesabatın tərkibinə kredit məlumatları, kredit büroları və reyestrlər daxildir. Kredit hesabatlılığı vasitəsi ilə kiçik və orta biznes müəssisələri üçün maliyyə imkanlarının artırılması çətinliklərini təhlil edir və onların müəssisələr üçün daha əlçatan olmağı imkanlarını müəyyən edir. Ölkəmizdə bu cür hesabatlardan istifadə edilməsi sahibkarların yuxarıda qeyd edilən maliyyə mənbələrindən əlavə kreditlərlə təmini prosesini də inkişaf etdirə bilər.

Beləliklə, ölkəmizdə fəaliyyət göstərən kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin maliyyələşdirilməsi problemlərini həll etmək üçün bir sıra inkişaf etmiş dünya ölkələrinin təcrübəsindən istifadənin labüdlüyü artıq müasir dövrümüzdə də açıq görünür.

3.2 Dövlət vergi siyasətinin kiçik sahibkarlığın stimullaşdırılması mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi

Ölkəmizdə bazar iqtisadiyyatı atributlarının formalaşması və xüsusi ilə sahibkarlığın tərəqqisi, kiçik biznesin genişlənməsi əhalinin məşğulluğunda dövlətin yükünü azaltmaqla öz-özünə məşğulluğun payını çoxaltmışdır. Bu sahədə əsasən hüquqi şəxs yaratmadan fəaliyyət göstərən fiziki şəxslər aiddir. AR-da kiçik biznes subyektləri əsasən sadələşdirilmiş vergi rejimində fəaliyyət göstərən hüquqi və fiziki şəxslərdir. Beynəlxalq təcrübədə sahibkarlıq subyektlərinə gəlir vergisinin, hüquqi şəxslərə mənfəət vergisinin aşağı dərəcələrini tətbiq edirlər. Kiçik biznesə tətbiq edilən vergi dərəcələri iri sahibkarlıq subyektlərinə tətbiq olunan vergi dərəcəsindən xeyli aşağı olur. Ancaq azaldılmış vergi dərəcələrinin tətbiqi vergi inzibatçılığı nöqtəyi-nəzərindən bəzi problemlər yaradır. Misal üçün, iri vergi ödəyiciləri vergi planlaşdırılması və xüsusi manipulyasiya üsullarından istifadə etməklə aşağı vergi dərəcələrindən yararlanırlar. Digər tətbiq edilən güzəştlər vergi tətillərinin verilməsi ilə əlaqədardır. Yəni qeydiyyatı alındığı gündən bir neçə il müddətinə vergilərdən tamamilə azad olunur. Vergi tətilləri hal-hazırda Rusiya Federasiyasında, Moldovada və bir çox digər ölkələrdə tətbiq edilir. AR-da inovativ sahələrin tərəqqisini və bu sahədə fəaliyyət göstərən KOS subyektləri üçün genişmiqyaslı güzəştlər nəzərdə tutulmuşdur. AR-nın Vergi Məcəlləsində müvafiq icra hakimiyyətinin qərarına görə yaradılan sənaye və texnologiya parklarının rezidenti olan hüquqi şəxslərin sənaye və texnologiyalar parkındakı fəaliyyətindən qazandıqları gəlir – qanunvericiliyə uyğun şəkildə sənaye və texnologiyalar parkında qeydiyyatı alındıqları hesabat ilindən etibarən 7 il müddətinə mənfəət vergisindən, ƏDV-dən, torpaq vergisindən və əmlak vergisindən azad olunmuşlar.

Hazırda hər bir ölkə iqtisadiyyatının sosial və iqtisadi problemlərin həlli dövlət xərclərinin artırılmasını tələb edir. Bu nöqtəyi-nəzərdən vergi sistemi qarşısında duran əsas vəzifə artan dövlət xərclərinin maliyyələşməsinin təmin

olunmasından ibarətdir. Kiçik və orta biznesin inkişafının təmin olunmasında digər vergi növləri ilə müqayisədə gəlir vergisi xüsusi rol oynayır. Bunun əsas səbəbi sahibkarlıq fəaliyyəti nəticəsində qazanılan gəlirin demək olar ki, həmişə vergitutma obyektinə olması ilə əlaqədardır. Gəlir hansı dövlət büdcəsinə keçməsi sahibkarlar tərəfindən əldə edilən və sərəncamda qalan xalis mənfəətə birbaşa təsir göstərir. Yüksək gəlir vergisi dərəcələrinin tətbiqi bir tərəfdən dövlət büdcəsinə mədaxil olunan daxilolmaları artırır, digər tərəfdən isə sərəncamda qalan gəlirləri azaldır. Bu isə öz növbəsində sahibkarlar tərəfindən istehsalın genişlənməsi üçün investisiya qoyuluşlarına və son nəticədə kiçik və orta təsərrüfat subyektlərinin fəaliyyətinin genişlənməsinə birbaşa olaraq təsir göstərir.

Vergi siyasəti, iqtisadiyyatın bütün sahələrinə təsir göstərdiyindən vergi daxilolmalarının strukturu və onun dinamikasındakı mövcud meyillər xüsusilə nəzərə alınmalıdır. İqtisadi artımla vergi daxilolmaları arasında mövcud korelyativ asılılıqlar gəlir vergisi sisteminin formalaşması zamanı aşağıdakı əsas xüsusiyyətlərin nəzərə alınmasını tələb edir:

- Gəlir vergisi iqtisadi subyektlərin fəaliyyətinə birbaşa olaraq təsir göstərir. Yüksək gəlir vergisi iqtisadi stimullaşdırmanı zəiflədir və onun səmərəliliyini azaldır;

- Gəlir vergisi əhalinin gəlirlərə görə paylanmasına təsir göstərir. Əksər ölkələrdə sahibkarlara tətbiq olunan aşağı vergi dərəcələri digər təsərrüfat subyektlərinin fəaliyyətinə təsir göstərir və sosial bərabərsizliklərin yaranmasına səbəb ola bilər;

- Vergi qanunvericiliyinin qeyri-sabitliyi və onda olan dəyişikliklər yeni transaksiya və koqnitiv xərclərin yaranmasına səbəb olur.

