

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

**“AZƏRBAYCANDA QADIN SAHİBKARLIĞININ MALİYYƏLƏŞMƏ**  
**PROBLEMLƏRİ”**  
**mövzusunda**

**MAGİSTR DİSSERTASİYASI**

**Ağazadə Günay Fəxrəddin**

**BAKİ – 2019**

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

**BMDM-in direktoru**  
**i.ü.f.d., dos. Əhmədov Fəriz Saleh oğlu**  
\_\_\_\_\_ **imza**  
“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ **20 \_\_\_\_ -cu il**

**“AZƏRBAYCANDA QADIN SAHİBKARLIĞININ MALİYYƏLƏŞMƏ**  
**PROBLEMLƏRİ”**

**Mövzusunda**  
**MAGİSTR DİSSERTASİYASI**

**İxtisasın şifri və adı:** 060409 / Biznesin idarə edilməsi

**İxtisaslaşma:** Biznesin təşkili və idarə edilməsi

**Qrup:** 110

**Magistrant**  
Ağazadə Günay Fəxrəddin  
qızı  
\_\_\_\_\_ **imza**

**Elmi rəhbər**  
i.e.n., dos. Əliyev Məhəmməd Ələkbər  
oğlu  
\_\_\_\_\_ **imza**

**Program rəhbəri**  
i.ü.f.d., b/m., Şamxalova Samirə Oqtay  
qızı  
\_\_\_\_\_ **imza**

**Kafedra müdiri**  
i.e.d., prof., Kəlbəyev Yaşar Atakişi oğlu  
\_\_\_\_\_ **imza**

**BAKİ – 2019**



# **Financing Issues of Women Entrepreneurship in Azerbaijan**

## **Summary**

**The relevance of the research:** In spite of women are half of the world population, they are not represented equally as men in the economy and business life. The changes that made in the demographic characteristics of the workforce and consumers, also change woman's traditional status.

**Purpose and Objectives of the Research:** The objective of the research consists of investigating the problems that women entrepreneurs have in financing and making suggestions about the solutions of these problems.

**Research Methods:** Observation, questionnaire and survey methods are used in the research.

**Research Information:** The reasearch information base consists of scientific works of local and foreign authors on the research topic, official and bibliographic sources, tax policy, normative documents, decisions, predictions and methodological recommendations.

**Research Restrictions:** Providing support for women entrepreneurs at the very recent time and lack of necessary support affects the richness of the research negatively. There are not enough literary source and as the result, it demands so much time finding and having interview with those women.

**Research Findings:** In many international comparisons related to gender equality Azerbaijan's extremely low level of women's labor force deficit is the issue that should be developed in Azerbaijan.

**Scientific and practical significance of the results:** Implementation of suggestions and recommendations in the research can help to make women entrepreneurs' business easy, their comfort, become popular in our country and abroad.

**Keywords:** Entrepreneurship, Women Entrepreneur, Problem, Solution

## **İXTİSARLAR VƏ İŞARƏLƏR**

**ABAD** – Ailə Biznesinə Asan Dəstək

**AR** – Azərbaycan Respublikasının

**BMT** – Birləşmiş Millətlər Təşkilatı

**GEM** – The Global Entrepreneurship Monitor

**KİV** – Kütləvi informasiya vasitələri

**KOS** – Kiçik və Orta Sahibkarlıq

**QHT** – Qeyri-Hökumət Təşkilatları

**SSRİ** – Sovet Sosialist Respublikaları İttifaqı

**UGRAD** – Global Undergraduate Exchange Program

## MÜNDƏRİCAT

|                                                         |           |
|---------------------------------------------------------|-----------|
| <b>GİRİŞ .....</b>                                      | <b>8</b>  |
| <b>I FƏSİL. SAHİBKARLIQ VƏ SAHİBKARLIĞIN ÖNƏMİ.....</b> | <b>11</b> |
| 1.1. Sahibkarlıq və sahibkar anlayışı.....              | 11        |
| 1.2. Sahibkarlığın önəmi .....                          | 13        |
| 1.3. Sahibkarlığa təsir edən faktorlar.....             | 14        |
| 1.3.1. Mədəniyyət və təhsil.....                        | 14        |
| 1.3.2. Ailə və sosial mühit.....                        | 15        |
| 1.3.3. Maliyyə.....                                     | 16        |
| 1.3.4. Psixoloji amillər.....                           | 16        |
| 1.3.5. Hüquqi, siyasi və inzibati amillər.....          | 17        |
| 1.4. Sahibkarlığın tarixi təkamülü.....                 | 17        |
| <b>II FƏSİL. QADIN SAHİBKARLIĞI .....</b>               | <b>18</b> |
| 2.1. Qadın sahibkarlığı anlayışı və yaranma tarixi..... | 18        |
| 2.1.1. Qadın sahibkarların xüsusiyyətləri .....         | 20        |
| 2.1.2. Qadın sahibkarın növləri.....                    | 20        |
| 2.2. Qadın və kişi sahibkarları arasındakı fərqlər..... | 22        |
| 2.3. Qadınları sahibkarlığa yönləndirən faktorlar.....  | 25        |
| 2.3.1. Özünə cəmiyyətdə mövqe tapmaq.....               | 29        |
| 2.3.2. Varlanmaq istəyi.....                            | 30        |
| 2.3.3. Lider olmaq istəyi.....                          | 30        |
| 2.3.4. Güc əldə etmək istəyi.....                       | 30        |
| 2.4. Qadın sahibkarların üzləşdiyi problemlər.....      | 31        |
| 2.4.1. Cəmiyyətdə rolu və qadınlara qarşı reaksiya..... | 31        |
| 2.4.2. Ayrı-seçkilik.....                               | 32        |
| 2.4.3. Kommunikasiya və koordinasiya.....               | 33        |

|                                                                                                                |                                                                 |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.4.4.                                                                                                         | Bürokratik əngəllər.....                                        | 34        |
| 2.4.5.                                                                                                         | Maliyyə.....                                                    | 34        |
| 2.5.                                                                                                           | Azərbaycanda Qadın Sahibkarlığı.....                            | 35        |
| 2.5.1.                                                                                                         | Azərbaycanda qadın sahibkarlığının qısa tarixçəsi.....          | 37        |
| 2.5.2.                                                                                                         | Azərbaycanda qadın sahibkarlığında uğur əldə etmiş şəxslər..... | 38        |
| 2.6.                                                                                                           | Qadın sahibkarlarının üzləşdiyi problemlərin həlli yolu.....    | 40        |
| <b>III FƏSİL.QADIN SAHİBKARLIĞININ MALİYYƏLƏŞDİRİLMƏSİ<br/>PROBLEMİ VƏ HƏLL YOLU İLƏ BAĞLI ARAŞDIRMA .....</b> |                                                                 | <b>45</b> |
| 3.1.                                                                                                           | Araşdırmanın məqsədi və önəmi.....                              | 45        |
| 3.2.                                                                                                           | Araşdırma metodları .....                                       | 45        |
| 3.3.                                                                                                           | Araşdırmadan əldə olunan nəticələr.....                         | 46        |
| <b>NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....</b>                                                                                |                                                                 | <b>52</b> |
| <b>İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT.....</b>                                                                         |                                                                 | <b>55</b> |
| <b>Əlavələr.....</b>                                                                                           |                                                                 | <b>57</b> |
| <b>Cədvəllərin siyahısı.....</b>                                                                               |                                                                 | <b>72</b> |
| <b>Şəkillərin siyahısı.....</b>                                                                                |                                                                 | <b>72</b> |
| <b>Qrafiklərin siyahısı.....</b>                                                                               |                                                                 | <b>72</b> |

## GİRİŞ

**Mövzunun aktuallığı:** Bu gün qadınların sahibkarlıq fəaliyyətini dəstəkləyən layihələrə üstünlük verilməsi onların iqtisadi və sosial inkişafına mühüm zəmin yaradır. Qadınların sahibkarlıq sahəsində kişilərə xas olduğuna inanılan işlərdə müvəffəqiyyətli olmaları, çox daha yaxşı təşkilatlanmaları və hadisələrə qarşı daha həssas, daha sakit, daha sıx insan əlaqələrinə sahib bir rəftarla yaxınlaşmaları bu fikirləri dəstəkləyir. Bir qadının təşəbbüskar kimi işinə istiqamətli qısa və uzun müddətli planlar etmək, qaynaqları optimal istifadə etmək, bəşəri əlaqələr qurma və bunu davam etdirmək, işində əldə etdiyi təcrübələri məhsuldar kanallara köçürmək kimi bir çox müsbət xüsusiyyəti vardır.

Qadınlar dünyadakı əhalinin yarısını təşkil etsə də, iqtisadiyyatda və iş həyatında kişilərlə eyni dərəcədə təmsil olunmur. Sürətli bir dəyişmə müddətində olan dünyamızda, işçi qüvvəsinin və istehlakçıların demoqrafik xüsusiyyətlərində də meydana gələn dəyişmələr, qadının ənənəvi statusunu dəyişdirmiş, bunun nəticəsində qadınların ictimai və iqtisadi həyatda aldıkları rol getdikcə artmağa başlamışdır. İş dünyasının son 20 ildə baş vermiş ən böyük inqilabı qadınların iş həyatına intensiv şəkildə cəlb edilməsidir.

Qadınların iqtisadi və biznes həyatında artan nisbəti, sahibkarlıq və idarəetmə sahələrində qadınlara istiqamətli araşdırmaların artmasına səbəb oldu. Ölkəmizdə sahibkarlıq sahəsində sərmayə tapmaq, təhsil, sosial inkişaf və risklərin alınması kimi problemlərə baxmayaraq, bugünkü qadınlar öz bizneslərini qura bilər və işlə məşğul olan qadınların sayı gündən-günə artmaqdadır. Bu artım da ölkəmiz üçün alternativ məşğulluq mənbəyidir və bu sahəyə yönəldilmiş qadınların sayəsində məsləhət xidmətləri, peşə təlimləri və bu kimi digər təhsil fəaliyyətləri artır.

Sahibkar yenilik və yaradıcılıq anlayışları ilə birləşən bir şəxsdir. Sahibkarlıq maliyyə, fiziki və sosial riskləri olan kifayət qədər səylə və vaxt sərf edərək, yeni dəyər yaratmaqdır. Sahibkarlıq yeni bir işə başlamaq və bu iş ilə əlaqəli risklərin və faydaların qəbul edilməsi üçün resursların təmin edilməsidir.

Qadın sahibkarlığı; bu iş yerində tək başına və ya işə götürən digər şəxslərlə işləyən, hər hansı mal və ya xidmətin istehsalı üçün fəaliyyət göstərən, marketinqini və satışını həyata keçirən şəxs və ya şəxslərdir. Bundan başqa qadın sahibkar işi ilə əlaqədar olaraq müəssisə, qurum və təşkilatlarla öz adına əlaqə quran, işindən əldə etdiyi qazancın investisiya və istifadə sahələri üzərində söz sahibi olandır.

Sahibkarlıq fəaliyyəti ilə qadın, bir tərəfdən maddi və mənəvi qazanclar əldə edərkən, digər tərəfdən müstəqillik, maliyyə imkanlar, ictimai xidmət, iş təhlükəsizliyi, ailə məşğulluğu və əzmkar xüsusiyyətləri ilə də cinsiyyət ayrı seçkiliyinə istiqamətli mühakimələri qadınların lehinə çevirmək fərsətini də əldə etmiş olmaqdadır.

**Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi:** Secretev jurnalının etdiyi araşdırmaya görə dünyada qadınların iş gücünə iştirak nisbəti 62% , 2023-cü ildə hədəfi isə 70%-dir. Gender bərabərliyi ilə bağlı bir çox beynəlxalq müqayisədə Azərbaycanın son dərəcə aşağı səviyyədə olmasına səbəb qadın işçi qüvvəsi iştirakının çatışmazlığı Azərbaycanda inkişaf etdirilməli məsələdir.

**Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri:** Dissertasiya işinin məqsədi qadın sahibkarların maliyyə tapmaqda meydana gələn problemlərin araşdırılması və həmin problemlərin həlli yollarına dair təkliflərin verilməsindən ibarətdir.

**Tədqiqatın obyekti və predmeti:** Tədqiqatın obyekti qadınlar, qadın sahibkarlar və onların fəaliyyəti, predmeti isə ölkəmizdəki qadın sahibkarlığının müasir vəziyyətinin qiymətləndirilməsi və bunun əsasında meydana gələn problemlərə həlli yollarının təklif və tövsiyələrin hazırlanmasıdır.

**Tədqiqat metodları:** Dissertasiyada müşahidə, anket, sorğu metodlarından istifadə olunub.

**Tədqiqatın informasiya bazası:** Tədqiqatın informasiya mənbəyi araşdırdığım mövzu üzrə xarici və yerli müəlliflərin elmi işləri, biblioqrafik və rəsmi mənbələr, anket formasında apardığım sorğu təşkil edir.

**Tədqiqatın məhdudiyyətləri:** Azərbaycan Respublikasında qadın sahibkarlara hələ yeni-yeni dəstəklərin verilməsi, lazımi dəstəyin az olması

araşdırmanın zənginliyinə mənfi təsir edir. Bu mövzuda kifayət qədər ədəbiyyat yoxdur və nəticədə həmin qadınları tapmaq və müsahibə almaq olduqca böyük vaxt tələb edir.

**Nəticələrin elmi-praktiki əhəmiyyəti:** Dissertasiya işində verilən təklif və tövsiyələrin həyata keçirilməsi ölkəmizdə qadın sahibkarların işinin yüngülləşməsinə, onların daha rahat hərəkətinə, xaricdə və ölkəmizdə daha çox tanınmasına yardımçı ola bilər.

**Dissertasiya işinin strukturu və həcmi:** Dissertasiya işi Giriş, 3 Fəsil, Nəticə və təkliflər, Ədəbiyyat siyahısından ibarət olub 72 səhifə təşkil edir. Araşdırmanın birinci fəslində sahibkarlıq anlayışı haqqında bəhs edilmiş, tarixi, tərifləri, inkişafından bəhs edilmişdir. Sahibkarlığın tarixi, ona təsir edən faktorlar, sosial-iqtisadi inkişafı haqqında məlumatlar yer almışdır. Dünəndən bu günə qədər öz təkamülünə davam edən sahibkarlıq günümüzdə öz yerini sabitləmiş, müxtəlif qollarını inkişaf etdirmiş və cəmiyyətə faydalı hala gəlmişdir.

Araşdırmamızın ikinci hissəsində qadın sahibkarlığı, qadın sahibkarlığının meydana gəlməsi, qadınları təşəbbüskar olmağa itələyən səbəblər, qadın təşəbbüskar və kişi təşəbbüskar arasındakı fərqlər və bu faktlara aid təyin etmələr, növlər və tarixi proseslər yer almaqdadır. Tədqiqatımızı iqtisadi məlumatlar əsasında böyük əhəmiyyətə malik olan sahibkarlıq və sahibkarlıq fəaliyyətini dəstəkləməsi baxımından faydasını nəzərə almaq məqsəduyğudur. Başqa mühüm parametr isə sahibkarlığın və dövlət qrant proqramlarının yer almasıdır.

Araşdırmamızın üçüncü fəslində isə qadın sahibkarlığında olan boşluqlar, maliyyə dəstəyinin zəifliyi, onların araşdırılması və həlli yolları yer almışdır.

Dissertasiya işinin “Nəticə və təkliflər” bölməsində isə aparılmış tədqiqat əsasında əldə edilmiş nəticələr və verilmiş təkliflər öz əksini tapır.

Sonda isə dissertasiya işində istifadə olunacaq ədəbiyyat siyahısı, əlavələr və anket forması verilmişdir.

# I FƏSİL. SAHİBKARLIQ VƏ SAHİBKARLIĞIN ÖNƏMİ

## 1.1. Sahibkarlıq və sahibkar anlayışı

İqtisadi tarixdə mühüm yer tutan Yozef Şumpeterə görə iqtisadi inkişafın təməlinin təşkili kapitalist cəmiyyətlərin inkişafı, sahibkarların əl işidir. Sahibkarlıq iqtisadi inkişafda rol oynayan ən vacib amillərdən biridir və ölkənin iqtisadi, sosial inkişafı sahibkarlıq fəaliyyətinin səviyyəsi ilə sıx əlaqəlidir. Sahibkarlıq – iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün dünya iqtisadiyyatında ölkənin mövqeyini müəyyən edən bir fəaliyyət yaratmaq, yeni iş yerləri yaratmaq, iqtisadi artımlara yardım etməkdir. İstehsal amillərindən olan əmək, kapital və təbiət, eləcə də sahibkarlıq amili informasiya cəmiyyətinin intellektual istehsal sahəsidir. Müəssisənin konsepsiyası yeni texnologiyaların istehsalını həyata keçirən və tələbləri yerinə yetirmək üçün bazarın yeni məhsullarla genişləndirdiyi iqtisadi vahid kimi müəyyən edilir.

Sahibkar anlayışı məhsul və xidmətlər yaratmaq, marketinq sistemini təmin etmək, istehsal etmə faktorlarını sistemli və şüurlu şəkildə birləşdirmək və bunu etmək riskini almaq üçün vacib bir mövqeyə malik olan şəxsdir. İqtisadi artım kəmiyyət dəyişiklikləri və inkişafı, eləcə də keyfiyyət dəyişiklikləri və inkişafı əhatə edir. Sahibkarlıq, davamlı dəyişən dinamik bir fəaliyyət olan risk alma, yaradıcılıq və yenilik vasitəsilə iqtisadi fəaliyyətin inkişafı və yaranma prosesi kimi qəbul edilir. Bu dəyişkən və daim inkişaf edən struktur sahibkarların kiçik bir iş quraraq uğurlu olmasını çətinləşdirir. Buna görə sahibkarlığın inkişafı həm inkişaf etmiş, eyni zaman da inkişaf etməkdə olan yerlərdə iqtisadiyyatın əvəzsiz elementidir. Qlobal inkişaf nəticəsində yaranan bu dəyişikliklər yeni sahibkarlıq sahəsində və bugünkü iqtisadiyyatın dəyişən strukturunda davamlı tədqiqatlar sahəsində açıq sahə kimi görünür.

Sahibkarlıq yeni və ya mövcud bir təşkilat vasitəsilə yaradıcılıq və yenilik tətbiq edərək dəyər yaratmaq, fürsət yaratmaq və bu fürsəti inkişaf etdirməkdir. Sahibkarlıq digər bir tərif ilə, müəssisə fəaliyyətinin sonunda fərdi müstəqillik, məmnunluq, pul, zənginlik, gəlir kimi iqtisadi mükafat; nüfuz, etibarlılıq, güc kimi

sosioloji mənfəətlərə yol açan risk, tələ, stresslə dolu dəyər yaratma prosesidir. Bütün bu təriflərin ortaq nöqtəsi sahibkarlıqdır, buradan belə nəticəyə gəlirik ki, sahibkarlıq – sosial və iqtisadi fəaliyyət prosesi, risklərin və ya uğursuzluqların əvvəlcədən qəbul edilməsi və qərarların verilməsi orqanına müraciət edərək resursların səmərəli istifadəsi baxımından yeni bir dəyər yaratma prosesi kimi ümumiləşdirilir. Bu istiqamətdə iqtisadiyyatın əsasını təşkil edən iqtisadi artımlara yardım etmək, yeni iş yerləri yaratmaq və iqtisadiyyatın gücünü artırmaq üçün dünya iqtisadiyyatında ölkələrin yerini müəyyən edən mühüm bir fəaliyyət yaratmaqdır. Sahibkarlığa aid digər ümumi təriflər; maliyyə, fiziki və ictimai risklərə qatlanırlar qarşılığında pul mükafatları, fərdi təmin və müstəqillik əldə edilməsi istiqamətindədir. İqtisadi fəaliyyətin əsasını təşkil edən yeni bir dəyər yaratma prosesi olaraq, sahibkarlığın müxtəlif aspektlərinin tərifləri idarəetmə və şəxsi xüsusiyyətlərin biznesin idarə edilməsi prinsiplərinə daxil edilməsi ilə həyata keçirilmişdir. Sahibkarlığın xüsusiyyətlərinə dair bir çox tədqiqat var. Aşağıdakı cədvəldə müxtəlif illərdə iqtisadi yazarların sahibkarlarda olması gərəkən xüsusiyyətlər sıralanmışdır. (cədvəl 1., bax: əlavə 1., səh. 56)

Günümüzdə sahibkarın risk ala bilən yenilikçi xarakterinə diqqət çəkən özəllikləri üzərində çeşidli araşdırmalar aparılmışdır. Bu xüsusiyyətləri ilə sahibkarın yaxşı bir xidmət təqdim etməsi, bazarda xidmət göstərməsi və ya yeni bir fikrə nəzarət edilməsi, mal və xidmətlərin ixtiraçılıq, qiymət, keyfiyyət və s. baxımından yaradılması yaradıcı sahibkarın imkanları görmək qabiliyyəti ilə bağlıdır. Edilən bir çox araşdırmada da təşəbbüskarın bazarda var olan fərsətləri görüb; iş fikrinə çevirən, qaynaqları bir araya gətirən, risk boynuna götürən; maliyyələşdirilməsi, istehsal və istehsal proseslərini, insan qaynaqlarını idarə edən; texnologiyada, marketinqdə riskin alıcı tendensiyasının fərqli xüsusiyyətlərinə diqqət yetirilir.

Ən qədim sahibkar orta əsrlərdə yaşamış – Marco Polo, əvvəlcə Uzaq Şərq ölkələri ilə ticarət etməyə cəhd göstərən “səyyah-macəraçı-tacir” adlandırılıb. Ta o gündən bu günə qədər sahibkarlıq və sahibkar anlayışı bir çox dəyişikliyə məruz

qalmış və yuxarıdakı təriflərdən də göründüyü kimi ən son ümumiləşmiş və ortaq məxrəcə gəlinmişdir.

## **1.2. Sahibkarlığın önəmi**

Sahibkarlıq; iqtisadi inkişafda, tərəqqi və fərdi rifah mənbəyində çox vacib bir yerə malikdir. Sahibkar yeni düşüncələrin yaradılması, yayılması və tətbiqini sürətləndirir, həmçinin yeni sənayenin doğulmasına gətirib çıxarır, texnologiyaları istifadə etməklə müxtəlif sektorlardakı məhsuldarlığı artırır və sürətlə böyüyən sektorlar yaratdığı üçün iqtisadi böyüməni də sürətləndirir.

Cəmiyyətlərin rifahı və inkişaf etmiş ölkələr səviyyəsinə gələ bilmələri üçün açar faktor olan sahibkarlığa ehtiyac vardır. Bir cəmiyyətdə sərmayə çoxluğu həm iqtisadi fəaliyyətlərin inkişafına, həm də işsizliyin azalmasına qatqı təmin edir. Onsuz da edilən işlərə baxıldığında sahibkarlıq fəaliyyəti yüksək olan ölkələrin, iqtisadi böyümələrinin də ortalamanın üzərində olduğu təyin edilmişdir.

İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə sahibkarlıq ruhu olan insanların sayının az olduğu və onlara əhəmiyyət verilmədiyi görülür. Sahibkarlığın vacibliyi ondadır ki, sahibkarlar cəmiyyətin ehtiyaclarını müəyyənləşdirir, ona investisiya yatırır və bu nəticə etibarlı ilə sosial rifaha çevrilir. İnvestisiya nəticəsində məşğulluq və gəlir səviyyəsi, fərdlərin və cəmiyyətin ümumi rifahı artmaqdadır. Bu sahibkarlıq nəticəsində biznes və cəmiyyət strukturunda dəyişiklik başlanıb və inkişaf edir. Bu dəyişiklik artım və istehsalı artırır. İnnovasiya bu dəyişiklik və inkişaf üçün zəruri amildir. Yenilikçilik – bazar üçün yeni malların və xidmətlərin inkişaf etdirilməsini, yeni müəssisələrə investisiya qoyuluşunu təmin edir.

Sahibkar yeni fikirlərin yaranmasını, yayılmasını və həyata keçirilməsini sürətləndirir, bu da yeni sənaye sahələrinin yaranmasına gətirib çıxarır. Yeni texnologiyalardan istifadə edən sektorlarda məhsuldarlıq artır və sürətlə inkişaf edən sahələr meydana gəlir, nəticədə iqtisadi artım sürətlənir. Buna görə sahibkar iqtisadi fəaliyyətin təşkili, iş yerlərinin yaradılması və istehsal fəaliyyətinin əsas amilidir.

Bu yeniliklər fəaliyyətin təşkili, məşğulluğun yaradılması və istehsal fəaliyyətində mühüm amildir. Digər bir ölçüdə, bütün bu yeniliklər istifadədə olan istehsal amillərindən yararlanaraq istehsal resurslarını yeni bir üslubda birləşdirərək, iqtisadi resursları nisbətən səmərəsiz və daha az məhsuldar olan yüksək sahələrə ötürülməsinə imkan yaradır. Bütün bu baxımdan sahibkarlıq iqtisadi inkişafın əsas sahəsidir və sosial faydasıdır.

### **1.3. Sahibkarlığa təsir edən faktorlar**

Sahibkarlar içində olduqları vəziyyətin və sosial-iqtisadi mühitin məhsuludurlar. Hər nə qədər Sahibkarlıq insanın şəxsi bacarıq və təhsili ilə bağlı olsa da, bu bacarıqlardan əlavə təşkilati mədəniyyət və ekoloji faktorların da sahibkarın davranış və qərarlarına təsiri az deyil. Sahibkarlığı formalaşdıran amillər üç qrupda araşdırılır:

1. Keçmişdən əmələ gələn amillər: Bunlar genetik faktorlar, ailə, təhsil və təcrübə kimi şəxsi xüsusiyyətlərdir.

2. Təşkilati strukturuna aid amillər: Bu xüsusiyyətlər coğrafi yeri, şəxsin qazandığı bilik, bacarıq və təcrübələr, həmkarları ilə əlaqələri və motivasiya kimi təşkilati strukturu ilə əlaqəli amillərdir.

3. Ətraf mühit amilləri: Bunlar iqtisadi şərtlər, müəssisə kapitalı təchizi, sahibkarlıq nümunələri, müşavirə xidmətlərinin alınması, müştəri əldə olunması və xidmət təminatı kimi biznes mühitinə aid amillərdir.

Başqa bir ayrımaya görə, sahibkarlıq mədəniyyətinə təsir edən beş faktor var. Bu amillər; mədəniyyət və təhsil, ailə və sosial mühit, psixoloji, hüquqi, siyasi və inzibati amillər və maliyyə mühiti .

#### **1.3.1. Mədəniyyət və təhsil**

“Risk boynuna götürmə, yenilik meydana gətirmə” kimi hərəkətlər sahibkarlığın təməl ünsürlərini meydana gətirməkdədir. Bu hərəkətlər, inkişaf etmiş ölkələrin mədəniyyətlərində olduqca təbii qarşılanıb dəstəkləndiyi halda, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə geniş yayılmır və məşhur deyildir. Sahibkarlığın

inkişafına töhfə verərək, kök salmasını təmin edən mədəniyyətə “sahibkarlıq mədəniyyəti” deyilməkdədir (İraz R., 2005, S.176).

Ailə və təhsil müəssisələrində baş verən tədris prosesləri sahibkarlığın inkişafı və ya kəsilməsində, fərdlərin yaradıcılığında təsirli ola bilər. İnkişaf etmiş ölkələrdə, mütləq sahibkardan daha çox imkanları görən, ilk və orta məktəb səviyyəsindən yeniliklər yarada bilən şəxslər üçün imkanlar yarada biləcək təhsil sistemlərinin təmin edilməsi nəzərdə tutulur.

Ölkələrin təhsil sistemi fərdlərin sahibkarlıq qabiliyyətinin qarşısının alınmasına təsir göstərdiyi kimi, əksinə, şəxslərin yaradıcılığının, müstəqil fəaliyyət qabiliyyətinin, özünəməxsus qərarların verilməsi bacarığının və onların daxili nəzarətinin inkişafına kömək edə bilər. Sahibkarlıq və yenilikçilik dərslərinə əhəmiyyət verən məktəblərin sahibkar yetişdirməyə daha meyilli olduqları və iqtisadi fəaliyyətlərin sıxlıq qazandığı sektorlarda özünü göstərdikləri görülməkdədir. Sahibkarlıq təhsilləri, iş fikrinin qiymətləndirilməsindən, maliyyə qaynaqlarının və bazarın araşdırılmasına, iş planı hazırlanmasından hüquqi proseslərin təqibinə və iş yeri qurma prosedurlarına qədər bir çox mövzuda sahibkar olma yolunda irəliləyən şəxslərə rəhbərlik edir. Bu səbəblə, ibtidai məktəbdən universitetə qədər təhsilin bütün mərhələlərində sahibkarlıq dərsləri verilməli və fərdlərin öz müəssisələrini qurmaları mövzusunda cəsarətləndirilərək, sahibkarlıq mədəniyyətini yaymalıdırlar.

### **1.3.2. Ailə və sosial mühit**

İnsanın ailə strukturu sahibkarlıq şəxsiyyətinin yaradılmasında çox təsirli olur. Ailənin münasibəti və davranışları uşağın sərbəst düşünmək və qərar qəbul etmək qabiliyyətini formalaşdırmaqla uşaqda sahibkarlıq motivlərinin yaranmasına təsirli olur.

Əslində, müvəffəqiyyətli sahibkarların xüsusiyyətlərindən görünə bilər ki, müstəqil və özünə güvənən xüsusiyyətlər ailə ilə qarşılıqlı təsirlərdən yararır. Uşağın ailə içərisində aldığı təhsil, ədəb, ailənin içində olduğu iqtisadi və ictimai status və dəyərləri həyatını şəkilləndirərək istiqamət verəcəkdir. Ailə içində uşağın

sahibkarlığa təşviqi sahibkarlıq şəxsiyyətinin formalaşmasına müsbət təsir göstərəcəkdir.

Ailədə təşəbbüskar fərdlərin olması, qaçılmaz olaraq, uşağın sahibkarlığa həssaslığının artmasına gətirib çıxarır. Ailəsindən sahibkarlıq fəaliyyətini öyrənməyə başlayan uşaq, məktəb yaşına gəldikdə kiçik sahibkarlıq fəaliyyəti ilə pul qazanmağa başlayır və erkən yaşlarda sahibkarlıq təcrübəsini yaşayır. Onun təcrübəsi gələcəkdə uğurlu sahibkar olmasına kömək edəcəkdir. Ölkəmizdə aparılan tədqiqatlar müvəffəqiyyətli sahibkarların sahibkar ailələrindən gəldiyini ortaya qoydu. Bu səbəblərdən, sahibkarlığın inkişafında və sahibkarların yetişdirilməsində ailənin təsiri önəmlidir.

### **1.3.3. Maliyyə**

Bir ölkənin iqtisadiyyatı və maliyyə siyasəti sahibkarlığa təsir edən amillər arasındadır. Sahibkarlıq üçün uyğun maliyyə mühitinin yaradılması müntəzəm pul və maliyyə siyasətindən asılıdır. Hökumətlər maliyyə siyasəti ilə sahibkarlığa ciddi şəkildə təsir edir. İqtisadiyyatda və hətta gözləntilərdə baş verə biləcək mənfi təsirlər birbaşa sahibkarlığa təsir göstərir.

### **1.3.4. Psixoloji amillər**

Sahibkarların psixoloji xüsusiyyətləri sahibkarlığa birbaşa təsir edən amillərdəndir. Sahibkarın əsas psixoloji xüsusiyyətləri;

- Qərarlarda şəxsi məsuliyyət daşıyır,
- Risk ehtiva edən qərarları seçim etmə,
- Qərarlardan konkret təkliflərə nail olmaq,
- Daha çox beyin gücünü tələb edən sahələrdə işləmək,
- Pul ilə işləmək arzusu,
- Görmək və düşünmək meyli,
- İş əsnasında yoldaşlıq və qohumluq əlaqələrində peşəkarlıq.

Sahibkarın bu psixoloji xüsusiyyətləri; ünsiyyət bacarığı, risk alma, sabitlik, səciyyəvi qabiliyyət kimi birbaşa təsir edir.

### **1.3.5. Hüquqi, siyasi və inzibati amillər**

Bir ölkədə hüquqi, siyasi və inzibati mühit və şərait sahibkarlığın inkişafında mühüm rol oynayır. Ölkədəki sahibkarlığa qarşı bir şəffaflıq və ya şübhə varsa, bu qanun, inzibati qərarlar və siyasi arenada əks olunacaq. Buna görə də bu vəziyyət yeni şirkətlərin sayını azaldacaq. Qanuni tənzimləmələrin, iqtisadi siyasətin və bürokratik mexanizmin sahibkarlığı təşviq etdiyi mühitlərdə sahibkarlıq daha rahat kök salıb genişlənə bilər.

### **1.4. Sahibkarlığın tarixi təkamülü**

Ən qədim dövrlərdən bəri insanın yaşamaq və ehtiyaclarını qarşılamaq üçün ovçuluq, əkinçilik, heyvandarlıq və s. fəaliyyətləri kiçik müdaxilələr olub sahibkarlığa atılan ilk addımlar kimi dəyərləndirilmişdir. Sahibkarlığın tarixi insanların mövcud olduğu zamandan etibarən günümüzdə qədər gəlib çıxan bir fəaliyyət olub, zamanla iqtisadi şəraitin dəyişməsi nəticəsində müxtəlif təkamüllərə uğramışdır. Xüsusilə sənayeləşmə prosesi ilə, sahibkarlıq cəmiyyətdə layiq olduğu dəyərləri görməyə başladı.

Sahibkarlıq anlayışı, sənaye cəmiyyətindən informasiya cəmiyyətinə keçid ilə əhəmiyyət qazanmağa və orta əsrlərdən günümüzdə qədər iqtisadiyyat və biznes ədəbiyyatı sahəsində bir çox nəzəriyyəçi tərəfindən müəyyənləşdirilməyə başlanmışdır. Buna görə sahibkarlıq konsepsiyasının konkret bir təsviri yoxdur.

Hər kəsə məlum olan və ümumilikdə qəbul edilən sahibkarlığın ilk tərfi, fransız əsilli İrlandiya iqtisadçısı Riçard Kantilyon tərəfindən 1755-ci ildə qəbul edilmişdir. Kantilyona görə, sahibkar bir mənfəət əldə etmək üçün işi təşkil edən və işin riskini qəbul edən şəxsdir (<http://www.biblio.liuc.it/liucpap/pdf/146.pdf>). Kantilyonun sahibkarlıq tərifindən aydın olduğu kimi, sahibkarın sabit bir gəliri yoxdur və daim riskli bir mühitdə yaşayır.

## II FƏSİL. QADIN SAHİBKARLIĞI

### 2.1. Qadın sahibkarlığı anlayışı və yaranma tarixi

Qadın sahibkarlar konsepsiyası çox ümumi bir anlayışdır və müxtəlif sektorlarda, müxtəlif təşkilatlarda və müxtəlif statuslarda çalışan qadınları toplamaq mümkündür. Sahibkar qadın anlayışı “Müstəqil İş Sahibi Qadın” ya da “İş Qadını” olaraq adlandırılır. Bazar iqtisadiyyatı çərçivəsində öz işinin sahibi olan, tək işləyən və ya yanında işçisi olan, mal və xidmətlər istehsal edən, satan, kredit qaynaqlarını tədqiq edən, işlə bağlı təcili problemləri aşabilən, yeni şəraitə uyğunlaşabilən və bu sahədə təcrübəyə malik olan bir qadın artıq “sahibkar qadın” statusunu almışdır.

Sahibkar qadının xüsusiyyətləri aşağıdakı kimi də verilə bilər (İraz R. , 2005, səh 35.):

- Onun adından bir və ya bir neçə iş yeri yaradılıb,
- Bu iş yerində tək işləmək və ya işə götürən, işə başlayan digər şəxslərlə əməkdaşlıq etmək,
- Hər hansı bir mal və ya xidmətin istehsalı, daşınması, marketinqi və satılması ilə bağlı fəaliyyətin həyata keçirilməsi,
- İşlə əlaqəli şəxs, təşkilat, qurum və müəssisələrlə əlaqələr qurur,
- Biznes prosesinin təşkili, malların və xidmətlərin istehsalının planlaşdırılması, iş yerinin istismarı, işin bağlanması və ya inkişafı,
- İnvestisiya və istifadə sahələrində söz sahibi olan şəxs.

Sahibkar qadın olmaq, qadına iş həyatında digər iş formalarına nisbətən daha çox muxtariyyət, azad hərəkət etmə və müstəqillik imkanı verdiyi kimi, yenə qadının işinə istiqamətli qısa və uzun müddətli planlar etmək, qaynaqları optimal istifadə etmək, bəşəri əlaqələr qurmaq və davam etdirmək, işində əldə etdiyi təcrübələri məhsuldar kanallara transfer etmək kimi bacarıqlar qazanmasına şərait yaradır.

İş həyatında qadınların əsas rolu, I və II Dünya müharibələri zamanı meydana gəlmişdir. Birinci Dünya Müharibəsinin başlanğıcı ilə çox sayda qadın, hətta uşaqlı və evli qadınlar mübarizə aparmaq üçün kişilərin boş yerlərini doldurmaq üçün işçi qüvvələrinə qoşulmağa başladılar, lakin müharibə başa çatdıqda, əksəriyyəti evlərinə

döndü. II Dünya Müharibəsi dövründə Fransa, Birləşmiş Krallıq və ABŞ kimi ölkələrdə çox sayda qadın cəbhədə vuruşan kişilərin yerinə silah fabriklərində iş alındı. Əlavə olaraq, iqtisadi düzəlişləri təmin etmək üçün kişilərin işlərini icra edən qadınlar iş həyatına rəsmən daxil oldular.

1947-ci ildə Birləşmiş Millətlər Təşkilatı içində “Qadın Statusu Komissiyası” qurularaq bütün üzv ölkələrdə qadının iş həyatında statusu və problemləri təyin olunmuşdur. Birləşmiş Millətlər Təşkilatı 1975-ci ili “Beynəlxalq Qadınlar ili” olaraq qəbul edərək, bu ildən qadın və kişilər arasında bərabərsizliyin azaldılması, qadınların inkişaf cəhdləri və qadınların dünya sülhünün möhkəmlənməsinə kömək etmək üçün intensiv tədbirlər həyata keçirmək məqsədi daşıyırdı.

2000-ci illərə doğru irəliləyərək inkişaf etmiş ölkələrdə qadınlar ənənəvi rollarından qaynaqlanan bir çox problemi həll etmiş və cəmiyyət içində lider, idarəçi, təşəbbüskar kimi daha üst səviyyə rolların axtarışı içərisinə girmişlərdir. İş həyatının bütün çətinliklərinə və risklərinə baxmayaraq, bugünkü qadın öz işini qurmağa qərar verdi. Hər gün daha çox qadın, təşəbbüskar olaraq iş həyatına qatılmaqdadır. Qadın sahibkarlar bir çox sahədə fəaliyyət göstərirlər. Köhnədən bəri müvəffəqiyyətli olduqları xidmət sektoru ilə yanaşı kişilərin hakim olduğu iş sahələrində də fəaliyyətləri gün keçdikcə artmaqdadır. Sosial elmlər sahəsində təhsili seçən qadınlar daha çox məsləhət, təlim, xalqla əlaqələr və satış kimi müxtəlif peşə qruplarında və iş sahələrində sahibkarlıq fəaliyyəti göstərməkdədirlər .

Siyasi, iqtisadi və ictimai səbəblərlə kiçik sahibkarlığın yayılması, inkişaf etdirilməsi, qadınların sahibkar olaraq yetərliliklərinin təmin edilməsi istiqamətindəki meyllər və bunları dəstəkləyici tədbirlər gedərək sıxlıq qazanmışdır.

Gender əsaslı ideologiya, həqiqətən, kişilərlə qadın arasındakı fərqə gətirib çıxarır. Mədəniyyət ideologiyalarının dəyişməsi və xüsusilə də doğuma nəzarətə dair bir sıra müraciətlərin tətbiqi qadınlara iş həyatında və hətta ictimai həyatda daha çox imkanlar yaratmağa başlamışdır. Əlbəttə ki iqtisadi zərurət və həyat müştərkidir fikri də bunları dəstəkləyir (Lambing and Kuehl, 2000).

### 2.1.1. Qadın sahibkarların xüsusiyyətləri

Qadınların həyatı həmişə eyni həyat tərzində axır; evli, uşaqsız dövr, ana olmaq və mütəxəssis analıq. Bir çox qadının sahibkarlıq planları bu əyri nöqtədə kəsilir. Bu vəziyyətlə üzləşən qadınların ailə məsuliyyətlərinə üstünlük verməsi qadınlara sahibkarlıq sahəsində etimadın olmamasına gətirib çıxarmışdır. Lakin əksər insanlar qadınlara tətbiq olunan ailə qaygılarının məsuliyyətinin digər vəzifələrdən daha çox olduğundan xəbərdar deyildi və əslində tətbiq olunan bu məcburiyyətləri qadının qəbul etməsinə səbəb onun şüuraltına yeridilən fikirlər idi.

İşdə uğur əldə etmək kişilər və qadınlar üçün çox fərqli anlayış deyildir əslində. Ancaq işləyən kişi yalnız işi ilə maraqlanırsa, işləyən qadın eyni zamanda ailənin və uşaqların işinə, evin düzəldilməsinə və istismarına baxmalıdır. İş həyatında müvəffəqiyyət əldə etmək üçün qadınlar iş balansını və şəxsi həyatı daha çox tarazlamalıdır. Bu balansın yaradılmasına güvənən, qərarlarının arxasında duran və şəxsi inkişafına əhəmiyyət verən qadınlar müvəffəqiyyət hədəflərinə asanlıqla çatırlar. Qadınların iş həyatında, xüsusilə də rəhbərlik vəzifələrində nisbəti daha çox artmalıdır, çünki onlar kişilərə nisbətən güclü intuisiya və daha yüksək məsuliyyətə malikdirlər.