Vergi ödəyiciləri öz fəaliyyətini yeni sistemlə uyğunlaşdırmalıdırlar. Bu isə daha öncə nəzərdə tutulmuş biznes planlarının dəyişməsinə, vaxtın itirilməsinə və bir çox arzuolunmaz xərclərin yaranmasına səbəb olur. Ona görə vergi sistemi dizayn olunmamışdan əvvəl bu xüsusiyyətlər nəzərə alınmalı və optimal variant qəbul edilməlidir. Ticarət və tikinti sahələrində sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul

olan fiziki şəxslər ölkə üzrə müəyyən edilmiş minimum aylıq əmək haqqının 50 faizi miqdarında, başqa sahələrdə sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan fiziki şəxslər isə 20%-nin miqdarında; Bakı şəhərində 100 faizi, Sumqayıt və Gəncə şəhərlərində 90 faizi, respublika tabeli digər şəhərlərdə 80 faizi, rayon mərkəzlərində, digər şəhərlərdə və qəsəbələrdə 60 faizi, kənd yerlərində 50 faizi miqdarında məcburi dövlət sosial sığorta haqqı ödəyirlər. Cədvəldən məlum olur ki, KOS subyektləri müxtəlif növ vergilər ödəyirlər. Bu vergilər fəaliyyət növündən asılı olaraq fərqlidir. Ancaq sahibkar üçün vacib olan məsələ faktiki olaraq ödənilən vergilərin onun gəlirində real olaraq neçə faiz təşkil etdiyini bilməsindən ibarətdir. Ona görə bu halda effektiv vergi dərəcəsi istifadə olunması əhəmiyyətli olur. Vergitutma iqtisadiyyatında effektiv vergi dərəcəsi ilə yanaşı marjinal vergi dərəcəsi anlayışından da faydalanırlar. Əgər gəlir vergisi şkalası proqresivdirsə, onda effektiv vergi dərəcəsi marjinal və nominal vergi dərəcəsiindən seçilir. Marjinal vergi dərəcəsi dedikdə hər bir vahid artan gəlirə görə tətbiq olunan son vergi dərəcəsi başa düşülür. Misal üçün, Azərbaycan orta sahibkarlıq subyektlərinə dövriyyənin müəyyən bir həddən yüksək olduğu halda tətbiq olunur. ABŞ-da 2007-ci ildə bu dövriyyə 370 min dollar, Almaniyada 320 min dollar, Slovakiya Respublikasında isə 70 min dollar olmuşdur. Maraqlı cəhət odur ki, hətta eyni bir sahədə fəaliyyət göstərən müəssisələr müxtəlif orta vergi dərəcələrinə malik ola bilər.

Hər bir müəssisənin özünün tətbiq etdiyi idarəetmə üsulları, əmək haqqı siyasəti fərqli olduğuna görə orta vergi dərəcələri də bir-birindən fərqlənir. Əksər ölkələrdə, misal üçün, OECD praktikasında orta fərdi qeyd olunmuş vergi dərəcələrindən (OFVD) istifadə edilir. Biz də gələcəkdə orta vergi dərəcəsi dedikdə, OFVD başa düşəcəyik.

Aşağıdakı cədvəldə Azərbaycanda Sahibkarlığın vergi öhdəlikləri göstərilmişdir.

Şəkil 1. Fərdi sahibkarlıq və kiçik və orta müəssisələrin əsas vergi öhdəlikləri

Vergi ödəyicisi	Vergi	Vergitutma obyektı	Vergi dərəcəsi
Kiçik və orta müəssisələr	Mənfəət vergisi	Vergi ödəyicisinin illik bütün gəlirləri ilə gəlirdən çıxılan xərc arasındakı fərq (qeyri-rezident vergi ödəyiciləri üçün yalnız Azərbaycandakı mənbədən tutulan gəlir nəzərə alınır)	20%
	Hüquqi şəxslərin əmlak vergisi	Müəssisələrin balansında olan əsas vəsaitlərin orta illik dəyəri	1%
	Ödəməmənbəyində tutulan vergi	KOM-lar tərəfindən və KOM-lara ödənilən dividendlər və faizlər	10%
Fərdi sahibkarlıq	Hüquqi şəxslərin torpaq vergisi	Azərbaycanda mülkiyyətdə olan və ya istifadə olunan torpaqlar	Torpağın yeri, keyfiyyəti və ölçüsündən asılı olaraq dəyişir
	Gəlir vergisi	Vergi tutulan ümumi gəlir ilə (əmək fəaliyyəti, sahibkarlıq və ya qeyri-sahibkarlıq fəaliyyəti ilə bağlı əldə olunan) Vergi Məcəlləsinə əsasən bu vergidən azad olunan gəlirlər arasındakı fərq	İllik gəlir:30.000 manataqədər 14%,30.000-dəyuxarı 4200 manat+30.000 manatdan yuxarı məbləğin 25 faizi
Kiçik və orta müəssisələr və fərdi sahibkarlar	Fiziki şəxslərin əmlak vergisi	Fiziki şəxslərə məxsus olan əsas vəsaitlərin dəyəri	Vəsaitlərdən asılı olaraq dəyişir
	Fiziki şəxslərin torpaq vergisi	Azərbaycanda mülkiyyətdə olan və ya istifadə olunan torpaqlar	Torpağın yeri, keyfiyyəti və ölçüsündən asılı olaraq dəyişir
Fərdi sahibkarlıq	SSH	İşçilərə ödənilən haqların ümumi məbləği (əmək haqqı və digər müvafiq mükafatlar), 2008-ci ildən başlamaqla xarici işçilərə ödənilən gəlir də SSH məqsədləri üçün nəzərə alınır	İşgötürən 22 faiz ödəyir.İşçinin əmək haqqından 3 faiz tutulur
	ƏDV	Azərbaycan daxilində mal və xidmətlərin dövriyyəsi, habelə malların idxalı	18,0 faiz
	Yol vergisi	Azərbaycanda mülkiyyətdə olan və ya istifadə olunan nəqliyyat vasitələri	Nəqliyyat vasitəsinin mühərrikinin həcmindən asılı olaraq dəyişir
Fərdi sahibkarlıq	Aksiz vergisi	Aksizli malların istehsal binasının hədudlarından kənara buraxılması	Malların növündən asılı olaraq dəyişir
	Mədən vergisi	Azərbaycan ərazisində çıxarılan faydalı qazıntılar	Faydalı qazıntıların növündən asılıdır.

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsi

Vurğulamaq lazımdır ki, kiçik və orta sahibkarlığın inkişaf etməsi üçün dizayn edilmiş vergi siyasətində OFVD-nin xüsusiyyətləri nəzərə alınır. Prinsip etibarilə marjinal vergi dərəcələri gəlirlərin vergitutma bazasına eyni dərəcə ilə

tətbiq olunduğu halda, OFVD effektiv faiz dərəcəsinə bərabər olmalıdır. AR-da muzdlu əməyə tətbiq edilən gəlir vergisi dərəcələri də bir-birindən fərqlidir. Bizim yuxarıda göstərdiyimiz misal şərti olduğundan yalnız 3 vergi növü göstərilmişdir. OFVD-ni dəqiq hesablamaq üçün bütün vergi ödəmələri nəzərə alınmalıdır. Bu vergi dərəcələrinin hesablanması faktiki olaraq makrosəviyyədə vergi yükünün qiymətləndirilməsi ilə anolojiyədir. OFVD-nin hesablanması praktikada müəssisələrə düşən vergi yükünün qiymətləndirilməsinə imkan verir. Faktiki olaraq orta OFVD-nin hesablanması iri sahibkarlıq subyektləri ilə sahibkarlıq subyektləri arasında olan fərqlərin xüsusiyyətlərinin araşdırılmasına imkan verir. İEÖ-də kiçik və orta sahibkarlığın vergi stimullaşdırılması sahəsində təcrübələri göstərir ki, ümumi vergitutma sistemi kontekstində progressiv vergi dərəcələrinin tətbiq edilməsi daha güclü effektlərə səbəb olur. Progressiv vergi dərəcəsi kiçik və orta sahibkarlığa öz inkişafının ilkin mərhələsində mənfəətə minimal vergi dərəcəsi tətbiq etməyə imkan verir. İnkişafın sonrakı mərhələlərində isə müəssisənin fəaliyyəti genişləndikcə daha yüksək vergi dərəcələrinin tətbiq edilməsi imkanı yaranır. Ancaq dövlətin səmərəli vergi siyasəti həyata keçirmək cəhdləri müxtəlif ölkələrdə fərqli nəticələrə gətirir. Misal üçün, Rusiya Federasiyasının təcrübəsindən məlum olur ki, iri müəssisələr kiçik müəssisələrə parçalanmaq yolu ilə vergilərə qənaət etməyə çalışırlar. Bu praktika başqa ölkələrdə də vardır. Misal üçün, ölkəmizdə sadələşdirilmiş vergi dərəcəsinin aşağı olması hətta bir çox şəxslərin əmək haqqına tətbiq edilən vergi dərəcəsinə yayınmaq məqsədi ilə sadələşdirilmiş vergi ödəyiciləri kimi qeydiyyatdan durmasına və vergidən yayınmasına səbəb olur. Bu isə süni şəkildə qeyri-aktiv vergi ödəyiciləri ordusunun yaranmasına səbəb olur. Eyni şəkildə mənfəət vergisindən yayınmaq məqsədi ilə şirkətlər bir neçə sadələşdirilmiş vergi ödəyiciləri şəklində qarşılıqlı asılı olan şirkətlərə çevrilir və öz aralarında aparılan manipulyasiya əməliyyatları ilə vergidən yayınırlar. Bu səbəbdən dövlətin səmərəli vergi siyasətinin qurulması aşağıdakı prinsiplərə əsaslanmalıdır:

1. Müəssislərin ilkin vergi yükü optimal və sabit olmalıdır.

2. KOS subyektlərinin vergi yükünün azaldılması vergi güzəştlərinin hesabına olmalıdır.

3. Müəssisənin uğurlu fəaliyyəti zamanı ümumi vergilərin artırılması istisna olunmalıdır.

Vergi dərəcəsinin optimal səviyyəsinin olması ideyası Laffer əyrisinin konsepsiyasının əsasında durur. Bu konsepsiyaya əsasən, vergi dərəcələrinin artırılması müəyyən C nöqtəsinə qədər vergi daxilolmalarının artmasına səbəb olur. Ancaq vergi dərəcələrinin sonrakı artımları istehsalın tərəqqisi stimullarının azalmasına səbəb olur. Son olaraq, gəlirin həcmi və vergi daxilolmalarının həcmi azalır. Bu konsepsiya J.Byukenin, Q. Monissenin, L. Sokolovskinin, C. Moşoviçin və b. işlərində daha da təkmilləşmiş və Laffer əyrisinin həndəsi xüsusiyyətləri ətraflı öyrənilmişdir. Ancaq vurğulamaq lazımdır ki, müasir şəraitdə Laffer nəzəriyyəsi öz effektivliyini sübut edə bilməmişdir.

Mikro-səviyyədə vergi yükünün qiymətləndirilməsi aşağıdakı vergilərin nisbəti ilə müəyyənləşdirilir:

- 1) Satışdan əldə edilən vəsaitlərə olan vergi;
- 2) ƏDV;
- 3) Hesablanmış və xalis mənfəətə qoyulan vergi.

I metod vergi orqanları tərəfindən səyyar vergi yoxlamaları üçün müəssisələrin seçilməsi meyarlarının biri kimi istifadə edilir. Bu metodun bəzi nöqsanları vardır. Vergi yükünün eyni olması hələ müxtəlif sahə müəssisələrinin vergi gərginliyinin eyni olması demək deyildir. İkincisi, satışdan əldə edilən vəsait vergi ödənilməsi üçün aid olunmuş bütün məbləği əhatə etmir. Satışdan əldə edilən vəsait əsasında hesablanmış vergi müəssisənin maliyyə vəziyyətinə vergilərin təsirini müəyyən etməyə imkan vermir.

II metodun köməyi ilə vergi yükünün hesablanması müxtəlif sahə müəssisələri üçün vergi gərginliyinin orta qiymətini təyin etməyə imkan verir və bununla da sahə mənsubiyyətindən asılı olmayaraq bütün müəssisələrin vergi gərginliklərinin müqayisə imkanı yaranır. Ancaq ƏDV ödəmələri üçün əlaqədar

olmayan məqsədli təyinat əhəmiyyəti daşıyan aşınmalar da aid olunur. Buna görə, əlavə dəyər əsasında aparılan hesablamalar xətalara malikdirlər və vergitutmanın optimallaşdırılması yollarını müəyyən etməyə imkan vermirlər. Bir çox tədqiqatçılar birinci və ikinci metodları, müəssisələrin xərclərinin strukturunun müxtəlifliyi, həmçinin tətbiq edilən vergitutma sistemlərinin müxtəlifliyi səbəbindən tətbiq etməyi məqsədəuyğun saymırlar. Tədqiqatçılar vergi yükünün dəqiq meyarını hesablanmış mənfəəti hesab edirlər. Ancaq bu yanaşma da nöqsanlıdır, ona görə ki, vergi yükü ancaq mənfəətə qoyulan vergi əsasında deyil, həm də vergitutmanın digər bazaları əsasında tutulan vergiləri də əhatə edir. Vergi yükünün müəyyən edilməsi üçün yuxarıda göstərilən metodların sintezindən, yəni hər vergi növü üzrə müvafiq vergitutma bazası əsasında hesablanmış vergilərin və sonradan vergi yüklərinin cəmlənməsi, istifadə etmək daha düzgün olardı. Məlumdur ki, sintetik yanaşmanın tətbiqi müxtəlif sahələrin müəssisələrinin vergi yüklərinin əlavə dəyərin və xərclərin strukturlarının müxtəlifliyi səbəbindən fərqlənmələrini bilməyi tələb edir. Ancaq müxtəlif sahələrin müəssisələrinin vergi yüklərindəki fərqlərin aşkarlanması imkan verir ki, vergi yükünün bərabərləşdirilməsi üçün müxtəlif sahələrin müəssisələrinin ümumi vergi yükü meyar kimi götürülərək faiz dərəcələrinin əsaslandırılmış differensial rekviziyasını mümkün etsin. Cəmi vergi yükünün bərabərliyinin təmin olunması özlüyündə müəssisələrin fəaliyyətinin effektivliyi problemini həll etmir, çünki bu effektivlik insan kapitalının istifadəsindən ciddi şəkildə asılıdır.