### 2.1.2. Qadın sahibkarın növləri

Qadın sahibkarlar duyğusal, düşüncə və sosial davranışlarına görə kişi sahibkarlarından daha fərqli təsniflənirlər. Qadınların sahibkarlıq tərzlərini diqqətə alsaq görürük ki, onlar əsasən, dörd kateqoriyada bir-birindən çox fərqlənir (cədvəl 2.)

**Cədvəl 2: Qadın sahibkar tipləri**

|                                  | Ənənəvi cinsiyyət roluna sadıq olanlar |         |             |
|----------------------------------|----------------------------------------|---------|-------------|
|                                  |                                        | çox     | az          |
| Sahibkar idealları üstün olanlar | çox                                    | ənənəvi | yenilikçi   |
|                                  | az                                     | evdar   | fundamental |

*Mənbə: Catherina K. , Markalaşan qadınlar, s. 163*

Bunlar aşağıdakılardır:

1. Ənənəvi Qadın Sahibkar tipi: Ənənəvi qadın təşəbbüskar tipi, klassik qadın təşəbbüskar olaraq da bilinən cinsiyyət rollarına və yüksək səviyyədə sahibkarlıq ideallarına bağlı qadın təşəbbüskarları ifadə edər. Motivasiya qaynağı pul qazanma ehtiyacı olub, ənənəvi ailə rolunu da əsas tuturlar. Ümumiyyətlə, bu tip evli qadınlar olur, iş və ailə həyatı arasında tarazlıq təmin etməyə çalışırlar. İş ilə əlaqədar məsuliyyət tamamilə özündə olub, ortağı varsa belə, məhdud dəstək almaqdadırlar. Əksərən butik otel, katiblik yeri, gözəllik mərkəzi, restoran, şirniyyat evi və saç salonları var.
2. Evdar Qadın Sahibkar tipi: bu tiplər ailədə qadınlıq roluna ciddi şəkildə sadıqdırlar. Sahibkarlıq ideali ənənəvi qadın təşəbbüskar tipinə görə bir az aşağı səviyyədə olduğundan ailələri işlərindən ön planda gəlməkdədir. Evdar olmaları əhəmiyyətli olduğundan ailələrinin uyğun gördüyü sahibkarlıq sahələrində fəaliyyət göstərməkdədirlər. Bu sahibkar tipində, qadın sahibkarlar uşaq sayı artdıqca sahibkarlıq təşəbbüsü azalmaqla, tam əksinə kişi sahibkarlar uşaq sayı artdıqca sahibkarlıq təşəbbüsü ev dolandırma məsuliyyətinə görə artmaqdadır. Bu təşəbbüskar tipi, ənənəvi cinsiyyət rolunu ideallarının üstündə tutduğu üçün sahibkarlığı yan iş kimi görən təşəbbüskar tipidir.
3. Yenilikçi Qadın Sahibkar tipi: sahibkarlıq ideallarını ənənəvi cinsiyyət rollarının üstündə tutan və biznesinin böyüməsini prioritetli hədəf olaraq görən qadın sahibkarlardır. Ümumiyyətlə, yüksək ali təhsilli, iqtisadi azadlığına düşkün və texnologiyayı çox yaxşı istifadə etmə xüsusiyyətlərinə malikdirlər. Onlar əsasən, bazar tədqiqatları, reklam, ictimai əlaqələr və mətbuat sahələrində fəaldırlar.
4. Fundamental Qadın Sahibkar tipi (Feminist): Fundamentalist qadın təşəbbüskar tipində, qadın olmaq sahibkarlığa təşviq edən xüsusi bir motivasiya qaynağıdır. Bu qrupdakı qadın sahibkarlar hər sahədə olduğu kimi kişilərlə bərabər olduğuna inanırlar. Həm sahibkarlıq, həm də ənənəvi ailə rollarına eyni anda bağlılıq alt səviyyədədir. Onlar ümumiyyətlə,

mətbuat, yayım, pərakəndə satış, təhsil və qadın hərəkəti ilə bağlı kiçik miqyaslı istehsal sahələrində fəaliyyət göstərilir.

## **2.2. Qadın və kişi sahibkarları arasındakı fərqlər**

Kişinin, “evin çörəyini qazanan adam”, qadının da “uşaqlarının anası, evinin qadını” olması anlayışı, dəyişən cəmiyyət quruluşunda artıq öz hökmünü itirmişdir. Kişinin çalışması iqtisadi bir fəaliyyət olaraq qiymətləndirilərkən, bu işi qadının görməsi dərhal hər qadının sahib olduğu bir sifət olan ev qadınlığı sifəti xatırladılır və öhdəlikləri iki dəfə artmaqla yanaşı, kişi rəqiblərlə mübarizə aparmaq məcburiyyətində qalırlar. Aşağıdakı cədvəldə bəzi fərqlər verilmişdir: (Cədvəl 3., bax: əlavə 2., səh 57.)

Qadın sahibkarları kişilərdən ayırd edən xüsusiyyətləri nəzərə aldıqda, tərəflərin cəmiyyətdə rolları, ənənələri və ehtiyacları və ya insan həyatının müxtəlif mərhələlərinin dəyişən ehtiyacları kimi amillər ön plana çıxır. Digər vacib bir fərq kimi kişi sahibkarların iqtisadi gözləntiləri ön plandadırsa, qadın sahibkarların şəxsi gözləntiləri ön plandadır və bu səbəbdən qadın sahibkarlar kişilərdən daha çox sosial dəstəyə ehtiyac duyduqları müəyyən edilmişdir. Cəmiyyətdə məskunlaşmış qadınlara qarşı münasibət də qadınların utancaq qalmasına səbəb olmuşdur.

Kişilər və qadınların işə başlama səbəbləri də bir-birindən fərqlidir. Demək olar ki, kişilər öz gələcəyini nəzarət altında saxlamaq üçün hərəkət edərkən, (bu motivlər tez-tez onların müdirləri ilə razı olmadığı üçün və ya daha yaxşı bir işi idarə edə biləcəkləri qənaətinə görə yaranır) qadınlar daha çox bacarıqlı və müvəffəqiyyətli olmağına baxmayaraq, yüksək vəzifəyə gətirilməməsindən dolayı iş həyatında bir inciklik yaşayırlar nəticədə özlərinin şəxsi bizneslərini yaradırlar. Aşağıdakı cədvəldə qadın və kişilərin sahibkar olmaq səbəbləri ən vacibindən ən önəmsizinə doğru verilmişdir:

#### Cədvəl 4: Qadın və kişilərin sahibkar olma səbəbləri

| <b>Qadınların sahibkar olma səbəbləri</b> | <b>Kişilərin sahibkar olma səbəbləri</b> |
|-------------------------------------------|------------------------------------------|
| İş saatlarını özünün müəyyən etməsi       | Sərvət yaratmaq istəyi                   |
| Ailə ilə daha çox vaxt keçirtmək          | Kariyerasında uğur əldə etmək            |
| Ailə ilə maraqlanmaq məcburiyyəti         | Ailə ilə maraqlanmaq məcburiyyəti        |
| Kariyerasında uğur əldə etmək             | Ailə ilə daha çox vaxt keçirtmək         |
| Sərvət yaratmaq istəyi                    | İş saatlarını özünün müəyyən etməsi      |

*Mənbə: Hisrich və Peters, 2002, s.98*

Kişi sahibkarlar, mövcud işlərdə yaranan problemlərdən qaçmaq, işdən çıxarılma riski və ya hazırkı işlərini bəyənmədiklərinə görə yeni cəhdlər edirlər. Qadın sahibkarlar isə çalışdığı işdən soyuma, etdikləri işdə əngəlləndikləri duyğusuna qapılma və müəyyən bir sahədə sıxlaşan maraq səbəbiylə iş dəyişdirmə şəklinə sahibkarlığa can atırlar.

Bir müəssisənin yaradılmasında mühüm rol oynayan maliyyə vəsaitlərini təmin etmək üçün kişi sahibkarlar fərdi yığımları və əlavə vəsaitlərdən başqa peşəkar dəstəyə də ehtiyac duyurlar. Bu çərçivədə bank kreditləri və investor dəstəyi kişi sahibkarlar üçün əhəmiyyətli bir qaynaqdır. Bundan əlavə kişi sahibkarları ailə və ya dostları tərəfindən maliyyələşdirilir.

Qadın sahibkarların maliyyə resurslarının əldə olunmasında vəziyyət bir az fərqlidir. Qadın sahibkarlar üçün maliyyələşdirmə məhduddur. Qadınlar təminat göstərəcək varlıqlarının məhdud olması səbəbiylə maliyyə quruluşlarından kredit almaqda çətinlik yaşayırlar və bu səbəblə də cəhdlərini fərdi təcrübə ya da borclarla maliyyə etməkdədirlər. Qadınlar, bir müəssisənin qurulması və idarə olunması üçün ehtiyac duyulan üsürlərdən olan kredit imkanları, texnoloji inkişafı haqqında kifayət qədər məlumat, yüksək əlavə dəyəri olan məhsulları sata bilmə imkanları kimi bir çox ünsürü ictimai məhdudiyyətlər və statusları səbəbi ilə kişilərə nəzərən daha çətinliklə əldə edirlər.

Kişi sahibkarların fərdi xüsusiyyətlərinə baxıldığında idealist, qərarlı, özlərinə etibarları yüksək, özlərinin müdiri olma istəyi içində olduqları görülməkdədir. Qadın sahibkarlarının kişilərə nisbətən daha az inamlı olduğu müşahidə olunur, onlar çevik və tolerantdır, sosial və iqtisadi mühitlə mübarizə

qabiliyyətinə malikdirlər. Bilmədiyi mövzuları soruşmağa və başqalarından ağıl almağa meyllidirlər.

Qadın sahibkarlar kişilərə nisbətən daha çevik və daha səbirlidirlər. Özlərini daha çox stress altında hiss etdikləri və daha çox narahatlıq duyduqları, bunların nəticəsində də daha çox yorulduqları və gərgin olduqları ortaya çıxmışdır. Qadın sahibkarların bu şəkildə hiss etmələrinə səbəb kişi suverenliyindəki bir sahədə özlərini qəbul etdirməyə çalışmaları, işlərində ancaq bu şəkildə ayaqda qalacaqlarını düşünmələri, işlərində daha rəqabətçi olmaları lazım olduğuna inanmalarıdır.

Kişilərin sahibkarlığa başlama yaşı 25-35 ikən, qadınlarda yaş aralığı 35-40 olmaqdadır. Qadın və kişi sahibkarlarının universitet məzunları olduğunu və hər iki qrupun biznes idarəciliyində təhsil aldığı deyilə bilər, lakin kişi sahibkarlar texniki sahədə də təhsil alırlar. Qadın və kişilərin sahibkarlıq prosesini dəstəkləyən qrupları araşdırıldıqda onların yoldaşları peşəkar şəxslər (hüquqşünaslar, mühasiblər) olduğu görülür. Qadınları yaxın dost, ailə və qadın təşkilatları dəstəkləyir. Aşağıdakı qrafikdə yaş aralığına görə qadın və kişi sahibkarlar əks olunmuşdur (qrafik 1., bax: səh. 65):

Aşağıdakı cədvəldə İqtisadi fəal əhəlinin cins və yaş qrupları üzrə bölgüsü cədvəl formasında əks olunmuşdur (bax: əlavə 3., səh. 58).

Qadın və kişi sərmayə qoyduqları müəssisələr araşdırıldığında, kişi sahibkarların istehsal və ya tikinti sektorunda iş qurduqları, qadın sahibkarların isə təhsil, konsaltinq və ictimai əlaqələr kimi xidmət sektorlarını seçim etdikləri görülməkdədir. Qadınlar sektora giriş edərkən daha az kapital və donanma ehtiyacından ötürü xidmət sektoruna üstünlük verirlər. Bundan əlavə, bu sektorlarda həyata keçirilən fəaliyyətlər qadınlara iş və ailə həyatını balanslaşdırma imkanı təklif edə bilər. Buna görə istehsal sektorunda qadın sahibkarlıq nisbəti çox məhduddur və bu sektorda çalışan qadınlar, ümumiyyətlə, kişi tərəfdaşları ilə birlikdə çalışırlar.

Dəstək qrupları baxımından da qadın və kişi sahibkarlar arasında bənzərliklər azdır. Kişilər ən əhəmiyyətli dəstək vericiləri olaraq “xarici”

məsləhətçiləri (vəkillər, mühasiblər) görməkdə, həyat yoldaşları dərhal daim ikinci sırada iştirak etməkdədirlər. Qadınlar isə bu mövzuda həyat yoldaşlarını birinci sırada, yaxın yoldaşlarını ikinci sırada və məsləhətçiləri üçüncü sırada görməkdədirlər. Bundan başqa, qadınların dəstək və məlumat mövzusunda müxtəlif qaynaqlara (peşə təşkilatları və qadın dərnəkləri kimi) ağırlıq vermələrinə baxmayaraq, kişilərin dəstək alma mövzusunda peşə, quruluş və dərnək müxtəlifliyi az olduğu üçün bu mənbələrdən kömək almamaqdadırlar.

İndiki vaxtda araşdırma nəticələri onu göstərir ki, yeni açılan iş yeri sayı baxımından kişi sahibkarlara nisbətə getdikcə artan bir qrafik sərgiləyən qadınların sahibkarlıq sahəsində olduqca müvəffəqiyyətli olduqları, onlara bərabər fərsətlərin verilməsi, qadınlara yönəldilmiş müsbət ayrı- seçkilik və qadınların cəmiyyətdəki rolundan ötrü qarşılaşdıqları əngəllərin aradan qaldırılması onların daha çox uğur qazanmasına köməkçi olacağı yönündədir.

### **2.3. Qadınları sahibkarlığa yönləndirən faktorlar**

Qadınlar arasında kiçik müəssisələrin yaradılması tendensiyası müxtəlif səbəblərdən asılıdır. Birincisi, qadınlar evinə əlavə gəlir təmin etmək üçün öz keyfiyyətlərini istifadə edərək kiçik biznes qururlar. İkincisi, evin gəlirindəki azalmağa paralel olaraq qadınlar hər hansı bir ödənişli işlə təmin olunurlar. Bununla belə, müvafiq təhsil və bacarıqları olmayan qadınlar iş tapa bilmirlər və buna görə də məşğulluq ödənişli işdə çalışmaq istəyən və iş tapa bilməyən qadınlar üçün seçimdir. Mənfi amillər qadınları məcburi olaraq sahibkarlığa yönəldərkən, müsbət amillər qadınları sahibkarlıq fəaliyyətinə cəlb edir. İqtisadi zərurət, qeyri-kafi ailə gəliri və ya əlavə gəlir ehtiyacı, ailədən birinin ölümü və ya boşanma kimi ailə quruluşu və ailə içi hadisələr, qəbul edilə bilməz iş şəraiti, qadın və kişi işçilər arasındakı ödəniş fərqliliyi, gəlir bərabərsizliyi, peşə ayrımı, (qadınların üst addım rəhbərlik mövqelərinə çatmasına maneə törədici davranış və təşkilati ön yargılardan qaynaqlanan görünməz süni əngəllər), yüksəlmələrindəki maneələr mənfi faktorlardır, səbəblərdir. Dünyada qadınları sahibkarlığa itələyən ən əhəmiyyətli faktorlardan biri gəlir əldə etməkdir.

Bu gün dünya əhalisinin 20% -ni təşkil edən təxminən 1,2 milyard insan gündə 1 dollar olan mütləq yoxsulluq xətti altında yaşamağa çalışarkən, mikro maliyyə sistemində yoxsulluğun azaldılmasına, gəlirlərin artmasına və xüsusilə, kənd yerlərində məşğulluğun artmasına səbəb olur (<http://siteresources.worldbank.org>). Bu dəstək üçün nəzərdə tutulan bir çox müdaxilə dövlət strategiyası kimi qəbul edilir. Bu yolla kasıb insanların və xüsusilə də, qadınların öz bizneslərini başlatmasına görə mikro maliyyələşdirmə əla bir seçimdir.

Qadın sahibkarlığına təsir göstərən bir sıra amillər var. Bunlar şəraitlə əlaqəli olduğu kimi, bəzən fərdi səbəblərlə də bağlı ola bilər. Bu amillər, ümumiyyətlə, itələyici və çəkmə amilləridir. Sahibkar qadının biznes ideyalarını itələyici amil ətraf mühit şəraiti; Çəkmə faktoruna isə bu fikirləri dəstəkləyən müsbət inkişaf aiddir. Qadınların məşğulluğunun səbəblərini nəzərə alaraq, itələyici və çəkmə faktorları mühüm rol oynayır. Buna görə, qadınları işə başlamaq üçün itələyən amillər; ölkənin iqtisadi şərtlərindən yaranan işsizlik problemləri, uyğun olmayan iş şəraiti və əmək haqqlarında cinsi ayrı-seçkilik hesab edilə bilər. İstiqlaliyyət arzusu, özünü həyata keçirmə arzusu, öz işinin müdiri və ailəsi ilə iş məsuliyyətləri arasındakı tarazlığı bərqərar etmək istəkləri qadınların işə başlatmasına gətirib çıxaran amillər arasındadır (<http://www.seipa.edu.,Female%20Ent%20Motivation%202012.pdf>).

İtələyici faktorlar: aşağı gəlir, iş yerindən narazılıq, iş imkanlarının olmaması, inkişaf imkanlarının çatışmazlığı, ağır iş saatları, ehtiyac və ağır iş mühitinin yaratdığı problemlər. Şəxsi və ya ictimai sahələrdə bu xəyal qırıqlığı qadınların öz bizneslərini qurmasına səbəb olan itələyici amillər arasındadır. Qlobal sahibkarlıq monitorinqi (GEM – The Global Entrepreneurship Monitor) bunu ehtiyacdən əmələ gələn sahibkarlıq kimi təsvir edir. Yəni sahibkarlıq qeyri-kafi və qeyri-mövcud variantlara cavab olaraq ortaya çıxdı.

Çəkmə faktoru: azadlıq, özünə inam, güc, gəlir, sosial vəziyyət, sahibkarlıq ruhu və arzusu. Bəzi tədqiqatlar, qadın sahibkarlığının əsas səbəbi kimi ən yaxşı həyat tərzi balansını təmin etmək arzusunu göstərir. Qlobal Sahibkarlıq Monitoru

isə (GEM-The Global Entrepreneurship Monitor) bunu fürsətdən yaranan sahibkarlıq olaraq adlandırır.

Tədqiqatlar göstərir ki, inkişaf etmiş və inkişaf edən iqtisadiyyatlarda çəkmə və itələmə faktorlarının sosial-iqtisadi biznesə təsiri dəyişmişdir. Hətta eyni ölkədə olan şəxslər arasında dəyişə bilər. Çəkmə və itələmə faktorlarının eksperimental sübutları göstərir ki, inkişaf etmiş ölkələrdə qadın sahibkarlar müvəffəqiyyətə olan ehtiyac tərəfindən motivasiya edilərkən, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə itələmə və çəkmə faktorlarının kombinasiyası ilə motivasiya olmaqdadır.

1997-ci ildə qadın sahibkarlar kiçik biznes sektorunun inkişafında mühüm rol oynadılar və bir çox tədqiqatçı qadın sahibkarların inkişaf etməkdə olan ölkələrdə çox vacib bir yerə malik olduğuna inandığını söylədi. Ancaq inkişaf etmiş ölkələrdən fərqli olaraq hazırda inkişaf etməkdə olan ölkələrdə, qadın sahibkarların qiymətləndirilməsi üçün xüsusi bir model yoxdur (Hisrich və Lerner, 1997).

Yarım strukturlaşdırılmış müsahibələr vasitəsilə qadın sahibkarların fonları haqqında məlumat toplamaq üçün qadın sahibkarların üzləşdiyi problemlər araşdırıldı (<https://www.researchgate.net>). Bu tədqiqatlar göstərir ki, qadın sahibkarlara təsir edən amillər:

1. Mədəniyyət, təhsil və təcrübə
2. Sosial vəziyyət, sosial şəbəkələr və sosial normalar
3. Maliyyə qaynaqları
4. Ailə öhdəliyi
5. Qadın Sahibkarlığının Təbiəti
6. Motivasiya
7. Sahibkarlıq xüsusiyyətləri
8. Hökumətin dəstəyi
9. Yaşadığı ərazi
10. Akademik dərəcə və Akademik ixtisaslaşma

Sahibkar olmaq üçün qadınlar fürsətləri axtarmaq imkanına malikdirlər və bu fürsətləri qiymətləndirməli, uğurlu bir işə çevirməlidir. Buna görə də qadının məlumat toplanması; seçilmiş fürsəti tədqiq edərkən, imkanları investisiya etmək,

onları işləmək və istifadə etmək üçün yüksək bacarıq və sıx biliklərə sahib olması lazımdır.

İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə hər hansı bir biznes uğurunun reallaşması və yaradılması sahibkarın sosial vəziyyətinə və əlaqələrinə əsaslanır. Kişilərin daha çox söz sahibi olduğu cəmiyyətlərdə, qadın sahibkarların öz mövqelərinə çatması çox çətindir. Qadınların təbiətinə xas xüsusiyyətləri və onların hərəkətləri mədəni məhdudiyyətlərə tabedir: təsirli bir şəbəkə qurmaları və bunu davam etdirmələri daha da çətin hala gəlməkdədir. Bu həqiqət əvvəlki araşdırmalarla da sənədləşdirilmişdir. Qadınlar kişilərlə müqayisədə sosial mövqelərindən və vəzifələrindən ötrü öz şəbəkələrini və əlaqələrini gücləndirə bilmədi və bu mövzuda öz işlərini tərk etmək məcburiyyətində qaldı.

Qadınlar zəruri zənginliyə malik olmadıqda, kişilərdən fərqli olaraq maliyyə dəstəyi almaqda onlar kimi uğurlu deyil. Qadınlarda erkən ictimailəşmənin, uşaqlıq təcrübələrinin, həyat modellərinin öz işlərini başlatmaq üçün motivasiya olmalarında çox əhəmiyyətli rol oynadığını göstərdi. Buna görə, ailənin ümumi dəstəyi və xüsusilə, ərinin dəstəyi qadın sahibkarların müvəffəqiyyətinə böyük təsir göstərir.

İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə işləri asanlaşdırmaq üçün edilmiş bir qadın sahibkarlığı modeli yoxdur. Buna görə də mövcud rol modelləri və inkişaf etməkdə olan sahibkarlar arasında əlaqə mövcuddur. Fərdlərin arzuları və hədəfləri cinsindən asılı olaraq dəyişir. Sahibkar qadınların müəyyən bir modeli olmadığından, onlar üçün bir rol modeli müəyyən etmək çətindir. Qadın sahibkarlığının təbiətinə dair tədqiqatlar şəxsi və biznes xüsusiyyətlərinə yönəlib. Qadın sahibkarların tədris, idarəetmə, satış və şəxsi xidmətlər sahəsində təcrübəyə malik olma ehtimalı daha çoxdur. Empirik bir sübut olmasa da, bunu dəstəkləmək üçün çoxlu müşahidələr var. Qadın sahibkarlar xidmət sektoruna daha çox maraq göstərdikləri üçün onların digər sahələrdə ölçüsü nisbətən azdır.

Qadınların təşəbbüskar olma qərarını təsir edə biləcək başqa bir faktor dövlət dəstəyidir. Öz işlərini qurmaq üçün qadınlara qrant və ya imtiyaz, kredit verən hökumətlər müəyyən siyasət qəbul etmiş və bir atalar sözündə olduğu kimi

balıqları vətəndaşlarına vermək əvəzinə onlara balıq tutmaqda köməklik göstərmişlərdir. Beləliklə, daha çox iş imkanları təmin edilə bilər və məşğulluq artar. Bundan əlavə bu siyasət xaricdə əməkdən və ictimai sektorda təzyiqdən asılılığı azaldır.

Qadınların sahibkarlıq maraqlarının başqa bir amili yaşadıqları yerdir. Yüksək yaşayış standartları olan ərazilərdə daha çox biznes imkanları var; buna görə, ən çox qadın sahibkarlar kənd və ya kiçik şəhərlərdə deyil, şəhər ərazilərində yaşayır. Bundan əlavə, əsas maliyyə qurumlarının əksəriyyəti kənd yerlərində deyil, şəhər ərazilərində yerləşir.

Qadın sahibkarlarına təsir göstərə biləcək amillərdən biri onun təhsilini tamamladığı akademik dərəcədir. Öz işlərinə başlamaq istəyən qadınlar akademik həyatından öyrəndikləri nəzəriyyəni tətbiq etməyə çalışırlar. Qərbi universitetlərinin məzunlarının yeni və aqressiv fikirlərə daha açıq olduğu, ərəb və ya Asiya universitetlərini bitirənlərə nisbətən öz bizneslərini inkişaf etdirmək ehtimalı yüksək olduğu müşahidə olunur (Kamal et al, 2009).

### **2.3.1. Özünə cəmiyyətdə mövqe tapmaq**

Edilən araşdırmalarda qadınlar üçün öz işini qurma məqsədi qadının gəlir səviyyəsinə görə fərqlilik olduğu görülmüşdür. Maddi çətinlik içindəki qadınlar üçün ən əhəmiyyətli faktor gəlir qaynağı əldə etmək ikən, maddi cəhətdən bir gəlirə ehtiyacı olmayan qadın üçün isə ən böyük faktor “özünü reallaşdırma” olmaqdadır. Qadın sahibkarlara təsir edən və sahibkarları cəlb edən amillərdən biri özünü həyata keçirmək arzusudur. Ayrıca qadınların maliyyə qazancından əvvəl özünü isbat etmə, özünü reallaşdırma istəyi iş qurmalarında cazibədar bir faktor olaraq qarşımıza çıxmaqdadır.

İctimai status, adamın ictimai yerinin cəmiyyətin digər fərdləri ilə müqayisədə harada olduğunu göstərən bir qiymətləndirmə olaraq təyin olunmaqdadır. Bu status, fərdin ətrafındakı kəslərin cəmiyyətdə ona obyektiv olaraq uyğun gördükləri mövqeyə verilən isimdir. Qadınlar evdarlıq və analıq rollarının yanında, cəmiyyətdə də bir fərd olaraq qəbul görmə istəyi və səyi içində olurlar. Bunun bir yolu olaraq, sahibkarlıqla məşğul olurlar. Yenə qadınlar cəmiyyətdə bacarmış olaraq xatırlanmaq və müəyyən bir

mövqeyə gəlmiş olaraq görülmək istəyirlər. Buna görə də sosial statusu əldə etmək istəyi də qadınları cəlbedici bir amil kimi biznes qurmağa gətirib çıxarır.

### **2.3.2. Varlanmaq istəyi**

Digər müəssisələrdə əmək haqqı müqabilində işi yerinə yetirmək əvəzinə, daha çox gəlir və zənginlik təmin edən öz biznesini qurmaq qadınları daha da güclü edə bilər. Ümumiyyətlə, qadınlar kişilərlə müqayisədə qurduqları biznesin iqtisadi tərəfini daha az önəmsəyib arxa plana keçirtsə də, bir çoxunda cəlbedici amil kimi zəngin olma arzusu da ortaya çıxır.

### **2.3.3. Lider olmaq istəyi**

İctimai rolu səbəbiylə ev həyatı və iş həyatı arasında tarazlıq qurmaq məcburiyyətində olan qadınlar analıq, yoldaşlıq rolunun bir davamı kimi qiymətləndirilən müəllimlik, tibb bacısı, katiblik kimi peşələrə yönəlmək məcburiyyətində qalmışdır. İnkişaf etmiş ölkələrdə belə yüksək səviyyəli rəhbərlik mövqelərində özləri ilə eyni təhsil, informasiya, təcrübə və bacarıqlara sahib olan kişilərlə rəqabət edə bilməz hala gəlmişlər. Qadınlar cinsi rolların bəzi xüsusiyyətlərini idarəetmə sahəsinə daşımışdırlar. Bu xüsusiyyətlər qadınları kişilərdən ayıran liderlik xüsusiyyətləridir. Sahibkar olma yolunda irəliləyərkən bir çox qadını motivasiya edən amil məhz liderlikdir. Öz işinin söz sahibi olmaq düşüncəsi onları daha çox həvəsləndirir.

### **2.3.4. Güc əldə etmək istəyi**

Gücə olan tələbat bir insanın təsirinə, nəzarətinə və başqalarının davranışına görə məsuliyyətə cəlb olunması arzusu olaraq təyin olunur. Burada məqsəd başqa insanlara təsir etmək, idarə etmək və hakim olmaqdır. Güc tələbi iki ölçüdə araşdırılır; müsbət ölçülü güc, hansı ki başqasını razı sala bilən və motivasiya edən və ya mənfi ölçülü, itaətkar olmağı tələb edən və hakim hökmü olan.

Gücün tərifindən də aydın olacağı üzrə sahibkar bir qadın digər insanlara təsir edə bilər, idarə edə və şərtlərə görə suverenlik qura bilər. Bu imkanlara sahib

olmaq istəyən, yəni güc əldə etmək istəyən bir qadın üçün sahibkarlıq qiymətləndirilməsi lazım olan bir fürsət olaraq görülməkdədir. Bu amillər qadınları sahibkar olmaq üçün cəlb edən bəzi faktorlar kimi qəbul edilməkdədir. Ümumi bir qiymətləndirmə edildiyində ön plana çıxan itələyici faktor işsizlik və çəkmə faktor isə özünü reallaşdırma istəyidir deyilə bilər.

## **2.4. Qadın sahibkarların üzləşdiyi problemlər**

Bütün sahibkarlar – kişilər və qadınlar sahibkarlıq dövründə bir çox problemlərlə üzləşirlər. Qadınların iqtisadi həyata cəlb edilməsi ailə münasibətlərini demokratikləşdirmək, rifahı artırmaq, daha yaradıcı və özünə inamlı şəxslərin yetişdirilməsi baxımından vacibdir. Qərar qəbul edən, idarə edən və risk alan qadınların bu sayədə statusları da yüksələcək. Qadın sahibkarlar, idarəetmə tərz, şirkət strukturu, xidmət konsepsiyası və texnologiyanın istifadəsi kimi göstərdikləri müxtəlif təcrübələr və perspektivlər arasında fərq yarada bilər və yeniliklərin qaynağı ola bilər. Ancaq sahibkarlıq istiqamətində qadınlar bəzi maneələr və problemlərlə üzləşirlər. Bu bölmədə qadın sahibkarların qarşılaşdıqları problemlər və bu problemlərin həlli müzakirə ediləcək. Qadın sahibkarları araşdıran şəxslərin nəticələrinə görə bir neçə inkişaf etmiş və eyni zamanda inkişaf etməkdə olan ölkələrdə görüldüyü kimi, Azərbaycanda da qadınlar ümumi olaraq sahibkarların qarşılaşdıqları problemlərin yanında qadın olmalarından ötürə kişilərdən fərqli olaraq bəzi problemlər yaşamaqdadırlar. Aşağıdakı şəkildə qadınların mikro və makro problemləri qeyd edilmişdir: (şəkil 1., bax: əlavə 9, səh. 66)

Qadınların iş həyatındakı funksiyalarının ümumi olaraq artım göstərməsinə baxmayaraq, bütün dünyada olduğu kimi, Türkiyədə də qadınların iş sahibi olmalarına maneə törədən problemlər vardır. Bu problemlər 5 başlıq altında araşdırılacaq.

### **2.4.1. Cəmiyyətdə rolu və qadınlara qarşı reaksiya**

Əmək bazarında iştirak edən qadın həyat yoldaşı və ana rolunu davam etdirməlidir. Cəmiyyətdə qiymətləndirmə qərarı və iş həyatının məsuliyyəti

qadınların ailəni və iş həyatını balanslaşdırmasını çətinləşdirir. Qadınlara kiçik yaşlardan etibarən yaxşı bir yoldaş, ana, ev xanımı olma mövzusunda yüklənən ənənəvi rollar, öz seçimiylə və ya iqtisadi zərurətlər səbəbiylə işləmək istəyən qadını ya müvəffəqiyyətli bir iş qadını, ya da yaxşı bir yoldaş, ana, ev xanımı olma mövzusunda seçimə məcbur etməkdədir. Qadın işləsə belə, evin məsuliyyətini, uşağın qayğılarını üstlənərək daha böyük məsuliyyət alır. Buna görə də, işləyən qadınların yükü kişilərə nisbətən daha yüksəkdir. Erkən yaşdan kişilərə yüklənən iqtisadi və ailə məsuliyyəti qadının sahibkar olması ilə artıq paylaşılır. Beləliklə, kişi öz ənənəvi rolunu başqa biri ilə bölüşdürər, ancaq qadına əlavə məsuliyyətlər yüklənmiş olar ki, buda hər baxımdan qadının yükünü ağırlaşdırar, öhdəliklərini çoxaldar.

Cəmiyyətlərdə ailə içində ev işlərini ümumiyyətlə, qadınlar üstlənəməkdədir, burda da qadınlara kişilərə nəzərən daha çox məsuliyyət düşür. Bu məsuliyyətlər səbəbiylə iş həyatına atılan qadın sahibkarlar iş həyatındakı uzun iş saatlarının də təsiriylə rol qarşılıqlılaşması yaşamaqdadırlar. Qadın sahibkar iş həyatındakı məsuliyyətlərini yerinə yetirməyə çalışarkən bu arada ailə içindəki məsuliyyətlərini də yerinə yetirməyə çalışır. Bu vəziyyət qadın təşəbbüskarları rol qarşılıqlılaşmasına soxmaqda olub, sahibkarlıq müvəffəqiyyətinə də mənfi istiqamətdə təsir etməkdədir.

#### **2.4.2. Ayrı-seçkilik**

Özündən və yaxın ətrafından qaynaqlanan maneələri həll edən qadının qarşısına bu dəfə iş həyatında özü xaricindəki kəslərdən qaynaqlanan bəzi “qəlibləşmiş” problemlər çıxma bilməkdədir. Cins ayrılıqları qanunlardan daha çox cəmiyyətlərin ənənələri, mədəni xüsusiyyətləri və ön yargılarından meydana gəlir. Gender əsaslı ayrı-seçkilik dünyanın hər yerində qadınların əsas problemlərindən biridir. Bu vəziyyət qadınları iş həyatında, vəzifələrində ayrı-seçkilik, əmək haqqındakı bərabərsizlik, karyera inkişafı və bəzi fəaliyyət sahələrində yüksələ bilməməsi ilə qarşı-qarşıya qoyur. Kişilərin hakim olduğu cəmiyyətlərdə qadınlar

iqtisadiyyat, siyasət və elm kimi bir çox sahələrdə mənfi münasibətlərə məruz qalırlar.

Qadınların bu ayrı-seçkiliyi yaşamalarının ən böyük səbəblərindən biri cəmiyyətdəki qadınların cinsi rolundan qaynaqlanır. Qadının cinsiyyət roluna görə ailə və iş həyatında tarazlıq qurmaq məcburiyyətində olması, qadınların ana və yoldaş olma rolunun bir davamı kimi görülən müəllimlik, katiblik və tibb bacısı kimi daha çox qadınların çalışdığı peşələrə yönəlməsinə gətirib çıxarmaqdadır.

Kişilərin üstünlük təşkil etdiyi sektorlardakı qadınlar yüksək səviyyədə bir müvəffəqiyyətə sahib olsa belə, özlərinə burada yer tapa bilmirlər. Əmək bazarında qadınlar üçün hansı işə və peşəyə uyğun olduqlarını müəyyən edən stereotiplər çox dərin və köklü olub, dəyişməyə çox davamlıdır. Qadınlar, daxil ola bilmədikləri sahələrə girmək üçün kafi xüsusiyyətlərə sahib olsalar belə, bu sahələr tərəfindən qəbul edilmələri sancılı bir müddət sonunda reallaşır. Bu sahibkarlıq fəaliyyətində qadınların qarşısında duran ən vacib problemlərdən biridir. Qadınların cinsi üzündən üzləşdiyi bu münasibət onların sahibkarlığına mane olur. Qadınlar kişilərin üstünlük təşkil etdiyi sahələrə daxil olmaq üçün kifayət qədər xüsusiyyətlərə malik olsa da, bu sahələrdə ictimaiyyətin qərarı ilə bağlı, olduqca məhdud fəaliyyət göstərirlər. Bu sahələrdə fəaliyyət göstərən qadınların sahibkarlıq fəaliyyətinin məhdudlaşdırılması onların sahibkarlıq potensialının tam istifadə olunmamasına gətirib çıxarır və bu ölkənin iqtisadiyyatı üçün zərər deməkdir.

#### **2.4.3. Kommunikasiya və koordinasiya**

Qadın təşəbbüskarlar qurduqları müəssisələrdə ünsiyyət və təşkilatlanma sahəsində problemlərlə üzləşə bilirlər. Qadınların işində müvəffəqiyyətli olması üçün çalışqan, əzmkar bir qrupla çalışması vacibdir. Bu problemin qaynaqlanmasının əsas səbəbi işçini yönləndirə bilməmək və nəticədə işçilərin birləşib sizə qarşı baş qaldırmaları ilə nəticələnər. Qadınların təbiətləri gərəyi iş həyatında da duyğularıyla hərəkət etmələri problem yaşamalarına səbəb ola bilər.

Qadınlar ümumiyyətlə, kişilərdən daha aşağı sosial vəziyyətdədirlər. Bu isə qadınların ictimai mühitlərə daxil ola bilməsinə və ya bir təşkilatın üzvü olma kimi

əlaqələrinə təsir etməkdədir. İş həyatında qadınları zorlayan digər bir amil, onların kişi həmkarlarının qeyri-formal şəbəkələrə daxil ola bilməməsidir. Ibera tərəfindən edilən bir araşdırmada rabitə şəbəkələrinin təşkilatlarda irq və cinsiyyət bərabərsizlikləri meydana gətirmədə rol oynadığını önə sürmüşdür.

#### **2.4.4. Bürokratik əngəllər**

Yeni bir iş qurmaq və qeydiyyatdan keçmək üçün vaxt və səy lazımdır. Müəssisə qurma mərhələsində bürokratik əməliyyatlarda məlumat sahibi olmamaq və təcrübəsiz olmaq xərclənəcək olan zaman və səyi daha da artırmaqdadır. Bu sahibkarlar üçün əhəmiyyətli bir problemdir. Ümumiyyətlə, qadın sahibkarlar kişi sahibkarlara nəzərən sahibkarlıq mövzusunda daha az məlumat və təcrübəyə sahib olduqları üçün qadınların sahibkarlıq həyatına girişləri daha çətin ola bilməkdədir. Qadın sahibkarlar biznes qurma və qeydiyyat etdirmə əsnasında daha çox çətinlik və maneə ilə üzləşirlər. Qadın sahibkarlığını əngəlləyən faktorlardan biri olaraq bürokratik əngəllər araşdırıldığında, təşkilatlanmaya qarşı tutum bunun əhəmiyyətli nümunələrindən biri olmaqdadır. Bir çox təşəbbüskar təşkilatlanma funksiyasını qərar alma prosesinin uzanması olaraq qiymətləndirilməlidir.

Qadın sahibkarlarını dəstəkləyən ictimai qurumların, qeyri-hökumət təşkilatlarının və xüsusi təşkilatların sayının çox olması, bu təşkilatlar arasında koordinasiyanın olmaması, ümumi strategiyanın olmaması qadın sahibkarlar üçün problem yaradır. Bu təşkilatların vermiş olduqları həvəsləndirici təlim və ya sahibkarlıq təhsili alma, yenə bürokratik səbəblərə görə zaman alıcıdır.

#### **2.4.5. Maliyyə**

Maliyyə problemləri bütün sahibkarlar üçün əsas problem olsa da, qadın sahibkarlar üçün daha böyük bir problemdir. Bunun iki səbəbi var: Birincisi; qadınlar maliyyə güvəncələrini sənədləşdirən maliyyə qeydlərə sahib olmadıqlarından borc verən təşkilatlarla çətinliklər yaşayırlar. Borc verən təşkilatların iş təcrübəsi, bazar şərtləri, çıxarılacaq məhsul və ya xidmətin strukturu kimi mövzularla maraqlanmamaları və bir çox qadın təşəbbüskar isə bu cür

mövzulara hakim olmamaları səbəbiylə, əksəriyyəti ərlərinin və iş ortaqlarının dəstəyini almaq və ya öz fərdi maliyyələrini istifadə etmək məcburiyyətində qalırlar. İkincisi, qadın sahibkarlar maliyyə baxımından, mühasibat uçotu, əməliyyatlar və pul məsələləri üzrə sazişlər sahələrində, xüsusən də maliyyə sahəsində kifayət qədər təcrübəyə və bacarıqlara malik olurlar.

Qadın sahibkarların maliyyə təşkilatları ilə əlaqələr haqqında təcrübə və məlumat əskikliyi yaşaması, kişilərə görə daha aşağı təhsil səviyyəsinə sahib olmaları səbəbiylə yazılı müraciət əməliyyatlarını tamamlamaqda çətinlik çəkməsi və sahib olduqları işlərin çox kiçik ölçülü olmasının bankların bu sahədəki borc vermə xərcini artırması yaşanan problemlərin təməlini meydana gətirməkdədir.