Məlumdur ki, bir çox sahibkarlar maddəli əməkçilərin mənafeələrinin ziddinə olaraq stimullaşdırıcı ödənişlər əvəzinə qeyri-rəsmi əməkhaqqı ödəyirlər. Bu səbəbdən də, dövlət vergi siyasəti əməkhaqqının yüksəldilməsinin və leqallaşdırılmasını həvəsləndirməlidir. Bu məsələnin həll edilməsi üçün təsirli vasitələrə sahib olan dövlət müəssisələrin iqtisadi effektivliyinin artırılması, əhalinin rifah halının və sosial-iqtisadi inkişafın səviyyəsinin yüksəldilməsi şərtlərini təmin etməlidir. Müəssisələrin iqtisadi effektivliyinin və əmək haqqının artırılması məqsədi ilə mənfəət vergisinə iqtisadi effektivliyin və əmək haqqının

artdığı təqdirdə müvafiq vergi çıxılmasını etmək vacibdir. Dövlət vergi siyasətinin göstərilən istiqamətlərdə təkmilləşməsi KOS subyektlərinin yaradılmasını və inkişafını həvəsləndirilməsinə, əhalinin gəlirlərinin ləqallaşmasına, kiçik, orta və iri biznesin gəlirlərinin ləqallaşmasına, müəssisələrin inovasiya aktivliyinin yüksəlməsinə, vergi mühitinin yaranmasına səbəb olacaq ki, bu da nəticədə, büdcəyə vergi daxilolmalarının artmasına və milli social-iqtisadi tərəqqinin səviyyəsinin yüksəlməsinə təkan verəcəkdir. Bütün bu deyilənlərdən belə qənaətə gəlmək olar ki, Sahibkarlığa düşən vergi yükü onun stimullaşdırılması üçün iri sahibkarlıq subyektlərindən fərqləndirilməlidir. Mənfəət vergisinin aşağı dərəcələri ilə tətbiqi inzibatçılıq cəhətdən mürəkkəb olsa da, praktik cəhətdən İEÖ-də müsbət nəticələrini vermişdir. Praktiki olaraq mövcud vergi qanunvericiliyi kontekstində fəaliyyət göstərən iri və KOS subyektləri eyni OFVD-yə uğramasını göstərir. Ancaq fərdi sahibkarlar üçün OFVD fərqli qiymətlər verir.

ƏDV-nin tətbiqi.

Kiçik biznesi stimullaşdıran vergi siyasətinin formalaşdırılması zamanı əsas problemlərdən biri ƏDV-nin tətbiqi ilə əlaqədardır. Sahibkarlığın tərəqqisini stimullaşdıran vergi siyasətinin dizaynı zamanı ƏDV-yə xüsusi diqqət yetirilməlidir. İlk dəfə yeni yaradılan əlavə dəyərdən vergi tutulması ideyası 20-ci əsrin əvvəllərində məşhur alman sənayeçi Dr.Simens tərəfindən irəli sürülmüşdür. Bu ideyanın əsas mahiyyəti yeni yaradılan dəyərin vergiyə cəlb olunması və son vergi yükünün istehlakçının üzərinə atılmasından ibarət olmuşdur. Belə olan halda vergi yükünün bir hissəsi istehsaldan istehlakçıya keçir, əvəzində isə istehsal edən şəxs öz istehsalını artırmaq üçün sərəncamda qalan gəlirini artırmaq imkanını qazanır. Ona görə ki, istehsalçının ƏDV-ni əvəz etmək hüququ olduğu halda, son istehlakçının bu hüququ olmur. Bu ideyanı irəli sürən zaman Dr.Simens əvvəlcə istehsalın genişləndirilməsi marağını güdürdü. Ancaq digər tərəfdən dövlət də ƏDV-ni əldə etmək üçün iqtisadi inkişafın, xüsusi ilə rentabelli elm tutumlu sahələrin və həmçinin əhalinin gəlirlərinin artmasında maraqlı olur. Bu fikir 20-ci

əsrin ilk onilliyində irəli sürülsə də, o ilk dəfə 50-ci illərdə Fransada tətbiq edilməyə başlandı.

ƏDV təxminən 60 ildən az müddətdə tətbiq edilməyə başlasa da, bütün dünyada vergitutmanın həlledici komponentlərindən birinə çevrilmişdir. ƏDV-nin sürəkli və davamlı artımı 20-ci əsrin vergitutma praktikasında diqqətəlayiq hadisəsidir. BVF-nun ekspertləri bu vergi növünün yayılmasını və tətbiqini təhlil edərək aşağıdakı suallara cavab tapmağa çalışırlar:

- ƏDV bir vergi kimi nə dərəcədə effektivdir?
- Nə dərəcədə ədalətlidir?
- Bütün ölkələr üçün yararlıdır mı?.

Digər vergi növləri ilə yanaşı ƏDV kiçik biznes subyektlərinə daha çox vergi və inzibatçılıq yükü əmələ gətirir. Əksər ölkələrdə, misal üçün, Beynəlxalq Maliyyə Korporasiyası tərəfindən Ukraynada aparılan tədqiqatın nəticələrindən məlum olur ki, ƏDV-ni gəlir vergisinə nisbətən daha problematik bir vergi növü kimi qəbul edirlər (29). Bu zaman kiçik biznesə düşən inzibatçılıq yükü orta biznesə nisbətən daha yüksək olur. Kiçik biznesin inkişafında ƏDV-nin tətbiq olunmasının əsas problemləri bunlardır:

- Kiçik biznes subyektlərinin demək olar ki, böyük qismi ƏDV-nin tətbiqinin böyük transaksiya xərclərinə gətirdiyini göstərirlər;
- Vergi orqanları kiçik biznesdən daxil olan ƏDV-nin çox kiçik paya (bəzən ümumi vergi daxilolmalarının 1%-dən aşağı olması) sahib olmasını qeyd edərək onun toplanılmasına çəkilən xərclərin böyük olmasını qeyd edirlər;
- Kiçik biznes subyektlərinin qeyri-formal sektorda fəaliyyət göstərməsi onların əlavə vergi ödəyiciləri kimi qeydiyyatda alınmasında problemlər yaradır.

AR Vergi Məcəlləsinin 155-1-ci maddəsinə əsasən sahibkarlıq fəaliyyəti göstərən və ardıcıl 12 aylıq dövrün müəyyən bir ayında vergi tutulan əməliyyatlarının həcmi 200000 manatdan artıq olan şəxslər ƏDV məqsədləri üçün qeydiyyatda dair ərizə verməyə borcludur. Ölkəmizdə kiçik biznes subyektləri üçün

könüllü olaraq sadələşdirilmiş vergi rejimindən ümumi vergi rejiminə keçid nəzərdə tutulmuşdur.

Vergi Məcəlləsinin 156.1-ci maddəsinə əsasən qeydiyyatdan keçməli olmayan sahibkarlıq fəaliyyəti göstərən şəxs vergi orqanına ƏDV-nin məqsədləri üçün qeydiyyat haqqında könüllü olaraq ərizə verə bilər. Bu cür könüllülük prinsipi hər bir ölkədə nəzərdə tutulmamışdır. Şübhəsiz ki, istənilən kiçik biznes subyektinin bir vergi rejimindən digərinə keçməsi onun koqnitiv və transaksiya xərclərinin (yeni sistemə keçidlə bağlı olaraq yaranan xərclər) artmasına səbəb olur. Sadələşdirilmiş vergi rejimində fəaliyyət göstərən vergi ödəyicisinin həmin rejim kontekstində fəaliyyət göstərməsi onun biznesinin genişləndirmə imkanlarını məhdudlaşdırır. Başqa vacib məqam ƏDV qeydiyyatında durmayan vergi ödəyicilərinin əvəzləşdirmə hüququnun olmaması ilə bağlıdır. Vergi Məcəlləsinin 176.4-cü maddəsinə əsasən ƏDV-nin ödəyiciləri olmayan alıcılara pərakəndə mal göndərildikdə və yaxud xidmət göstərildikdə, elektron –hesab fakturası əvəzinə qəbz və yaxud çek verilə bilər. Qəbzlər, çeklər, təyin edilmiş qaydada tərtib olunmayan elektron vergi hesab fakturaları, nağd əməliyyatların rəsmiləşdirildiyi sənədlər verginin əvəzləşdirilməsinə əsas vermir. Bütün bu deyilənlərdən ƏDV-dən azad olmanın üstün cəhətlərinə aşağıdakıları aid etmək olar:

- Vergi sistemə uyğunlaşma səviyyəsinin sadəliyi;
- İnzibatçılıq xərclərinin aşağı olması;
- Vergi orqanlarının resurslarının daha yüksək riskli sahələrə istiqamətlənməsi və s. ƏDV-dən azad olmanın çatışmayan cəhətləri heç də onun üstünlüklərindən az deyildir:

- ƏDV-nin əvəzləşdirilməsi hüququnun olmaması;
- Biznesin inkişafına vergi baxımından olan stimullarının zəif olması;
- ƏDV qeydiyyatında olan vergi ödəyicilərinin ƏDV-nin əvəzləşdirilməsi hüququ olmayan təsərrüfat subyektləri ilə iqtisadi əlaqələrin qurulmasının səmərəli olmaması.

Dövriyyə müəyyən həddi keçdikdən sonra ƏDV qeydiyyatına durmaq öhdəliyi yaranır. AR-nın Vergi Məcəlləsinə əsasən ƏDV-nin fərqli dərəcələri nəzərdə tutulmadığına görə kiçik biznes subyektinin vergi yükü artmış olur. Ona görə vergi rejiminin dəyişilməsi zamanı ƏDV-nin azaldılmış dərəcələrindən istifadə edilməsi bu prosesin mərhələli şəkildə həyata keçirilməsinə imkan vermiş olardı.

Kiçik biznesdə ƏDV-nin tətbiqi və ya tətbiq olunmaması həddlərinin artırılması zamanı vergi orqanları əsas hədd kimi vergi tutulan əməliyyatlarının həcmi əsas götürür (1). Bu həddin artırılması və ya azaldılması vasitəsi ilə vergi ödəyicilərinin hansı rejimdə fəaliyyət göstərməsinə təsir göstərmək olar. Bu həddi birinci parametr kimi qəbul etmək olar. İkinci parametr olaraq ƏDV-nin dərəcəsinə əsas götürmək olar. Bu iki parametrdən istifadə etməklə qarşıya qoyulan məqsəd və gözlənilən nəticələrin effektivliyinin monitorinqinin aparılması üçün aşağıdakı sxemdən istifadə etmək olar.

ƏDV ödəməyən şirkətlər mal və xidmətlər bazarında rəqabət baxımından nisbi üstünlüklərə sahib olur. Daha əvvəl də dediyimiz kimi ƏDV istehlak vergisi olduğundan ikinci qrupa daxil olan şirkətlər onu ödəmədiyinə görə onun istehsal etdiyi mal və xidmətlərin qiyməti daha aşağı olur. Onlar ƏDV-ni ödəmədiyinə görə birinci qrupa daxil olan şirkətlərlə iqtisadi əqdlərin aparılması zamanı onları ƏDV-nin ödənilməsi zamanı əvəzləşdirmə imkanlarından məhrum edirlər. Bu isə öz növbəsində belə mənfəət təsirlərə malik olduğuna görə bu iki qrup şirkətlər arasında əqdlərin bağlanılmasına mənfəət təsir göstərirlər. Belə mənfəət təsirlərə mane olmaq üçün bir çox ölkələrdə, hətta dövriyyəsi ƏDV həddindən aşağı olan şirkətlər də könüllü olaraq ƏDV ödəyicilərə kimi qeydiyyatdan keçə bilərlər.

Sahibkarlığın fəaliyyətini stimullaşdıran vergi siyasətinin formalaşması hal-hazırda İEÖ və İEOÖ-də əsas problemlərdən biridir. Sahibkarlığın vergiyə cəlb olunması digər sahələrdəki kimi müvafiq problemlərin həllini tələb edir. Birinci əsas məsələ vergi ödəmələrinin (xərclərinin) Sahibkarlığın inkişafına təsirini öyrənməkdən ibarətdir. Vergi xərclərinin iri sahibkarlıq subyektlərinə təsiri kiçik

biznesə təsirindən fərqlidir. Vergi xərcləri məhdud maliyyə resurslarına malik kiçik biznesin fəaliyyətinə mənfi təsir göstərə bilər. Kiçik biznes iqtisadi tərəqqiyə və xüsusi ilə yeni iş yerlərinin açılmasının əsas hərəkətverici qüvvəsi olduğuna görə, ona uyğun olan vergi sisteminin formalaşması vacib və praktiki əhəmiyyətə malik olan bir məsələ kimi baxılır.