Qadınların kredit ala bilməməsinin səbəblərindən ən əhəmiyyətli olanı əmlakların əksəriyyətlə kişinin adına olmasından ötrü təminat göstərəcək mal varlıqlarının olmamasıdır. Qadının iş qura bilməsinə maneə törədən kredit imkanlarının asanlaşdırılması lazımdır. Kredit miqdarları simvolik məbləğlər olmaqdan çıxarılmalı, faizlər aşağı tutulmalıdır. Girov şərtləri yumşaldılmalı, kredit veriləcək sahələrə məhdudiyyət qoyulmamalı, şərtləndirilməməli və imkanlar daraldılmamalıdır.

Qadın sahibkarlar biznes yaratmadan öncə sərmayə toplamaq üçün müxtəlif işlərdə çalışırlar. Azərbaycanda İqtisadi fəaliyyət növləri üzrə 2017-ci ildə qadınların orta aylıq nominal əmək haqqı aşağıdakı kimidir (stat.gov.az) (bax: əlavə 4., səh. 59)

## **2.5. Azərbaycanda qadın sahibkarlığı**

Ölkəmiz Azərbaycan keçid iqtisadiyyatına malik olan ölkələrdən biridir. Bu ölkələrin qarşılaşdığı sosial-iqtisadi problemlərlə yanaşı, Azərbaycan eyni zamanda torpaqlarının 20%-ni işğal etmiş Ermənistanın əmələ gətirdiyi bir çox çətinliklərlə də üzləşir. SSRİ parçalandıqdan sonra öz müstəqilliyini qazanmış və bazar iqtisadiyyatına keçid zamanı mühüm sosial-iqtisadi təmizliklərin həyata keçirilməsinə nail olmuş Azərbaycan Respublikası özünün ərazi bütövlüyünü qorumaq və eyni zamanda sərhədlərinin toxunulmazlığını qorumaq anında ciddi

çətinliklərlə qarşılaşmışdır. Keçid dövründə olarkən texnoloji və iqtisadi yüksəlişlərin sayəsində bir xeyli yeni iqtisadi potensial yaranmışdır. Ancaq heç də bütün kişi və qadınlar iqtisadi inkişafdan eyni şəkildə faydalana bilməmişdir. (<http://gender-az.org/doc/az/development/economic/woman-entrepreneurs-az.pdf>)

İqtisadi və sosial irəliləyişin səmərəliliyinə çatmaq, iqtisadi inkişaf, eyni zamanda yüksəlişdən faydalanmaq üçün cəmiyyətin həm qadın, həm də ki kişi cinsindən olan üzvləri şəxsi imkanlarını anlamalı və bundan yararlanma bilməlidirlər. Cəmiyyətin iqtisadi, sosial, mədəni və siyasi həyatında qadınların aktivliyini təmin etmədən bunu əldə etmək mümkün deyil. Ölkəmizdə demək olar ki əhalinin çox hissəsini (51,2%) qadınlar formalaşdırır. Aşağıdakı cədvəldə ölkəmizin fərdi sahibkarlarının şəhər və rayonları üzrə gender bölgüsü cədvəli verilmişdir (<https://www.stat.gov.az/source/demography/>). (bax: əlavə 5., səh. 60)

Son dövrlərdə qadınların sahibi olduğu təşkilatların sayının artdığı açıq şəkildə müşahidə olunur. Sahibkarlıq və kiçik biznes fəaliyyətinin inkişafının yeni iş yerlərinin açılması, işsizlik probleminin azaldılması və məşğulluğun çoxalması ətrafında səmərəli vasitə olduğunu düşünülərək, hazırki və potensial qadın təşəbbüskarların inkişaf proseslərindən qıraqda qalmaması təmin edilməlidir. Çünki qadın sahibkarlığın inkişaf etməsi yoxsulluğun azaldılmasına, qadınların sosial və iqtisadi hörmətinin artmasına və çox zaman, cəmiyyətdə gender bərabərsizliyinin yox olmasına kömək edir. Qadın təşəbbüskarlarının ehtiyaclarının, problem və onlara xas xüsusiyyətlərinin təhlili qadın sahibkarlığın, ümumi nəzərə alsaq KOS-un inkişafına kömək edəcəkdir.

Qadınların məşğulluq imkanlarının çoxaldılması, biznesə başlamaq və onu inkişaf etdirmək üçün qadınlarımıza uyğun mənbə, bacarıq və dəstəyin verilməsi sahəsində dövlət, həm yerli, və eyni zamanda beynəlxalq QHT-lər tərəfindən çoxlu tədbirlər gerçəkləşdirilmişdir. Buna baxmayaraq, hələ də ölkəmizdə qadınların səmərəli resurslardan, əsasən də, kredit resurslarından, bazarın müxtəlif imkanlarından istifadəsini dar çərçivəyə salan sosial-iqtisadi əngəllər qalmaqdadır. Bundan əlavə, cəmiyyətdə böyük üstünlüyü olan mövcud stereotiplər də ümumən qadınları hər hansı bir bizneslə məşğul olmaqdan yayındırır. Ölkədə qadın

sahibkarlığın yüksəlişini təmin edən düzgün proqramların və strategiyanın təyin olunması qadın sahibkarlığına aid məsələlərin təhlil edilməsini və aşkara çıxardılmasını tələb edir. Burada belə suallar yaranır: Qadın sahibkarların problemləri nələrdir? Qadınlar biznes və maliyyə inkişafı xidmətlərindən bərabər səviyyədə faydalana bilirlərmi? Qadın sahibkarlar idarəçiliyin hansı növündə daha çox tipikdirdirlər? Qadın təşəbbüskarlar həyat yoldaşı və yaxud ailənin digər üzvləri tərəfindən dəstəklənilərlərmi? Dissertasiyada əks olunan məsələlər və verilən suallar yalnız bununla kifayətlənmir. (<https://www.economy.gov.az/images/pdf/qadin-sahibkarligi.pdf>)

### **2.5.1. Azərbaycanda qadın sahibkarlığının qısa tarixi**

Azərbaycan Respublikası SSRİ yox olduqdan sonra özünün müstəqilliyini bərpa etmiş eyni zamanda bazar iqtisadiyyatına keçid prosesində əhəmiyyətli sosial-iqtisadi təkmilləşdirmələrin həyata keçirilməsinə başlamışdır. Həmin illər kişilərlə yanaşı məhz qadınlarda iş həyatına atılmağa başlamışdır. Aclıq, işsizlik və müharibənin hökm sürdüyü bu illərdə kişilərlə bərabər qadınlar da ailənin yükünü öz çiyinlərinə götürmüşdür. Qadınlar o zaman daha çox kənd təsərrüfatı – əkinçilik, heyvandarlıq kimi ağır sahələrdə çalışırdırsa, hal-hazırda günümüzdə texnologiyanın inkişafı və sənaye iqtisadiyyatından innovasiyaya keçid olduğundan daha rahat vəzifələrdə çalışırlar. Daha çox müəllim, həkim, katiblik kimi peşələrdə aktivdirlər (<http://aqsia.coder.az/tariximiz.html>). (bax: əlavə 6., səh. 63).

Hazırda ölkəmizdə sahibkarlıq sahəsində böyük dəyişikliklər, müsbətə doğru atılan addımlar, bu sahəyə əhalinin daha böyük kütləsinin cəlb edilməsi, insanların işgüzarlıq potensialının gerçəkləşməsinə əlverişli imkanların yaradılması nəzərdə tutulur. İqtisadi və sosial tərəqqinin səmərəliliyinə çatmaq, iqtisadi inkişaf və tərəqqidən faydalanmaq üçün cəmiyyətin hər iki cinsindən olan fərdləri özlərinin şəxsi imkanlarını istifadə etməlidirlər. 2019-cu ilin əvvəlinə ölkə əhalisinin sayı 0,3 faiz artaraq 9 milyon 982 min nəfər olur hansı ki, bunun da 51,2 faizini qadınlar, 48,8 faizini isə kişilər təmsil etməkdədir. (<https://www.stat.gov.az/source/demography/>)

Sahibkarlığın inkişafı həyata keçən uğurlu iqtisadi siyasətin əsas istiqamətlərindən biridir və sahibkarlığın tərəqqisində qadın sahibkarların rolu vacibdir. İqtisadi islahatlar paketi daxilində həyata keçirilən tədbirlər sahibkarlıq subyektlərində aparılan yoxlamaların dayandırılmasının, lisenziyalaşdırma sisteminin təkmilləşdirilməsinin, tədbirlərinin özəl sektorun inkişafında xüsusi rolunun olmasını göstərir. Ölkəmizdə qadın sahibkarlara dəstək olmaq üçün müxtəlif cəmiyyətlər, dərnəklər və qurumlar yaradılır. Bunlardan biri də 2017-ci ildə ölkədə fəaliyyət göstərən qadın sahibkarların təşəbbüsü, İqtisadiyyat Nazirliyinin, Ailə, Qadın və Uşaq Problemləri üzrə Dövlət Komitəsinin və Azərbaycan Sahibkarlar (İşəgötürənlər) Təşkilatları Milli Konfederasiyasının dəstəyi ilə yaradılan Azərbaycan Sahibkar Qadınlar Assosiasiyasıdır (<http://aqsia.coder.az/tariximiz.html>).

### **2.5.2. Azərbaycanda qadın sahibkarlığında uğur əldə etmiş şəxslər**

Bu elmi işimdə Azərbaycanda qadın sahibkarlardan uğur qazanmış bir neçə sahibkarın adını qeyd etmək istəyirəm. Çünki bu qadınlar bəzilərinə görə imkansız bacarmışlardır, hətta bəzi brendlər nəinki ölkəmizdə, eyni zamanda xaricdə də tanınır:

Nigar Köçərli – kitab mağazaları şəbəkəsi olan “Əli və Nino” və Milli Kitab Mükafatının təsisçisidir. Nigar xanım bu biznesə başlayarkən cəmi 600 dollar sərmayə qoyub, amma bu gün o nəinki uğurlu biznesə sahib olmuş, həm də Azərbaycan gənclərinin maariflənməsində böyük rola malikdir. İlk böyük kitab mağazasına sahib olan Nigar xanım bir müsahibəsində ona yönləndirilən sualı belə cavablamışdır:

*“Biznes-ledi sözündən niyə xoşunuz gəlmir. – Çünki iş adamı mənə görə elə iş adamıdır, bunun fərqi yoxdur, kişidir, ya qadındır. Biznes-ledi sözünü kişilərin qadınlara yönləndirmiş ironiyası olaraq görürəm. Onlara elə gəlir ki, nə isə bir iş görən qadınlar, guya hansısa bir oyun oynayır. Doğrudur, biz qadınlar üçün biznes qurmaq çox da asan iş deyil, lakin realdır. Məsələn, mən öz işimi şəxsən qura bilmişəm.”*

Zərəngiz Hüseynova – “Alza” butikinin və “WoWoman” qadın cəmiyyətinin təsisçisi. 18 yaşından bəri qurduğu şirkətləri idarə edən Zərəngiz xanım bu il “Forbes”in “30 under 30” siyahısında yer alıb və təsisçisi olduğu “WoWoman” 100 ən yaxşı Facebook cəmiyyətinə daxil olub.

Aynur Məmmədova – əməkdar idman ustası, parataekvandoçu, “Əlilliyi olan Uşaq və Gənclərin İdmana integrasiyası”təşkilatının yaradıcısı. Məqsədi əlil uşaqların ictimaiyyətə qazandırılması, onların təhsili və sosial fəaliyyətləri ilə bağlı problemlərin həll olunması, yardımların göstərilməsi və Dünya çempionatlarında uşaqların iştirakına dəstək olmaqdır.

Nərmin Zeynalzadə – Azərbaycanda ilk rəsmi alt paltar brendinin təsisçisidir. Bu biznesə anasının dəstəyi və yardımı ilə gələn Nərmin xanım işə yatırdığı vəsaiti əvvəllər işlədiyi şirkətlərdəki maaşını yığaraq əldə edib. Qadınlara özəl olaraq əl işindən alt geyimi modelləri istehsal edən “Confidence” şirkətini yaradıb. Hazırda İtaliyadan, Belçikadan, Çexiyadan, İsveçdən, İngiltərədən belə, sifarişlər alaraq yerli brendimizi dünyada tanıdır.

Leyla Şıxlinskaya – Azərbaycanın kino aktrisası, xoreoqrafi və pedaqoqu, Azərbaycanın xalq artisti, baletmeysteri, sənətşünaslıq elmləri doktoru və Leyla Şıxlinskaya Klinikasının təsisçisidir. Leyla Şıxlinskayanın həyatı incəsənətlə bağlı olsa da, ailəsində həkimlər çoxluq təşkil edib. Bu əhatədə keçən uşaqlıq illəri 1999-cu ildə onu “Leyla Şıxlinskaya Klinikası”nı yaratmağa məcbur etmişdir və bu tibb ocağı Azərbaycanda ilk şəxsi klinikalardan biri olmuşdur. Klinika özünün fəaliyyətini ən yeni tibb avadanlıqları, qabaqcıl texnologiyalar, yüksək keyfiyyətli tibbi xidmət ənənəsinə sadıq – “Bir mərkəzdə tibb xidmətlərinin tam kompleksi” prinsipi üzərində qurub. Bu klinikada lazımi müalicələr aparılır, mürəkkəbləşmələrin minimal inkişafı və ən tez yenidən bərpa müddətini təmin edir.([https://az.wikipedia.org/wiki/Leyla\\_%C5%9E%C4%B1xlinskayan%C4%B1n\\_Klinikas%C4%B1](https://az.wikipedia.org/wiki/Leyla_%C5%9E%C4%B1xlinskayan%C4%B1n_Klinikas%C4%B1))

Şəfiqə Bağirova – “Baghiri” brendinin təsisçisi. Bu işə anası və bacısı ilə davam edən Şəfiqə xanım əl işi sırğalar, boyunbağlar, sancaqlar düzəldərək

başlayıb. Qısa müddət ərzində tanınan və sevilən marka halına gələn bəzək əşyaları Xorvatiya, Belarusiya və Amerikaya qədər gedib çatıb.

Mehin Alməmmədova – Amerika Dövlət departamenti köməyi maliyyələşdirilən UGRAD proqramı daxilində dizayn üzrə Amerikada oxumuş birinci və yeganə tələbə olub. 2013-cü ildə o özünün “Mehin Events” şirkətini təsis edib. Hal-hazırda komandası ilə bütün növ toy, nişan, ad günü, korporativ tədbirlərin hazırlanmasını və dizaynını gerçəkləşdirir. (<http://sosium.az/?p=1830>)

*Sara Rəcəbli – “BUTA Art Sweets”-in təsisçisidir. O “BUTA Art Sweets” layihəsini cəmi 160 manatla yaradıb. Layihəni yaratmaqda onun əsas məqsədi xüsusən ehtiyacı olan xanımların düzəltdiyi ev şirniyyatlarının satışı vasitəsilə qadınların işsizlik probleminə həll yolu təklif etmək idi. Bakıda Qlobal bir forum çərçivəsində burada iştirak edən nazirliklərin və başqa böyük şirkətlərin nümayəndələrinə kiçik xonçalar təqdim edib, balaca şirniyyatlar hazırlamışdılar. Hətta, bu şirniyyatları fiziki məhdudiyyətli xanımlar hazırlamışdı. Layihəmiz qısa zamanda bir çox fərqli kanallarda yayıldı. Bu BMT-də təmsil olunmuş ilk sosial biznes layihəsi idi. Hazırda bu komanda da 15 xanım çalışır. 80-dən çox tədbirlə əməkdaşlıq etmişlər, 50-dən çox tərəf müqabilləri var. Eyni zamanda master-klaslar və tədbirlər təşkil edirlər. Azərbaycanda Prezident mükafatına layiq görülən birinci sosial biznes brendidir (<http://1lady.az/2-yasli-g%C9%99nc-sahibkar-sara-r%C9%99c%C9%99bli/>).*

Əslində Azərbaycan uğur əldə etmiş qadınlar çoxdur. Amma mən bu işdə fərqli sahədə uğur əldə etmiş bir neçə qadının adını vurğulamaq istədim.

## **2.6. Qadın sahibkarların üzləşdiyi problemlərin həlli yolu**

Qadın sahibkarlar iş qurma və işi icra mərhələsində iş təcrübəsi və təhsil əskikliyindən, ictimai rollarının gətirdiyi məsuliyyətlərdən, ayrı-seçkilik, rabitə və koordinasiya əskikliyindən, maliyyə çətinliklərindən, bürokratik əngəllərdən və təşkilatlanma çatışmazlığından problem yaşayırlar. (bax: əlavə 7., səh. 64)

Edilən araşdırmalar, öz bacarıqlarından və təcrübələrindən əmin olan fərdlərin yeni bir iş qurmada və işi davam etdirmədə müvəffəqiyyətli olma ehtimallarının

yüksək olduğunu göstərir. İstək, yaradıcılıq və əzmkarlıq sahibkarın təməl özəllikləri olub, inkişaf etdirilməsi və zamanla bu özəlliklərə səmərəlilik, səlahiyyət və etibarlılıq kimi daha effektiv idarəetmə bacarıqlarını əlavə edilməsi gərəkdir. Sahibkarlıq təcrübəsini erkən yaşda əldə etmək idarə bacarıqlarının və davamlı inkişaf problemlərinin azaldılmasına kömək edəcək. Ümumi və peşə təhsili qadınları sahibkarlıq fəaliyyətinə gətirib çıxaracaq bilik və bacarıqların formalaşmasında böyük əhəmiyyət kəsb edir. Buna görə də qadınlar bu istiqamətdəki çatışmazlıqları aradan qaldırmaq üçün təlim kurslarına və təhsilə yönəldilməlidir.

Qadın sahibkarlara veriləcək olan bu kursların, xüsusilə cəhdlərini qurmada və inkişaf etdirmədə ən təsirli olan faktorları nəzərə alaraq təşkil edilməsi ayrıca əhəmiyyət daşıyır. Maliyyə imkanlarının təmin edilməsi, təcrübə və bilik əldə edilməsi, idarəetmə üsulları, texnoloji yeniliklərin təqib edilməsi və həyata keçirilməsi, bazarın monitorinqi, daxili və xarici bazarların yaradılması, bazar ilə yaxşı münasibətlər qurma üsulları təşkil olunacaq kursların əsas mövzusu kimi zəruridir. Əslində, bu təlimlər məktəblərdə tədris planına salınmalı və erkən yaşlardan uşaqlara aşılmalıdır.

Bununla belə, qadın sahibkarların problemlərini regional səviyyədə həll etmək qeyri-mümkündür. Qadınlar, xüsusilə yeni iş sahələri, maliyyə imkanları mövzusunda yönləndirilmə ehtiyacı duymaqladırlar. Yerli səviyyədə qurulacaq bir mərkəz və ya dərnək bu ehtiyaca cavab verə biləcəyi kimi təşəbbüskar qadınların öz aralarında informasiya və fikir mübadiləsi edə bilmələrinə də imkan təmin edə bilər. Qadınların iş həyatına girmələri onların analıq, ev qadınlığı rollarından qaynaqlanan məsuliyyətlərini azaltmamış, əksinə ikiqat yük olmuşdur. Qadınlar bu yüklərini yüngülləşdirmək üçün ev işlərində və uşaq baxımında kömək almağı üstün tuturlar, ya da uşaq böyüdükdən sonra sahibkarlıq etməyə qərar verirlər. Qadınlara uşaq və ev işləri üçün köməkçi olacaq mexanizmlərin inkişaf etdirilməsi lazımdır.

Sahibkar dövlətə heç bir yük olmadan resursları yaradır, işlə təmin edir və dövlətə vergi ödəyir. Qadın və kişilərin bərabər şərtlərdə yaşadığı, daha azad, yaradıcı və özünə inamlı fərdlərin çoxaldığı bir ictimai nizamın yaradılması baxımından qadını sahibkarlığa yönəltmək ayrıca əhəmiyyət kəsb edir. Sahibkarlıq məsələsi gündəmə gətirildikdə,

qadınlara qarşı müsbət ayrı-seçkilik yaratmaq, həssas olmaq və təşviq etmək vacibdir. Cəmiyyətdəki qadına qarşı tənqidi baxış bucağı, yerini dəstəkləyən və həll çıxaran quruluşa buraxmalıdır. Gender bərabərsizliyindən qaynaqlanan problemlərin aradan qaldırılması üçün cəmiyyətin, sahibkarın fəaliyyətdə olduğu sektorun və bazarın qadın - kişi diskriminasiya hallarının aradan qaldırılması, peşə məktəblərinin və təşkilatlarının qadın sahibkarlara dəstək olması lazımdır.

Qadın sahibkar təbiətindən və analıq duyğularından ötürü işçiləriylə zaman-zaman idarəçi kimi deyil də bir yoldaş, bir dost hətta ana - övlad əlaqəsi içində girməkdədir. Bu əlaqənin ölçüsünü ayarlayamayan qadın sahibkarlar daha sonra işçiləri üzərində nüfuz qurmaqda problem yaşamaqdadır. Bu problemə birlikdə qadın təşəbbüskar işçiləri haqqında qərar verərkən professional davranmayıb bəzi vəziyyətlərdə emosional davrana bilir. Bu problemlərin qarşısını almaq üçün qadın sahibkarlar həmişə öz əməkdaşları ilə münasibətlərini tənzimləməlidirlər.