Hazırda qloballaşma şəraitində vergi qanunvericiliyinin beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması vacib məsələdir. Əgər vergi siyasəti əsasən iri sahibkarlıq subyektlərinin vergiyə cəlb olunması ilə bağlı olsaydı, onda kiçik biznes daha yüksək vergi yükünə məruz qala bilərdi. Bütün bu deyilənlərin əsasında Sahibkarlığda əlavə dəyər vergisinin tətbiqi ilə bağlı aşağıdakı nəticələrə gəlmək olar:

- ƏDV-ni ödəməkdən azad edilən vergi tutulan əməliyyatların həcmi ilə əlaqədar müəyyən olunmuş hədd (1) subyektiv xarakter daşıyır;

- Sadələşdirilmiş vergi rejimində (ƏDV ödəməyən) fəaliyyət göstərən vergi ödəyiciləri (kiçik biznes subyektlərinin böyük əksəriyyəti) ümumi vergi ödəyicilərinin 90%-dən çoxunu təşkil etsə də, onlar vasitəsi ilə həyata keçirilən ödəmələr ümumi vergi daxilolmalarının 1-2%-ni təşkil edir;

- ƏDV kimi qeydiyyatdan keçməyən kiçik biznes subyektlərinin inkişaf perspektivləri xeyli dərəcədə məhduddur.

Bu problemlərin yoluna qoyulması üçün aşağıdakı tədbirlərin görülməsi məqsədəuyğun olardı.

- AR-da kiçik, orta və mikrofirmaların təsnifat meyarları hər biri üçün ayrılıqda müəyyən olunması;

- ƏDV-dən vergi tutulan əməliyyatların həcminə görə azadolmanın, əsasən kiçik və mikrofirmalara aid olunması;

- Bu həddin mərhələli şəkildə azaldılması və ƏDV ödəyicilərinin sayının artırılması;

- ƏDV ödəyiciləri kimi qeydiyyatda olan sahibkarlıq subyektlərinə ƏDV-nin azaldılmış dərəcəsinin tətbiqi.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Sahibkarlıq fəaliyyəti ümumilikdə iqtisadiyyatın qeyri-neft sektorunda əhəmiyyətli yer tutması isə xarakterizə olunur. Bu tək bizim ölkəmizin iqtisadi fəaliyyətində deyil, bütün dünya üzərində - həm inkişaf etmiş, həm də inkişafının genişlənmə mərhələsində olan ölkələr üçün xarakterikdir. Xüsusilə də, hazırki internet dövründə insanların sahibkarlıqla məşğul olmağı, bu iş üzərindən gəlir əldə etməyə çalışmağı daha az vaxt tələb edən və xeyli dərəcədə sürətlidir.

Bütün bu amillərdən əlavə olaraq, biznesin inkişafını təmini üçün ən vacib məqam onun maliyyə resursu ilə təmin edilməsidir. Əlbəttə ki, buna görə bir sıra maliyyələşdirmə mexanizmləri mövcuddur. Belə mənbələrə xüsusilə Ölkə Başçısının sözügedən sektorun inkişafı və eləcə də ölkədə biznes strukturunu gücləndirmək üçün atdığı addımları, Sahibkarlığın İnkişafı Fondunun vəsaitlərinin yönəldiyi istiqamətləri aid etmək olar. Lakin ümumi baxış aspektindən yanaşılan zaman, burada əsas məsələ kiçik və orta sahibkarlıqla məşğul olmaq istəyən hər bir şəxsin ilk olaraq yuxarıda qeyd edilənlərdən əlavə, hansı mənbələrdən bu resursları əldə edə bilməsidir. Ancaq çox vaxt sahibkar yeni olduğu üçün əgər onun öz vəsaiti kifayət deyilsə, kənardan maliyyə vəsaitlərinin cəlb edilməsi çətin olur.

Tədqiqat işinin də əsas məqsədi və vəzifəsi də məhz bu halların qarşısını almaq üçün Azərbaycanda sahibkarlıq sektorunun mövcud vəziyyətinin araşdırılaraq təhlil edilməsi, bu fəaliyyət növünün Respublikamızdakı genişlənmə imkanları və zəif tərəflərinin öyrənilməsi, bu halların aradan qaldırılması məqsədilə təklif və tövsiyələr işləyib hazırlamaq olmuşdur.

Beləliklə, araşdırmaların sonunda bir sıra nəticələr əldə edilmişdir. Həmin nəticələrə əsaslanaraq isə müəyyən təkliflər önə sürülmüşdür. Bunlar aşağıdakılardır:

1. Kiçik və orta sahibkarlığı stimullaşdıran vergi siyasətinin formalaşması hər bir ölkədə fərdi xarakter daşıyır. Ancaq ümumi istiqamətlər vergi inzibatçılığının

sadələşdirilməsi, vergi mədəniyyətinin yüksəldilməsi, iri biznes subyektlərinə nisbətən güzəştli vergi rejimlərinin tətbiq olunması ilə əlaqədardır.

2. Sahibkarlığın inkişafının vergi siyasəti vasitəsi ilə stimullaşdırılması əvvəlcə onun vergi məqsədləri üçün meyarlarının müəyyən olunmasını tələb edir. AR-da mövcud qanunvericiliyə əsasən ancaq kiçik müəssisələrin meyarları müəyyən edilmişdir. Hansı müəssisələrin orta biznesə və ya mikrofimalara aid edilməsi məlum deyildir. Beynəlxalq praktikada bu sahədə qəbul edilmiş standartlara əsasın KOS subyektləri müvafiq meyarlar üzrə kiçik, orta və mikrofimalara bölünürlər. Mikrofimalara və ya kiçik biznesə tətbiq edilən güzəştlər orta biznesə aid edilmir. Bu nöqtəyi-nəzərdən AR-da vergi qanunvericiliyində orta biznesin və mikrofimaların meyarlarının müəyyən edilməsi zərurəti yaranmışdır. Kiçik və orta sahibkarlığın meyarlarının beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması əhəmiyyətli bir məsələdir.

3. Ölkəmizdə iqtisadi fəaliyyət növləri üzrə mikrofimalar və orta sahibkarlıq müəssisələri üçün aşağıdakı meyarlar təklif edilir:

AR-da iqtisadi fəaliyyət növləri üzrə mikrofimaların müəyyən edilməsi meyarlarının təklif edilən hədləri:

AR-da iqtisadi fəaliyyət növləri üzrə orta sahibkarlıq subyektlərinin müəyyənləşdirilməsi meyarlarının təklif edilən hədləri:

5. Sadələşdirilmiş vergi rejiminin tətbiqi nəticəsində sahibkarlığın vergi yükü azalmış, mühasibat uçotu və hesabatının təqdim edilməsi əhəmiyyətli dərəcədə sadələşmişdir. Bu vergi növü xüsusilə regionlarda yeni iş yerlərinin açılmasına, kiçik biznes obyektlərinin rəqabət qabiliyyətliliyinin formalaşmasına şərait yaratmışdır. Ancaq müxtəlif fəaliyyət növləri ilə məşğul olan şəxslər gəlir vergisindən yayınmaq məqsədi ilə sadələşdirilmiş vergi ödəyiciləri kimi qeydiyyatla durmaqla faktiki olaraq vergidən yayınırlar. Nəticədə qısa müddət ərzində fəaliyyətini dayandıran vergi ödəyicilərinin sayı artır, bu isə bir çox inzibati xərclərin yaranmasına səbəb olur. Bunun əsas səbəbi fiziki şəxslərin gəlir

vergisinin dərəcəsi ilə sadələşdirilmiş vergi dərəcəsi arasında böyük fərqlərin olması ilə bağlıdır.

7. Beynəlxalq təcrübədən məlum olur ki, innovativ sahələrin, tədqiqat və bilik yönümlü kapitalın inkişafında sahibkarlıq strukturları xüsusi rol oynayır. Bu sahələrin inkişafı məqsədi ilə mənfəət və ƏDV-nin azaldılmış və fərqli dərəcələrdən istifadə olunma bilər.

8. Fərdi sahibkarlara və mikrofirmalara vergitutmanın patent sisteminin tətbiqi vergiyə cəlb olunması bir sıra çətinliklər yaradan müxtəlif peşə sahiblərinin leqal fəaliyyətini təmin etməklə, əlavə vergi potensialı mənbələrini yaradardı.

9. Edilən tədqiqatlardan məlum olur ki, kiçik və orta müəssisələrin meyarlarının təyinində və onların vergiyə cəlb edilməsində beynəlxalq ümumi qəbul edilmiş qaydalar yoxdur.

Təkliflər

1. İlk olaraq, əldə olunan nəticələr sırasına kiçik və orta biznes fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrin inkişafının ölkə iqtisadiyyatına müsbət təsir etdiyi faktı aiddir. Çünki, əgər belə müəssisələrin sayı artarsa, məşğul olan əhəlinin sayı artar və həmçinin iş axtarmaq məqsədilə başqa ölkələrə gedən yerli əhəlinin sayı azalmış olar.

2. Gəlinən daha bir nəticə isə Azərbaycan bazarında yerli istehsal olan malların həcmi ilə bağlıdır. Belə ki, əgər ölkədə KOS-ların sayı artarsa, bu zaman bazarda öz istehsalımız olan malların həcmi də artar. Əlavə olaraq, əgər bu müəssisələrin maliyyə təminatı yüksək olarsa, o zaman, istifadə olunan xammal və materiallar da keyfiyyət cəhətdən yüksək olar. Nəticədə, yekun olaraq hazır məhsul keyfiyyət baxımından xarici mallardan geri qalmaz və əhəli də artəq yerli istehsala aid olan əmtəələrə daha çox üstünlük verər.

3. Françayzinq dünyanın bir çox iri şirkətlərində və inkişaf etmiş ölkələrində istifadə olunur. Lakin ölkəmizdə fəaliyyət göstərən kiçik və orta ölçülü firmalarda maliyyələşmə mənbəyi kimi bu metod demək olar ki, işlədilmir. Bunun üçün ilk növbədə iri biznes müəssisələrinin təcrübəsindən istifadə etmək lazımdır.

Bu praktikalardan yararlanaraq sahibkar onları öz biznesinə tətbiq etməlidir. Həmçinin kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələri bu metodla bazarda frənçayzeri olduğu iri firmaların brendindən və yaratdığı güvəndən istifadə edərək özlərinə müəyyən mövqe qazana bilərlər.

4. Digər bir təklif isə yuxarıdakı paraqrafda da qeyd edildiyi kimi, “crowdfunding” adlanan maliyyələşdirmə metodundan istifadədir. Belə ki, Azərbaycanda yox dərəcəsində olan bu metod əslində elə yaşadığımız internet əsrində mükəmməl bir vasitədir. Əgər sırf bu istiqamətdə bir internet platforması yaradılsa, burada biznes mühitinə yeni-yeni addım atmağa başlayan hər bir müəssisə özünün sosial tanıtımı vasitəsilə investorları cəlb edə, həmçinin özünə müxtəlif ölkələrdən belə maliyyə vəsaiti cəlb edə bilər. Hətta bu zaman belə sosial mühitdə firmanın yayılan tanıtımı sayəsində müəssisələr reklam xərclərinə də qənaət etmiş olar.

5. Növbəti təklif kiçik və orta müəssisələrdə maliyyə baxımından yaranan risklərin qarşısını almaq və ya onları yumşaltmaqla bağlıdır. Beləliklə, yenə də beynəlxalq təcrübədə və böyük şirkətlər tərəfindən geniş istifadə olunan bir taktika – “hedging” taktikası işlədilsə, sahibkar ola bilsin ki, risklərini əvvəlcədən müəyyən edə, ya da riskə məruz qaldıqda bu vəziyyətdən minimum ziyanla çıxıb bilər. Bunun üçün xüsusi olaraq, bu fəaliyyətlə məşğul olan ekspertlərin təcrübəsindən yararlanmaq lazımdır.

6. Sahibkarlıqda digər çatışmazlıq isə məhz sığorta ilə əlaqədardır. Belə ki, hazırki dövrdə sığorta şirkətləri kiçik və orta müəssisələrinin sığortalanmasında bir o qədər də maraqlı deyil. Ona görə ki, onlar belə şirkətlərlə bağlı riskləri hesablama bilmirlər və nəticədə sığortalama məsuliyyətini də üzərlərinə götürürlər. Bunun qarşısını almaq üçün müəyyən hüquqi aktlar hazırlanarsa və bu barədə hər iki tərəfin mənafeyinə uyğun müəyyən qərarlar qəbul edilərsə, sığorta şirkətləri də maliyyələşdirilməkdə dövlət dəstəyi alarsa bu problem həll oluna bilər.