Hər bir sahibkarın əsas problemindən biri maliyyədir. Söhbət qadın sahibkarların maliyyəsindən gedirsə, bu iqtisadi problem olur. Ölkəmizdə qadınlara kredit vermək üçün məhdud imkanlar var. Bu məhdud imkanları qadın sahibkarların lehinə çevirmək üçün:

- Qadın sahibkarların kredit alma şərtləri yüngülləşdirilməli, aşağı faiz tətbiq olunmalı, kredit miqdarları artırılmalı, kredit ala bilmək üçün lazımlı təminat şərtləri yumşaldılmalı və çox böyük vaxt alan kredit alma prosedurları və bürokratik maneələr ortadan qaldırılmalıdır.
- Fərdi kreditlərə əlavə olaraq, qrup kreditləri də tətbiq edilməlidir. Beləliklə, birgə biznes qurmaq istəyən qadın sahibkarlar lazımlı kapitalla nail ola biləcəklər.
- Öz iş yerlərini açmaq ya da inkişaf etdirmək istəyən qadın sahibkarlara banklar lazımlı kredit məlumatlarını verməli və maliyyə qaynağı tapmaqda çətinlik çəkən qadınlara bu şəkildə köməkçi olmalıdırlar.
- Kreditlər yalnız qadın üçün müəyyənləşdirilmiş ənənəvi peşələrə deyil, hər cür iş və peşəyə verilməlidir.

- Banklar özlərindən kredit alan, öz işini quran, inkişaf etdirən və müvəffəqiyyətə çatan qadınları ictimaiyyətə tanıtmalı və bu sahədə qadın sahibkarlar üçün motivasiya edici bir təsir yaratmalıdırlar.

- Daşınmaz əmlak ipotekası əvəzinə layihə əsasında tətbiq oluna biləcək kredit vermək həllərdən biridir. Gəlir vergisindən istifadənin hər il müəyyən edilən limitlərə uyğun tətbiq edilməsi faktiki həll ola bilər.

Qadın sahibkarların biznes qurma və qeydiyyat etdirmə mərhələsində bürokratiyanın ağır işləməsi kimi problemlərlə qarşılaşmamaları üçün hökumət və digər təşkilatların köməkçi olmaları lazımdır. Qadınların problemləri ilə bağlı məlumatlandırılması və ictimai rəy yaratmaq üçün müvafiq təşkilatlarla tanışlıq fəaliyyətləri həyata keçirilməlidir. Bazar iqtisadiyyatı prinsiplərinə uyğun şəkildə hər təşəbbüsdə qadının işəgötürən olaraq fəaliyyət göstərməsinə liderlik edilməsi, var olan işlərinin də dəstəklənməsi lazımdır. Qadın sahibkarlar öz iş təcrübələrini bölüşməlidir, biliklərini başqalarına çatdırmalı və bir-birinə potensial səlahiyyətlərini və bacarıqlarını tapmaqda kömək etmək üçün çox yaxşı bir ünsiyyət şəbəkəsi qurmalıdırlar.

Azərbaycanda qadınlara dəstək göstərən banklardan biri də Rabitəbankdır. Rabitəbankın qadın sahibkarlara güzəştli kreditlər verilməsi ilə bağlı olan “Güc Xanımlardadır” layihəsidir. “Əslində, zəif xanım yoxdur, sadəcə gücünün fərqi olmadığı xanım var. Əslində, risk etməyən xanım yoxdur, sadəcə haradan başlayacağını bilməyən xanım var. Əslində, yaradıcı olmayan xanım yoxdur, sadəcə potensialından istifadə etməyən xanım var.” şüarları ilə çıxış edən Rabitəbank layihə çərçivəsində 15 xanıma güzəştli kreditlər vermiş və onların biznesini eyni zamanda tanıtmışdır. (<https://www.rabitabank.com/>)

*Azərbaycanda bundan başqa sahibkarlığa dəstək vermək məqsədilə ASAN xidmət nəzdində “ABAD” təsis edilib. Ölkəmizin sosial-iqtisadi inkişafında vətəndaşların aktiv iştirakına, KOS-un inkişafına, əhəlinin işçilik səviyyəsinin artırılmasına və rəqabətə dözümlü ailə təsərrüfatlarının yaradılmasına dəstək olmaq məqsədilə sosial istiqamətli layihələr həyata keçirən “ABAD” mərkəzləri yaradılır (<http://abad.gov.az/about>).*

*Bu mərkəzlərin nəzdində əsasən qadınlar öz əl əməklərini təqdim edərək tanınır, bir çox tədbirlərdə, yarmarkalarda, seminarlarda çıxış etməyə vəsiqə qazanırlar. (<http://abad.gov.az/about>).*

Bundan başqa qadınların əl işlərinin daha rahat nümayişi üçün “Simpleroom”, “Garaj” kimi sərgi zalları yaradılır. Bunun kimi bir çox cəmiyyətlər, yarmarkalar, sərgi zalları qadınlara dəstək üçün təsis edilmiş, onları maliyyələşdirmiş və cəmiyyətdə inkişafına yardımçı olmuşdur.

Azərbaycan Qadın Sahibkarlar Assosiasiyasından aldığım məlumatlara əsasən, 300-dən çox üzvü olan assosiasiya bir çox qadına güzəştli kreditlərin verilməsində yardım edib. Son 12 ildə qadın sahibkarlığının 30% artdığı da vurğulanıb. Ümumən son illərdə 66 mindən çox qadına 5-20 min manat məbləğində güzəştli kreditlər verilib. Assosiasiyanın yaradılmasında əsas məqsəd qadın sahibkarlığının tanınmasında, qadın təşəbbüskarların fəaliyyətinin əlaqələndirilməsində və əməkdaşlıq əlaqələrinin genişləndirilməsinə dəstək olmaq, qeyri-neft sektorunun inkişaf perspektivlərinin sürətləndirilməsi, regionda ixrac imkanlarının artırılması, qadınların sahibkarlıq sahəsində aktivliyindən ibarətdir. Bundan başqa assosiasiya öz üzvlərinə geniş əməkdaşlıq platforması təklif edir.

### **III FƏSİL. QADIN SAHİBKARLIĞININ MALİYYƏLƏŞDİRİLMƏSİ PROBLEMİ VƏ HƏLLİ YOLU**

#### **3.1. Araşdırmanın məqsədi və önəmi**

Sağlam bir cəmiyyət üçün, iqtisadi müstəqilliklə yanaşı, regional fərqləri aradan qaldırmaq, qadınların özünə inamını artırmaq, onların rolu və statusunu gücləndirmək lazımdır. Qadın sahibkarlığı dünya daxilində və Azərbaycanda əhəmiyyətli bir məşğulluq sahəsidir. Qadın sahibkarlar sayının artması və qadın sahibkarların güclü olması ölkəmizin sosial və iqtisadi inkişafına kömək edəcəkdir. Bununla belə, qadın sahibkarları həm müəssisənin yaradılması mərhələsində, həm də müəssisələrin fəaliyyəti zamanı bir sıra problemlərlə üzləşirlər. Qadın sahibkarlarının sayını artırmaq və qadın sahibkarların güclü olmasını təmin etmək üçün qadın girişimçilərlə qarşılaşdıqları problemləri müəyyənləşdirmək və bu problemlər üçün həllər çıxarmaq lazımdır. Bundan əlavə, sahibkarlığın qadınların problemlərinə təsirini bilmək qadın sahibkarlığı üçün doğru siyasət və strategiyaları müəyyənləşdirməkdə təsirli olacaqdır.

Ölkəmizdəki qadın sahibkarlığına dair akademik tədqiqatlar və araşdırmalar incələndiyində görürük ki, araşdırmalar ya region, ya da hansısa bir bölgə əsas götürülərək bu məsələ tədqiq olunmuşdur. Bu araşdırmada isə bütün Azərbaycan müəyyənləşdirilmiş olub, ölkəmizdəki qadın sahibkarların müəssisələrini qurarkən və müəssisə fəaliyyətləri əsnasında qarşılaşdıqları problemlərin müəyyən edilməsi, təşəbbüskar olmanın ailəvi və ictimai həyatdakı problemlərinə təsiri, qadın sahibkarlığında yaşanan problemlərdə regional fərqliliklərinin ortaya qoyulması və təsbit edilən problemlərə istiqamətli həll təklifləri təqdim edilməsi nəzərdə tutulur.

#### **3.2. Araşdırma metodları**

Sosial məsələlər üzrə tədqiqatların məlumat mənbəyi insandır və onlardan birbaşa məlumat əldə etmək üçün ən çox istifadə edilən üsul anket üsuludur. Bunun səbəbi, asan, ucuz və məlumatları birbaşa toplamaq üçün uyğun olmasıdır. Vaxt məhdudiyyəti baxımından, böyük rahatlıq təmin edir. Bundan əlavə,

respondentlərin cavabları, onların şəxsiyyətlərini məxfi saxlamağa imkanları baxımından daha doğru və ardıcıl ola bilər. Araşdırmalardakı məlumatlar, onun üstünlükləri və işə uyğunluğu baxımından hazırlanmış bir sorğuda toplandı. Ümumiyyətlə, respondentlərlə birbaşa müsahibə aparmışam (üzbəüz görüşmüşəm və ya telefon vasitəsilə əlaqə saxlamışam) və ya Instagram, Facebook və Mail kimi sosial şəbəkələr vasitəsilə əlaqə qurmuşam.

Ümumi 60 qadın sahibkara müraciət edilmişdir, 42 qadın sahibkardan müsbət cavab alınmışdır, digər 18 nəfər sizinlə əlaqə saxlayacaq deyilsə də, geri dönməmişdirlər. 15 qadın sahibkarla müsahibə yolu ilə işləri haqqında məlumat alınıb anket tamamlanmışdır, 12 qadının anket bilgilərini internet resurslarından (əvvəl qonağı olduğu verilişlər, jurnallara və KİV-lərə verdiyi müsahibələr əsasında) toplanmışdır, digər 15 qadının anket bilgiləri isə yaxın çevrəm və dostlarım tərəfindən alınmışdır.

### **3.3. Araşdırmadan əldə olunan nəticələr**

Qadın sahibkarlığı ilə bağlı bir çox tədqiqatların nəticələrinə əsasən, inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrdə sahibkarlar qarşısında duran problemlərdən əlavə, qadın sahibkarlar cinsləri səbəbindən kişi sahibkarların qarşılaşdığı problemlərin xaricində bəzi problemlərlə üzləşirlər. Əsrlər boyunca bir çox cəmiyyətdə qadın və kişi arasında ayrı-seçkilik edilmiş olub, evin qazancını təmin etmək kişiyə, ailə və ev işləri isə qadına yüklənmişdir. Patriarxal cəmiyyətlərdə qadınlar təhsil, iş və ictimai fəaliyyətlərdə iştirakından görə qadına mane olurdular.

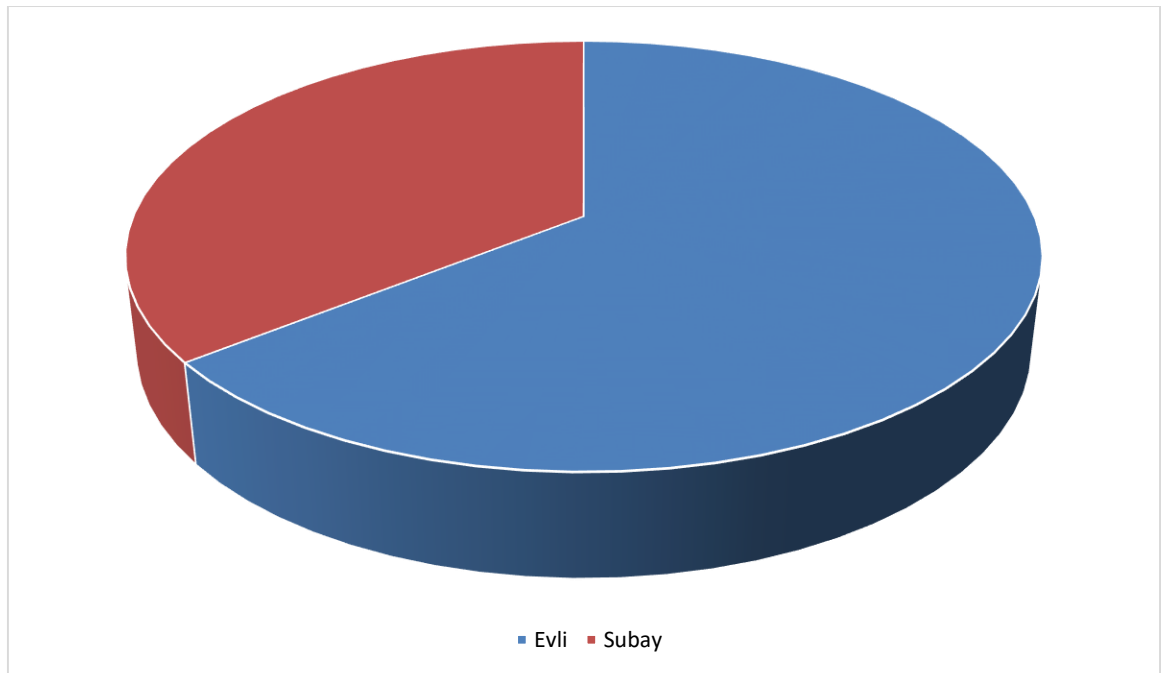
Bu işdə ümumi olaraq Azərbaycanda müxtəlif sektorlarda fəaliyyət göstərən qadın sahibkarların ümumi profillərini, biznes məlumatlarını, işləyən qadınların sayını - kişilərin sayı, şirkətlərini qurarkən qarşılaşdıqları çətinliklər və onların həlli yolları araşdırılmışdır. Azərbaycan daxilində qadın təşəbbüskar profilinə baxdığımızda “ənənəvi qadın təşəbbüskar tipi” olaraq adlandırılan, iş və ailə həyatı arasında tarazlıq qurmağa çalışan və pul qazanma ehtiyacını motivasiya qaynağı olaraq görən qadın sahibkarların çoxluğu nəzərə çarpmışdır. Araşdırmaya qatılan

qadın sahibkarlardan əldə olunan məlumata görə qadın sahibkarların əsasən 31-40 yaşları arasında olduğu təsbit edilmişdir. Araşdırmaya qatılan qadın sahibkarların 69,9% -i sahibkarlıqdan əvvəl ödənişli iş görmüş və nəticələrini şəxsi qənaətlə əldə edilmişdir. Ölkəmizdə qadınların patriarxal ailələrdə böyüdülməsi, gənc yaşda ailə qurması, uşaq baxımı kimi səbəblərə görə işlərini ikinci planda saxladıkları aydın olmuşdur.

Azərbaycan daxilində qadın sahibkarların təhsil vəziyyətləri araşdırıldığında daha çox orta məktəb, lisey və universitet məzunu olduqları görülmüşdür. Bu nəticə əvvəlki tədqiqatların nəticələrinə bərabərdir və qadınlar bir işə başlamaq üçün lazım olan cəsarəti məhz təhsilindən alır və sahibkarlığı karyera kimi seçirlər (bax: əlavə 8., qrafik 2., səh. 65.)

Araşdırmaya qatılan qadın sahibkarların cavabına görə 64.3% evli, 90%-i isə ən az bir uşaq sahibdirlər. Bu nəticələrə görə subay qadınlar öz bizneslərini qurmaqda və uğur əldə etməkdə çətinliklərlə üzləşirlər. Bu maneələrin bəziləri ölkəmizin patriarxal ailə strukturudur və cəmiyyətin dəyərli qərarları və biznes hakimiyyətinin əksəriyyətinin kişi hökmranlığında olmasıdır.

**Qrafik 3: Sahibkar qadınların ailə vəziyyəti**



*Mənbə: Apardığı anket-sorğuya əsasən müəllif tərəfindən hazırlanıb*

Araşdırmaya qatılan qadın sahibkarların 47,61%-nin ailələrində sahibkarlar olduğu görünür. Yaxın əhatəsində, ailə mühitində sahibkar modeli olan qadınların daha cəsarətli olduğu və öz biznesini inkişaf etdirdiyi əldə olunan cavablar arasındadır. Burdan kiçik bir uğur sxemi qura bilərik:

**Şəkil 3: Araşdırmaya qatılan qadın sahibkarların uğuru nədə görürsünüz sualına cavabı**



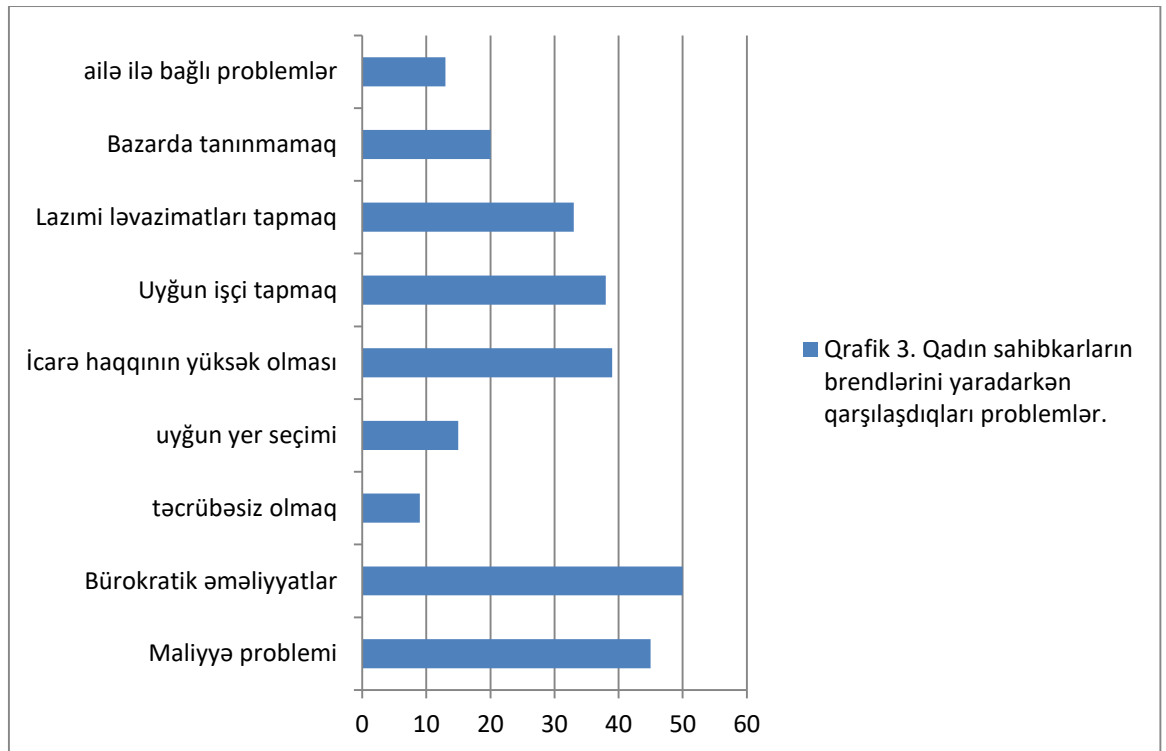
*Mənbə: Apardığı anket-sorğuya əsasən müəllif tərəfindən hazırlanıb*

Araşdırmanın nəticəsi olaraq sahibkar olmaq üçün əsas üç səbəb göstərilmişdir: maddi müstəqillik, özü özünün müdürü olmaq, hobbimi biznesə çevirmək. 1999-cu illərdən ev təsərrüfatına əlavə gəliri təmin etmək məqsədilə daha kiçik müəssisələr yaratmaqla sahibkar olan qadınlar sahibkarlığı fərqli bir perspektivdən yanaşmış, karyera qurmağa və status əldə etməyə başladılar. (bax: şəkil 2., əlavə 9, səh. 66)

Araşdırmaya qatılan qadınlar arasında biznesini quran qadınların problemləri əsas olaraq: bürokratik əməliyyatlar, maliyyə problemi, icarə haqqının yüksək olması, uyğun işçi tapmaq, lazımi ləvazimatları tapmaq olaraq cavablanmışdır. Qadınların təcrübəsizliyi və bürokratik prosedurlara dair məsləhət ala bilmək mürəkkəbdir, bürokratik prosedurlar qadın sahibkarlar tərəfindən ən mühüm problem hesab edilir. Bürokratik prosedurları dövlət və əlaqədar qurumlar tərəfindən asanlaşdırmaq, şirkətin qurulması ilə əlaqədar məsləhətçi dəstəyi

göstərməklə lazımi tədbirlərin görülməsi bu problemi aradan qaldırmağa yardımçı olar. Bundan əlavə, müvafiq işçi təmini yalnız qadın sahibkarların üzləşdiyi bir problem deyil, qadın və kişi sahibkarlarının ümumi problemidir. Peşə liseyləri və universitetlər müvafiq sahədə mütəxəssislər hazırlamaqla sektorlara daimi həll yolu təqdim edə biləcəklər.

**Qrafik 4: Qadın sahibkarların brendlərini yaradarkən qarşılaşdıqları problemlər**



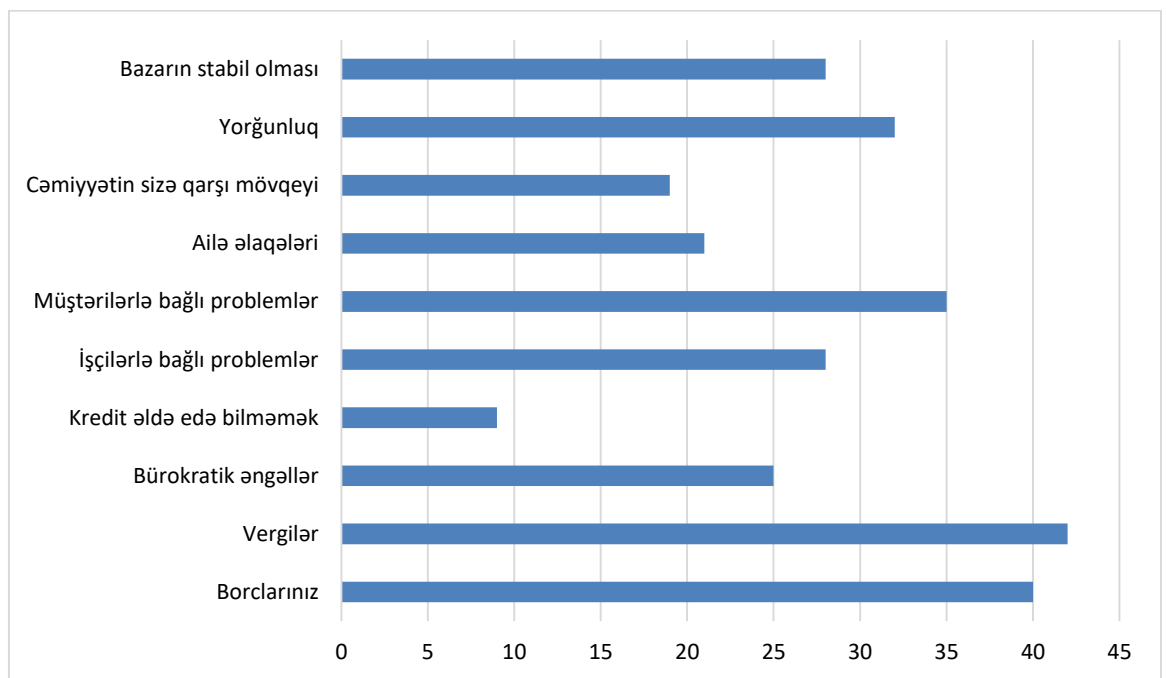
*Mənbə: Apardığı anket-sorğuya əsasən müəllif tərəfindən hazırlanıb*

Ümumiyyətlə qadın sahibkarlara qarşı biznes mühitində mənfi fikirlər var, nəticədə cəmiyyətimiz bu problemləri aradan qaldırmaq üçün cinsindən çox fərdin işinə dəyər verməli, iş həyatında qadınların mövcudluğunu qəbul etməli və onların işinə dəstək olmalıdır.

Araşdırmaya qatılan qadın sahibkarların işlərini icra edərkən qarşılaşdıqları çətinliklər arasında “borc ödənişləri”, “vergi ödənişləri”, “müşəri ilə əlaqədar problemlər”, “bazarın stabil olması”, “bürokratik əngəllər”, “işçilər ilə əlaqədar problemlər” və “həddindən artıq yorğunluq” əhəmiyyətli yer almaqdadır. Qadın sahibkarların iqtisadi cəhətdən güclü olmaması onların borc və vergi

ödənişlərindən qaynaqlanır. Dövlətin qadın sahibkarlara müsbət ayrı-seçkilik edərək vergi ödəmələrində ödəniş alternativlərini təmin etmək üçün yeni siyasət hazırlanmalıdır. Qadın sahibkarların bazar araşdırması etməmələri və yeni bazarlara açılmamaları, fəaliyyətdə olduqları bazarda meydana gələn ən kiçik bir durğunluq nəticəsində iqtisadi baxımdan mənfi təsir etməkdədir. Bu problemlə bağlı qadın sahibkarlara bazar araşdırması təhsilləri verilərək əhəmiyyətinin izah edilməsi və əlaqədar təşkilatlar tərəfindən məsləhət xidməti göstərmək əhəmiyyət kəsb edir.

**Qrafik 5: Qadın sahibkarların işlərini icra edərkən qarşılaşdıqları çətinliklər**



*Mənbə: Apardığı anket-sorğuya əsasən müəllif tərəfindən hazırlanıb*

Ümumən qadın sahibkarların ixrac nisbətlərinə baxıldığında araşdırmaya qatılan qadın sahibkarların yalnız 12%-nin məhsulunu ixrac etdiyi təsbit edilmişdir. Qadın sahibkarların müəssisələrini böyütmək və iqtisadi mənada daha güclü ola bilmələri üçün ixracata təşviq edilmələri qənaətinə gəlmək olar. Hökumət vasitəsilə ixrac edən və ya etmək üçün müraciət edən qadın sahibkarlara köməklik göstərilməsi, ixrac məsləhətini təmin etmək, bazar tədqiqat dəstəyi təmin etmək,

hər il beynəlxalq yarmarkalarda iştirak etmək və qadınlar üçün xüsusi tədbirlər təşkil etmək, qadınların məlumatlarını və özünə inamını artırmaq, yeni bazarlar açmaq onlara bu sahədə göstəriləcək imtiyazlardandır. Bu onların iqtisadiyyata daha çox töhfə verməsinə imkan verəcəkdir.

## NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Azərbaycan daxilində həyata keçirilən qadın sahibkarların ümumi profilinə baxdıqda qarşılaşdıqları problemlərin təyin olunaraq həll təklifləri yaradılması məqsədinə söykənən bu iş nəticəsində: qadın sahibkarların iş həyatında üzləşdiyi problemlərin təməlinə cəmiyyətin iqtisadi, sosial və mədəni quruluşundakı bəzi çatışmazlıqların olduğu nəticəsinə gəlinmişdir. Dünya əhalisinin yarısını təşkil qadınların digər yarısını təşkil kişilərlə sağlam bir bütünlük təşkil etmə istiqamətində inkişaf göstərməsi üçün müxtəlif və təcili tədbirlər alınması lazımdır.

Artan əhali üçün yeni iş yaratma xərcinin çox yüksək olduğu və texnoloji irəliləyişlər nəticəsində daha az sayda işçi gücünə ehtiyac, sərmayə probleminin olduğu bu iqtisadiyyatda qadın sahibkarlara öz işini qurmaları nöqtəsində veriləcək dəstəklər müxtəlif faydalar təmin edə bilər.

İşləyən qadınların ən vacib problemlərindən birinin uşaq baxımı olduğu məlumdur. İşləyən qadın analıq vəzifəsini yerinə yetirmək üçün iş həyatını dayandırmalıdır. Qadınların iş həyatında daha aktiv rol oynaması üçün dövlət tərəfindən zəruri, hüquqi tənzimləmə edilməli və ayrı-seçkilik olmadan dəstəyini təmin etmək üçün təcili tədbirlər görülməlidir.

Bundan əlavə qadın sahibkarlar öz aralarında güclü bir ünsiyyət şəbəkəsi qurmalıdırlar. Beləliklə, onlar bir-birinə dəstək verə biləcək və məlumat paylaşacaqlar. Ölkəmizdə sahibkarlıq mədəniyyəti inkişaf etməkdə olan ölkələrdən daha yavaş irəliləyir. Sahibkarlıq kursları ibtidai təhsil proqramlarına daxil edilməli və uşaqlarda sahibkarlıq anlayışının yaradılması zəruridir. Beləliklə, qadınların öz bizneslərini qurmaq üçün təhsillərinin olmamasının qarşısı alınacaqdır.

Ölkəmizdəki qadın sahibkarların yaşadığı problemlərin həll təklifləri aşağıdakılardır:

- Məhsulların və xidmətlərin marketinqi zamanı bazarda yaradılan potensial müştərilərə çatmaq problemini aradan qaldırmaq üçün müvafiq müəssisələr tərəfindən qadın sahibkarlara marketinq dəstəyi təmin etmək vacibdir. Qadın sahibkarların işə başlama mərhələsində çıxardıqları

- məhsulların təşkilatlarda qeydə alınması, firmalarda reklamın təmin edilməsi yaxşı bir dəstək ola bilər.
- Qadın sahibkarlığını artırmağa istiqamətli dövlət subsidiyalarının artırılması və müsbət ayrı-seçkilik edilərək vergi yükünün azaldılması lazımdır.
  - Ailələrin qız uşaqlarını yetişdirərkən özünə inamlarını inkişaf etdirmələrinə qatqı təmin etmələri lazımdır.
  - Qadınların təhsilinə əhəmiyyət verilməlidir.
  - Ölkəmizdə qadınların və kişilərin bərabərliyi təmin olunana qədər, qanunvericilikdə və maliyyələşdirilmədə müsbət ayrı-seçkiliyə ehtiyac var.
  - Qadınlar məsləhət xidmətləri və pulsuz layihə dəstəyi ilə təmin edilməlidir.
  - Yüksək və nüfuzlu vəzifələrdə qadınların daha çox olması və birjalara daxil olmasını təmin etmək üçün dövlət siyasəti
  - Qadın sahibkarlara rəhbər olacaq müvəffəqiyyətli rol modellərin sayı kifayət qədər az olmaqla birlikdə rol modellərin müvəffəqiyyət hekayələri mediada kifayət qədər işıqlandırılmır. Medianın qadınlara dəstəyi önəclidir. Maliyyə təşkilatları zəmin olmadan kredit verə bilməli, qadınlar üçün mini-kredit paketləri hazırlamalıdır.
  - Qadınlar siyasi və sosial sahələrdə kişilərə bərabər olmalıdır. Qadınlara kişilər arasında bərabərlik ticarət əlaqələrində təmin edilməli və ayrı-seçkilik qarşısını almaq lazımdır.
  - Qadınların ən böyük maneəsi maliyyə gücünün olmamasıdır. Qadınların iqtisadi həyatda kişilərin yanında yer almalarını təmin edəcək siyasət və layihələrə prioritet verilməsiylə iqtisadi və potensial güc halına gətirmək mümkündür.
  - Qərar orqanlarında qadınların daha çox olması və fəal rol oynaması lazımdır.
  - Qadın sahibkarların dünya səviyyəsində sektorlardakı inkişafı araşdırılaraq sözü gedən sahələrdə inkişafı ilə əlaqədar seminarların keçirilməsi.
  - İşçi tapmaqda yaşadıkları problemlər həll edilməlidir.

- Məsləhət xidmətləri göstərməklə qadınlara aydın həll tərəfdaşlığı təqdim edilməlidir.
- Qadın sahibkarlığına əsasən ailə və həyat yoldaşları tərəfindən maneələr törədilir. Ailələrin qadınlara güvənməsi və sahibkarlıq ruhunun aşılması vacibdir.
- İşləyən qadınların uşaqlarını əmanət edəcək yerlərin az olması qadınların işini əngəlləyir. Qadın işçilər uşaq böyüdükdən sonra işləməyi üstün tuturlar və ev işi yalnız qadınların vəzifələri arasında yer alır. Bu iki əsas problem aradan qaldırılmalı, ailələrdə məsuliyyət iki tərəfdə bərabər yüklənməlidir. Bundan əlavə, uşaq bağçalarının təkmilləşdirilməsi lazımdır.

## İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT

### Azərbaycan dilində

1. Azərbaycan kiçik sahibkarlıq, Səda nəşriyyatı, Bakı, 2015.
2. Abdullayev Z.S., Bağirova Z.Ə. Müəssisənin iqtisadiyyatı, Bakı, 2003.
3. Abbasov Ç.M. Azərbaycan dünya iqtisadiyatına integrasiya yolunda, Bakı, “Elm”, 2005.
4. Adilov N.M. , Gəncsən başla, Teass Press Nəşriyyat evi, 2018
5. Bayramov A.S. , Biznes nə istəyir, Alatoran nəşrləri, 2018
6. Bu günün marketinqi 3, Teass Press Nəşriyyat evi, 2019
7. Erik Ris, Qənaətcil startup, Teass Press Nəşriyyat evi, 2011
8. Hüseynli İ.Q. Azərbaycanda kiçik biznesin inkişafının cari vəziyyəti və perspektivləri, Bakı, 2009.
9. V.B. Musayev, İ.Z. Seyfullayev “Sahibkarlığın əsasları” Bakı, 2002.
10. Richard K. , 80/20 prinsipi, Qanun nəşriyyatı, 2018
11. Sandberg S.J. , Fəallıqdan qorxma. Qadın, iş və liderlik iradəsi, Qanun nəşriyyatı 2015
12. Ziq Zaqlar, Zirvəyə aparan addımlar, Parlaq İmzalar Nəşriyyatı, 2018, 232 səh.

### Xarici dildə

1. AYTAÇ, Serpil, Çalışma Yaşamında Kadının Kariyer Sorunu, Kocaeli Üniversitesi Yayınları, 2007.
2. Catherina K. , Markalaşan Kadınlar, MediaCat Yayınları 2017.
3. Ecevit, Y. Ve Kaptanoğlu, İ. (2015). Kadın Girişimciler Araştırması.
4. ERTÜRK, Mümin, İşletme Biliminin Temel İlkeleri, Beta Yayınevi, İstanbul, 2017.
5. EYÜBOĞLU Dilek, Girişimciliğin Geliştirilmesi, MPM Yayınları, Ankara, 2003. s.10.
6. HISRICHI Robert D. PETERS Michael P. (2002), Enterpeneurship (USA: Mc.Graw-Hill Irwin).
7. HISRICHI Robert D. BRUSH C.G. (1989), The Woman Entrepreneur. Starting, Financing and Managing Successful Business (USA: Lexington Books).
8. FORBES, D.P. (2005), “Are some entrepreneurs more overconfident than others?”. Journal of Business Venturing, Vol. 20 No. 5, pp. 623-40.
9. İraz, R. (2005). Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ'ler. Çizgi Kitabevi, Konya.
10. İrmiş, A., Durak, İ. ve Özdemir, L. (2010). Girişimcilik Kültürü Anadolu Girişimciliğinden Örnekler. 1. Baskı. Ekin Yayınevi. Bursa.
11. REHMAN, Laurene Anne, Entrepreneurship and the intersection of work, leisure, and family, ProQuest Dissertations and Theses; 2000; ABI/INFORM Complete

- 12.Sabah. (Mayıs 2004). Kadın Yöneticiler Daha Başarılı Oluyor.  
<http://arsiv.sabah.com.tr/2004/05/23/gnd110.html>
- 13.SECRET.CV 2012/ sayı 25 Dosya adı: İş hayatında kadın olmak
- 14.TOPER, Yakup (2001), “Liderlik ve Yaratıcılık,” HR İnsan Kaynakları ve Yönetimi Dergisi.

### **İnternet resursu**

1. [http://ec.europa.eu/investinresearch/pdf/download\\_en/entrepreneurship\\_europe.pdf](http://ec.europa.eu/investinresearch/pdf/download_en/entrepreneurship_europe.pdf)
2. <http://abad.gov.az/about>
3. <https://www.stat.gov.az/>
4. <http://aqsia.coder.az/tariximiz.html>
5. <http://aqsia.coder.az/sahibkar-qadinlari-taniyaq.html>
6. <https://www.youtube.com/watch?v=X3IYdBrIBbc>
7. <https://www.youtube.com/watch?v=zYXuXjB5dc4>
8. [https://www.youtube.com/watch?v=Ei\\_fC877QzY](https://www.youtube.com/watch?v=Ei_fC877QzY)
9. <https://oxu.az/economy/60696>
- 10.<https://az.trend.az/azerbaijan/society/2420503.html>
- 11.<https://www.economy.gov.az/images/pdf/qadin-sahibkarligi.pdf>
- 12.<http://smb.gov.az/nav/qadn-sahibkarlnn-inkiaf>
- 13.<http://www.biblio.liuc.it/liucpap/pdf/146.pdf>
- 14.[https://www.researchgate.net/publication/269819525\\_5\\_Kamal\\_et\\_al](https://www.researchgate.net/publication/269819525_5_Kamal_et_al)
- 15.[http://www.seipa.edu., Female%20Ent%20Motivation%202012.pdf](http://www.seipa.edu.,%20Female%20Ent%20Motivation%202012.pdf)
- 16.[https://www.academia.edu/37234319/Farkli\\_Boyutlariyla\\_Kadin\\_Girisimcilik](https://www.academia.edu/37234319/Farkli_Boyutlariyla_Kadin_Girisimcilik)
- 17.<http://1lady.az/2-yasli-g%C9%99nc-sahibkar-sara-r%C9%99c%C9%99bli/>
- 18.<https://www.rabitabank.com/>
- 19.([https://az.wikipedia.org/wiki/Leyla\\_%C5%9E%C4%B1xlinskayan%C4%B1n\\_Klinikas%C4%B1](https://az.wikipedia.org/wiki/Leyla_%C5%9E%C4%B1xlinskayan%C4%B1n_Klinikas%C4%B1))
- 20.<http://sosium.az/?p=1830>

**Cədvəl 1: Müxtəlif yazıçıların sahibkarlarda gördüyü xüsusiyyətlər**

|      | <b>Yazıçı</b>     | <b>Xüsusiyyətlər</b>                                                                        |
|------|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1848 | Mül               | Risk almaq                                                                                  |
| 1917 | Veber             | Rəsmi hakimiyyətin mənbəyi olmaq                                                            |
| 1934 | Şumpeter          | Yenilik, qabaqcıl olmaq                                                                     |
| 1954 | Sutton            | Məsuliyyətə ist'kli olmaq                                                                   |
| 1959 | Hartman           | Rəsmi hakimiyyətin mənbəyi olmaq                                                            |
| 1961 | Makland           | Risk almaq, uğur istəyi                                                                     |
| 1963 | David             | İstəkli olmaq, müstəqillik istəyi, məsuliyyət, özünəinam                                    |
| 1964 | Pikle             | İnsan münasibətləri, ünsiyyət bacarığı, texniki bilik                                       |
| 1965 | Litzinger         | Riskə üstünlük vermək, müstəqillik, tanınma, liderlik                                       |
| 1965 | Schrage           | Doğru qəbullanma, güc motivasiyası, gərginliyin performansı azaltdığını anlamaq             |
| 1971 | Palmer            | Risk ölçmək                                                                                 |
| 1971 | Hornadey ve Aboud | Uğur istəyi, muxtariyyət, hücum etmək, güc                                                  |
| 1973 | Vinter            | Güc ehtiyacı                                                                                |
| 1974 | Borland           | Daxili güc mənbəyi                                                                          |
| 1974 | Liles             | Müvəffəqiyyət ehtiyacı                                                                      |
| 1977 | Gasse             | Şəxsi dəyərləri anlamazlıq                                                                  |
| 1978 | Timmons           | Özünə inam, motivasiya, yaradıcılıq, yenilik, orta təhlükə riskləri, nəzarət mərkəzi        |
| 1980 | Brokhaus          | Risk qəbul etmək meyli                                                                      |
| 1980 | Sexton            | Enerjili olmaq, istəkli, müsbət çatışmazlıqlar                                              |
| 1981 | Mescon, Montanari | Uğur, hakimiyyət, nəzarət, dözümlü                                                          |
| 1981 | Velş Vayt         | İdarəetmə ehtiyacı, məsuliyyət istəyi, özünə inam, mübarizə etmək, orta dərəcədə risk almaq |
| 1982 | Dunkelberg Cooper | İnkişaf, özünə inam, yenilik, müstəqillik, nəzarət mənbəyi, sənətkarlıq                     |

*Mənbə: Ədəbiyyat siyahısında olan kitablardan götürülərək müəllif tərəfindən hazırlanıb*