7. Sonuncu təklif isə sahibkarlığın ilkin maliyyə təminatlı məqsədilə vençur kapitalını təmin edən bir fond yaradılmasıdır. Düzdür, dövlətimiz sahibkarlara Sahibkarlığın İnkişafı fondu çərçivəsində müəyyən qədər yardımlar edir, lakin bəzən startaplar üçün vençur kapitalı qaçınılmaz olur. Beləliklə, belə bir fondun yaradılması, məhz yeni layihələr üçün yardım və biznesə qoşulmaq istəyən şəxslər üçün isə yeni bir ilham qaynağı ola bilər.

İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT

Azərbaycan dilində

1. “Azad Sahibkarlıq Hüququ”., AR Konstitusiyası, maddə 59.
2. “Azərbaycan Respublikası Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu haqqında Əsasnamə” , Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 27 avqust 2002-ci il, № 779.
3. “Azərbaycan Respublikası Sahibkarlığa Kömək Milli Fondunun vəsaitlərinin istifadəsi mexanizminin təkmilləşdirilməsi haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 13 oktyabr 2011-ci il.
4. “Azərbaycan Respublikası Sahibkarlığa Kömək Milli Fondunun vəsaitinin istifadəsi Qaydaları”., Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 27 avqust 2002-ci il, № 779.
5. “Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına dair Strateji Yol Xəritəsi”., Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 6 dekabr 2016-cı il, № 1138.
6. “Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsində dəyişikliklər edilməsi haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu., Bakı şəhəri, 30 noyabr 2018-ci il, № 1356-VQD.
7. “Kiçik sahibkarlığa dövlət köməyi haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu., Bakı şəhəri, 4 iyun 1999-cu il, № 673-İQ.
8. “Kiçik sahibkarlığa dövlət köməyi haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu., Bakı şəhəri, 4 avqust 1999-cu il, № 171.
9. “Lisenzialaşdırma sahəsində bəzi tədbirlər haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 21 dekabr 2016-cı il, № 713.
10. “Mikro, kiçik, orta və iri sahibkarlıq subyektlərinin bölgüsü meyarları” barədə Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin qərarı, 21 dekabr 2018-ci il, № 556.

11. "Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu., Bakı şəhəri, 15 dekabr 1992-ci il, № 405.
12. "Sahibkarlıq fəaliyyəti", AR Mülki Məcəlləsi, maddə 13, s-4.
13. "Sahibkarlıq sahəsində aparılan yoxlamaların vahid məlumat reyestrinin forması və aparılması qaydası haqqında Əsasnamə"nin təsdiqi barədə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı., 15 fevral 2011-ci il, № 383.
14. "Sahibkarlıq sahəsində yoxlamaların nizama salınması və istehlakçıların hüquqlarının qorunmasının təmin edilməsinə dair bəzi tədbirlər haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 13 aprel 2010-cu il, № 246.
15. "Vergi Məcəlləsində edilmiş dəyişikliklər suallar və cavablarda"., Bakı şəhəri, 2019, s 2-3.
16. Abdullayev Ş.Ə., Əsgərova R.V (2009) - "Bank işi". Bakı, 472s.
17. Elnur İslamov, Günel Musayeva, Babək Babaşov, Şirin Ağayeva (2017) - "Françayzinq: Kiçik Sahibkarlıq üçün bələdçi" - Bakı, 29 s.
18. Əliyev T.N., Əhmədli A.M., Məmmədov R.M. (2001) "Müştərək müəssisə və sahibkarlıq." Bakı,. s.68
19. Q.N. Manafov (2002) "Sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşması və inkişafının elmi-praktiki problemləri" iqt. e. d-ru a. dər. al. üçün təq. ol. dis.: 08.00.01 /Q. N. Manafov ; Azərb. Dövlət İqtisad Un-ti. Bakı, s.324
20. Q.N. Manafovun (2011) "Sahibkarlıq nəzəriyyəsi". Bakı, 118 s.
21. Niftullayev V. (2012) "Sahibkarlığın əsasları". Bakı: Zaman, 618 s.

Xarici dildə

Rus dilində

1. Блинов А. (2013) "Малое предпринимательство". М., стр.202.
2. Кирцнер Израэль (2011) "М. Конкуренция и предпринимательство" / Пер. с англ, под ред. проф. А.Н.Романова. Мд ЮНИТИ-ДАНА, , 240 стр.
3. Крутик А.Б., Решетова М.В. (2011) "Предпринимательство в сфере сервиса" учебник. Изд. «Академия», Москва,. 160 стр.

4. Кулиев Т. А. (2000) “Регулируемая рыночная экономика”. 2-ое дон, изд., Баку, стр.161
5. Смит А. (2009) “Исследование о природе и причинах богатства народов.”/ Отв. ред. Абалкин Л.И.- М.: Наука. 572с.
6. Хизрич (2012) “Р.Препринимательство или как завести собственное дело и добиться успеха.” Пер. с англ. М . “Прогресс”, стр.103

İngilis dilində

1. “Alexandra Moritz - “Financing of SMEs in Europe - Financing Patterns and “Crowdfunding”” -, Thesis, January 2015, 209 p.
2. Bhide, A. “Bootstrap finance: the art of start-ups”. Harvard Business Review. 2012, pp. 109
3. Dr. Vugar Bayramov, Rashad Hasanov, Leyla Aghayarli, Zaur Kadyrov, Ismayil Aghahasanli, Sanan Isayev -“A Comparative Study on Development of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Azerbaijan” - Baku 2017, 74 p.
4. Financial Risk Management” – Kaplan University, School of Professional and Continuing Education, Schweser-2015, 196 p.
5. Loğman Qasimov - “Development of small business in Azerbaijan” , UNEC, Thesis, Baku, May 2018, 49 p.
6. World Bank Group-“Improving Access To Finance for SME’s” May 2018,63 p.

İnternet Resursları

1. www.edf.gov.az
2. www.stat.gov.az
3. www.fundable.com

Cədvəllərin siyahısı

Cədvəl 1. Kiçik və orta sahibkarlığın xüsusiyyətləri.....	17
Cədvəl 2. Sahibkarlıq məkanının subyektləri.....	18
Cədvəl 3. Sahibkarlığın dövlət tərəfindən tənzimlənməsi metodları.....	25
Cədvəl 4. Sahibkarlığın mikro, kiçik, orta və iri formalarının bölgüsü meyarları.....	46
Cədvəl 5. Sahibkarlığın maliyyələşdirilmə mənbələri.....	47

Qrafiklərin siyahısı

Qrafik 1. Kiçik sahibkarlıq subyektlərinin əsas makro-iqtisadi göstəriciləri..	48
Qrafik 2. İllər üzrə müqayisədə ÜDM-in artım tempi.....	49
Qrafik 3. 2013-2017-ci illər ərzində verilmiş güzəştli kreditlər üzrə statistik məlumatlar, min manatla.....	51