**Cədvəl 3: Qadın və kişi sahibkarların fərqli xüsusiyyətləri**

| <b>Xüsusiyyətlər</b>         | <b>Qadın sahibkarlar</b>                                                                                                  | <b>Kişi sahibkarlar</b>                                                                                                                              |
|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Motivasiya</b>            | Uğur,<br>Şəxsi azadlıq,<br>İşdən məmnunluq                                                                                | Uğur,<br>Azadlıq                                                                                                                                     |
| <b>İşdən çıxmaq səbəbi</b>   | Mövcud işindən sıxılmaq,<br>Qazanmaq fürsəti,<br>Başqa işdə uğur əldə edə<br>bilərəm düşüncəsi                            | İşdə “yuxarıdan aşağı” baxırlar,<br>Şəxsi həyatda dəyişiklik,<br>Sahibkarlıq haqqında<br>məlumatlanmaq                                               |
| <b>Maliyyə dəstəyi</b>       | Şəxsi cəhdləri və yığdığı<br>pullar,<br>Bank dəstəyi,<br>İnvestorlar,<br>Ailə ya da dost dəstəyi                          | Şəxsi mal-mülk,<br>Şəxsi cəhdləri və yığdığı<br>pullar                                                                                               |
| <b>Şəxsi bacarıqlar</b>      | İdealist,<br>Fikir sahibidir və inandırmaq<br>qabiliyyəti var,<br>Həddindən artıq özünə inam,<br>Özünün müdürü ola bilmək | Elastiklik və dözümlülük,<br>Hədəfini uğura yönəltmək,<br>Yaradıcı və realist,<br>Orta səviyyədə özünə inam,<br>Sosial çevrəsi ilə güclü<br>ünsiyyət |
| <b>Təmali</b>                | Sahibkarlığa başlama yaşı 25-<br>35,<br>Atası öz işinə sahibdir,<br>İxtisası: İqtisadiyyat və ya<br>mühəndislik sahəsi    | Sahibkarlığa başlama yaşı 35-<br>40,<br>Atası öz işinə sahibdir,<br>İxtisası: İncəsənət və ya<br>müəllimlik                                          |
| <b>Dəstəkçiləri</b>          | Dostları,<br>Profesional məsləhətçilər,<br>İş yerləri,<br>Həyat yoldaşları                                                | Dostları,<br>Həyat yoldaşları,<br>Ailə,<br>Profesional qadın qrupları,                                                                               |
| <b>Qurulan müəssisə növü</b> | İstehsal və ya inşaat                                                                                                     | Xidmət sektoru                                                                                                                                       |

*Mənbə: Hisrich və Peters, 2002, s.76*

**Cədvəl 5: İqtisadi fəal əhalinin cins və yaş qrupları üzrə bölgüsü**  
(Yekuna və cins bölgüsünə görə faizlə, min nəfər)

| Yaş qrupları | Yekuna görə faizlə |         | Cins bölgüsü |         |
|--------------|--------------------|---------|--------------|---------|
|              | Qadınlar           | Kişilər | Qadınlar     | Kişilər |
| 15–19        | 1.9                | 2.2     | 44.7         | 55.3    |
| 20–24        | 9.7                | 10.3    | 47.1         | 52.9    |
| 25–29        | 14.7               | 14.9    | 48.2         | 51.8    |
| 30–34        | 14.7               | 14.2    | 49.4         | 50.6    |
| 35–39        | 11.8               | 12.5    | 47.1         | 52.9    |
| 40–44        | 11.7               | 11.5    | 49.0         | 51.0    |
| 45–49        | 12.5               | 11.6    | 50.5         | 49.5    |
| 50–54        | 12.9               | 11.4    | 51.8         | 48.2    |
| 55–59        | 6.8                | 7.7     | 45.5         | 54.5    |
| 60–64        | 2.7                | 2.7     | 48.4         | 51.6    |
| 65+          | 0.6                | 1.0     | 37.6         | 62.4    |
| Cəmi, faizlə | 100                | 100     | 48.6         | 51.4    |
| min nəfər    | 2,464.8            | 2,609.0 | x            | x       |

*25-54 yaşda olan qadınlar və kişilər arasında iqtisadi fəallığın səviyyəsi digər yaş qruplarına nisbətən daha yüksək olmuşdur*

*Mənbə: <https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/>*

**Cədvəl 6: İqtisadi fəaliyyət növləri üzrə 2017-ci ildə qadınların  
orta aylıq nominal əmək haqqı**

| İqtisadi fəaliyyət növləri                                             | Orta aylıq nominal əmək haqqı, manat |             |              |
|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|-------------|--------------|
|                                                                        | Cəmi                                 | o cümlədən: |              |
|                                                                        |                                      | dövlət      | qeyri-dövlət |
| Kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıq                       | 265.4                                | 194.2       | 311.3        |
| Mədənçıxarma sənayesi                                                  | 1591.6                               | 774.1       | 2129.1       |
| Emal sənayesi                                                          | 412.4                                | 507.9       | 387.8        |
| Elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı | 447.4                                | 445.7       | 526.1        |
| Su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı                      | 229.8                                | 215.1       | 469.2        |
| Tikinti                                                                | 561.7                                | 376.0       | 659.2        |
| Ticarət; nəqliyyat vasitələrinin təmiri                                | 323.4                                | 253.3       | 323.8        |
| Nəqliyyat və anbar təsərrüfatı                                         | 484.2                                | 440.5       | 649.9        |
| Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə                            | 440.6                                | 702.3       | 429.7        |
| İnformasiya və rabitə                                                  | 720.0                                | 537.0       | 1048.2       |
| Maliyyə və sığorta fəaliyyəti                                          | 1008.5                               | 1180.4      | 975.4        |
| Daşınmaz əmlakla əlaqədar əməliyyatlar                                 | 268.7                                | 238.4       | 370.1        |
| Peşə, elmi və texniki fəaliyyət                                        | 477.5                                | 323.2       | 990.1        |
| İnzibati və yardımçı xidmətlərin göstərilməsi                          | 361.1                                | 257.9       | 555.9        |
| Dövlət idarəetməsi və müdafiə; sosial təminat                          | 448.9                                | 463.4       | 187.6        |
| Təhsil                                                                 | 306.0                                | 304.4       | 378.7        |
| Əhaliyə səhiyyə və sosial xidmətlərin göstərilməsi                     | 203.5                                | 199.6       | 259.3        |
| İstirahət, əyləncə və incəsənət sahəsində fəaliyyət                    | 229.1                                | 213.7       | 751.4        |
| Digər sahələrdə xidmətlərin göstərilməsi                               | 392.8                                | 408.2       | 390.7        |
| Cəmi                                                                   | 335.7                                | 296.1       | 455.9        |

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/>

**Cədvəl 7: 2018-ci il yanvar ayının 1-i vəziyyətinə Azərbaycan  
Respublikasının şəhər və rayonları üzrə fərdi sahibkarların gender  
bölgüsü  
(nəfər, faizlə)**

| Şəhər və rayonların adları                  | Sayı, nəfərlə |               | Cins bölgüsü, faizlə |             |
|---------------------------------------------|---------------|---------------|----------------------|-------------|
|                                             | qadınlar      | kişilər       | qadınlar             | kişilər     |
| <b>Azərbaycan Respublikası</b>              | <b>170934</b> | <b>623507</b> | <b>100</b>           | <b>100</b>  |
| <b>Bakı şəhəri</b>                          | <b>53653</b>  | <b>181719</b> | <b>31.4</b>          | <b>29.2</b> |
| <b>Abşeron iqtisadi rayonu-cəmi</b>         | <b>7936</b>   | <b>31387</b>  | <b>4.6</b>           | <b>5.0</b>  |
| Xızı rayonu                                 | 110           | 573           | 0.1                  | 0.1         |
| Abşeron rayonu                              | 2775          | 12273         | 1.6                  | 2.0         |
| Sumqayıt şəhəri                             | 5051          | 18541         | 2.9                  | 2.9         |
| <b>Gəncə-Qazax iqtisadi rayonu - cəmi</b>   | <b>29155</b>  | <b>82428</b>  | <b>17.1</b>          | <b>13.2</b> |
| Gəncə şəhəri                                | 8214          | 23465         | 4.8                  | 3.8         |
| Qazax rayonu                                | 2030          | 6615          | 1.2                  | 1.0         |
| Ağstafa rayonu                              | 1211          | 4890          | 0.7                  | 0.8         |
| Tovuz rayonu                                | 3939          | 12105         | 2.3                  | 1.9         |
| Şəmkir rayonu                               | 6884          | 14484         | 4.0                  | 2.3         |
| Gədəbəy rayonu                              | 1068          | 3683          | 0.6                  | 0.6         |
| Daşkəsən rayonu                             | 806           | 1905          | 0.5                  | 0.3         |
| Samux rayonu                                | 1203          | 3683          | 0.7                  | 0.6         |
| Göygöl rayonu                               | 1317          | 4123          | 0.8                  | 0.7         |
| Goranboy rayonu                             | 2236          | 6841          | 1.3                  | 1.1         |
| Naftalan şəhəri                             | 247           | 634           | 0.2                  | 0.1         |
| <b>Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonu - cəmi</b> | <b>10281</b>  | <b>37309</b>  | <b>6.0</b>           | <b>6.0</b>  |
| Balakən rayonu                              | 1862          | 4587          | 1.1                  | 0.7         |
| Zaqatala rayonu                             | 2828          | 7775          | 1.7                  | 1.3         |
| Qax rayonu                                  | 1056          | 3079          | 0.6                  | 0.5         |
| Şəki şəhəri                                 | 2299          | 10190         | 1.3                  | 1.6         |
| Oğuz rayonu                                 | 696           | 3055          | 0.4                  | 0.5         |
| Qəbələ rayonu                               | 1540          | 8623          | 0.9                  | 1.4         |
| <b>Lənkəran iqtisadi rayonu - cəmi</b>      | <b>18173</b>  | <b>62174</b>  | <b>10.6</b>          | <b>10.0</b> |
| Astara rayonu                               | 3278          | 7531          | 1.9                  | 1.2         |
| Lənkəran şəhəri                             | 5626          | 16444         | 3.3                  | 2.6         |
| Lerik rayonu                                | 692           | 3605          | 0.4                  | 0.6         |
| Yardımlı rayonu                             | 1105          | 3973          | 0.6                  | 0.7         |
| Masallı rayonu                              | 2856          | 12600         | 1.7                  | 2.0         |
| Cəlilabad rayonu                            | 4616          | 18021         | 2.7                  | 2.9         |
| <b>Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu - cəmi</b>   | <b>9339</b>   | <b>34434</b>  | <b>5.5</b>           | <b>5.5</b>  |
| Qusar rayonu                                | 1984          | 5320          | 1.2                  | 0.8         |

|                                              |              |               |             |             |
|----------------------------------------------|--------------|---------------|-------------|-------------|
| Xaçmaz rayonu                                | 3795         | 12453         | 2.2         | 2.0         |
| Quba rayonu                                  | 1706         | 10388         | 1.0         | 1.7         |
| Şabran rayonu                                | 1462         | 4269          | 0.9         | 0.7         |
| Siyəzən rayonu                               | 392          | 2004          | 0.2         | 0.3         |
| <b>Aran iqtisadi rayonu- cəmi</b>            | <b>30387</b> | <b>135270</b> | <b>17.8</b> | <b>21.7</b> |
| Göyçay rayonu                                | 1535         | 7312          | 0.9         | 1.2         |
| Beyləqan rayonu                              | 2331         | 8738          | 1.4         | 1.4         |
| Ağcabədi rayonu                              | 1948         | 10158         | 1.1         | 1.6         |
| Bərdə rayonu                                 | 2861         | 13414         | 1.7         | 2.2         |
| Neftçala rayonu                              | 1425         | 5717          | 0.8         | 0.9         |
| Biləsuvar rayonu                             | 2926         | 10124         | 1.7         | 1.6         |
| Salyan rayonu                                | 1894         | 8726          | 1.1         | 1.4         |
| Yevlax şəhəri                                | 2151         | 7920          | 1.3         | 1.3         |
| Mingəçevir şəhəri                            | 2434         | 7264          | 1.4         | 1.2         |
| Ağdaş rayonu                                 | 997          | 5154          | 0.6         | 0.8         |
| Ucar rayonu                                  | 1284         | 5216          | 0.7         | 0.8         |
| Zərdab rayonu                                | 651          | 2708          | 0.4         | 0.4         |
| Kürdəmir rayonu                              | 1343         | 7190          | 0.8         | 1.2         |
| İmişli rayonu                                | 855          | 7794          | 0.5         | 1.3         |
| Saatlı rayonu                                | 1222         | 7393          | 0.7         | 1.2         |
| Sabirabad rayonu                             | 1920         | 10282         | 1.1         | 1.6         |
| Hacıqabul rayonu                             | 1116         | 4342          | 0.7         | 0.7         |
| Şirvan şəhəri                                | 1494         | 5818          | 0.9         | 0.9         |
| <b>Yuxarı Qarabağ iqtisadi rayonu - cəmi</b> | <b>3301</b>  | <b>15592</b>  | <b>1.9</b>  | <b>2.5</b>  |
| Cəbrayıl rayonu                              | 69           | 290           | 0.0         | 0.1         |
| Füzuli rayonu                                | 880          | 4454          | 0.5         | 0.7         |
| Ağdam rayonu                                 | 1160         | 5753          | 0.7         | 0.9         |
| Tərtər rayonu                                | 965          | 4267          | 0.6         | 0.7         |
| Xocalı rayonu                                | 16           | 80            | 0.0         | 0.0         |
| Şuşa rayonu                                  | 10           | 63            | 0.0         | 0.0         |
| Xocavənd rayonu                              | 201          | 685           | 0.1         | 0.1         |
| Xankəndi şəhəri                              | -            | -             | -           | -           |
| <b>Kəlbəcər-Laçın iqtisadi rayonu- cəmi</b>  | <b>533</b>   | <b>2073</b>   | <b>0.3</b>  | <b>0.3</b>  |
| Kəlbəcər rayonu                              | 140          | 537           | 0.1         | 0.1         |
| Laçın rayonu                                 | 371          | 1350          | 0.2         | 0.2         |
| Qubadlı rayonu                               | 9            | 88            | 0.0         | 0.0         |
| Zəngilan rayonu                              | 13           | 98            | 0.0         | 0.0         |
| <b>Dağlıq-Şirvan iqtisadi rayonu - cəmi</b>  | <b>4116</b>  | <b>21598</b>  | <b>2.4</b>  | <b>3.5</b>  |
| Qobustan rayonu                              | 279          | 2500          | 0.2         | 0.4         |
| İsmayilli rayonu                             | 1207         | 5390          | 0.7         | 0.9         |
| Ağsu rayonu                                  | 874          | 5248          | 0.5         | 0.8         |
| Şamaxı rayonu                                | 1756         | 8460          | 1.0         | 1.4         |
| <b>Naxçıvan Muxtar Respublikası - cəmi</b>   | <b>4060</b>  | <b>19523</b>  | <b>2.4</b>  | <b>3.1</b>  |
| Naxçıvan şəhəri                              | 1060         | 4653          | 0.6         | 0.7         |

|                 |      |      |     |     |
|-----------------|------|------|-----|-----|
| Şərur rayonu    | 1111 | 4200 | 0.7 | 0.6 |
| Babək rayonu    | 449  | 3662 | 0.3 | 0.6 |
| Ordubad rayonu  | 422  | 1730 | 0.2 | 0.3 |
| Culfa rayonu    | 628  | 2365 | 0.4 | 0.4 |
| Kəngərli rayonu | 164  | 1051 | 0.1 | 0.2 |
| Şahbuz rayonu   | 160  | 1218 | 0.1 | 0.2 |
| Sədərək rayonu  | 66   | 644  | 0.0 | 0.1 |

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/>

**Cədvəl 8: İqtisadi fəal əhalinin cins üzrə bölgüsü, faizlə**

|                                          | Cəmi     |         | Şəhər yerləri |         | Kənd yerləri |         |
|------------------------------------------|----------|---------|---------------|---------|--------------|---------|
|                                          | qadınlar | kişilər | qadınlar      | kişilər | qadınlar     | kişilər |
| Əhalinin iqtisadi fəallığının səviyyəsi* | 62.9     | 69.7    | 58.9          | 66.3    | 67.6         | 73.6    |
| Məşğulluğun səviyyəsi*                   | 59.2     | 66.9    | 54.8          | 63      | 64.3         | 71.3    |
| İşsizliyin səviyyəsi                     | 5.9      | 4.1     | 6.9           | 5.0     | 4.8          | 3.1     |

*İqtisadi fəal olan qadınların xüsusi çəkisi kişilərə nisbətən 6,8 faiz, o cümlədən şəhər yerlərində 7,4 faiz, kənd yerlərində isə 6,0 faiz aşağıdır.*

*\* 15 və yuxarı yaşda olan əhaliyə nisbəti*

**Cədvəl 9: Əmək qabiliyyətli yaşda olan iqtisadi fəal əhalinin cins üzrə bölgüsü, faizlə<sup>1)</sup>**

|                                          | Cəmi     |         | Şəhər yerləri |         | Kənd yerləri |         |
|------------------------------------------|----------|---------|---------------|---------|--------------|---------|
|                                          | qadınlar | kişilər | qadınlar      | kişilər | qadınlar     | kişilər |
| Əhalinin iqtisadi fəallığının səviyyəsi* | 71.3     | 74.9    | 67.8          | 71.9    | 75.5         | 78.3    |
| Məşğulluğun səviyyəsi*                   | 67.0     | 71.8    | 62.9          | 68.3    | 71.7         | 75.8    |
| İşsizliyin səviyyəsi                     | 6.1      | 4.1     | 7.1           | 5.1     | 5.0          | 3.2     |

<sup>1)</sup> qadınlar 15-59,5 yaşda, kişilər 15-62,5 yaşda

\*Əmək qabiliyyətli yaşda olan əhaliyə nisbəti

*Kənd yerlərində yaşayan əmək qabiliyyətli yaşda qadınlar iqtisadi fəallığın səviyyəsinə görə şəhər yerlərində yaşayan qadınlara nisbətən 7,7 faiz, kənd yerlərində yaşayan kişilər iqtisadi fəallığın səviyyəsinə görə şəhər yerlərində yaşayan kişilərə nisbətən 6,4 faiz yüksək olmuşdur.*

*Mənbə: stat.gov.az*

## Əlavə 7

### Cədvəl 10: Gender amili nəzərə alınmaqla İnsan İnkişafı indeksi

(Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları əsasında hesablanmışdır)

| 2010  | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 0.827 | 0.843 | 0.824 | 0.826 | 0.839 | 0.840 | 0.897 | 0.916 |

### Cədvəl 11: Qadınların səlahiyyətlərinin artırılması indeksi

(Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları əsasında hesablanmışdır)

| 2010  | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 0.450 | 0.514 | 0.576 | 0.581 | 0.593 | 0.597 | 0.548 | 0.487 |

### Cədvəl 12: Gender bərabərsizliyi indeksi

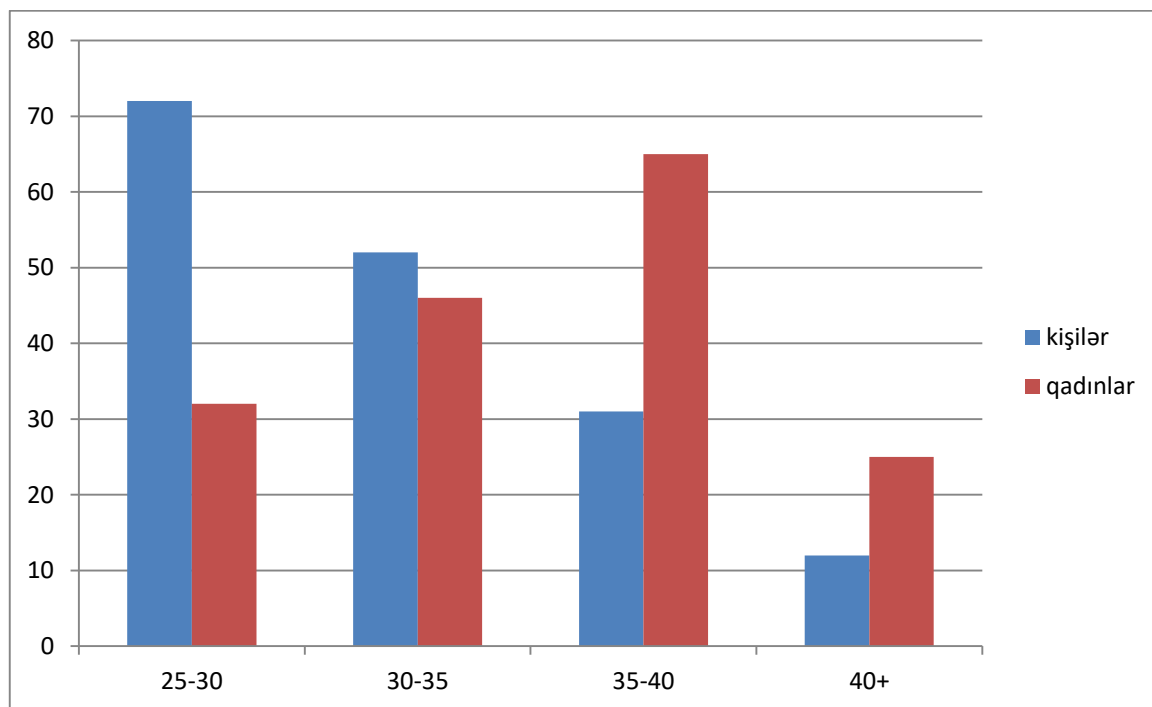
(Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları əsasında hesablanmışdır)

| 2010  | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 0.346 | 0.340 | 0.336 | 0.325 | 0.340 | 0.342 | 0.301 | 0.285 |

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/source/gender/>

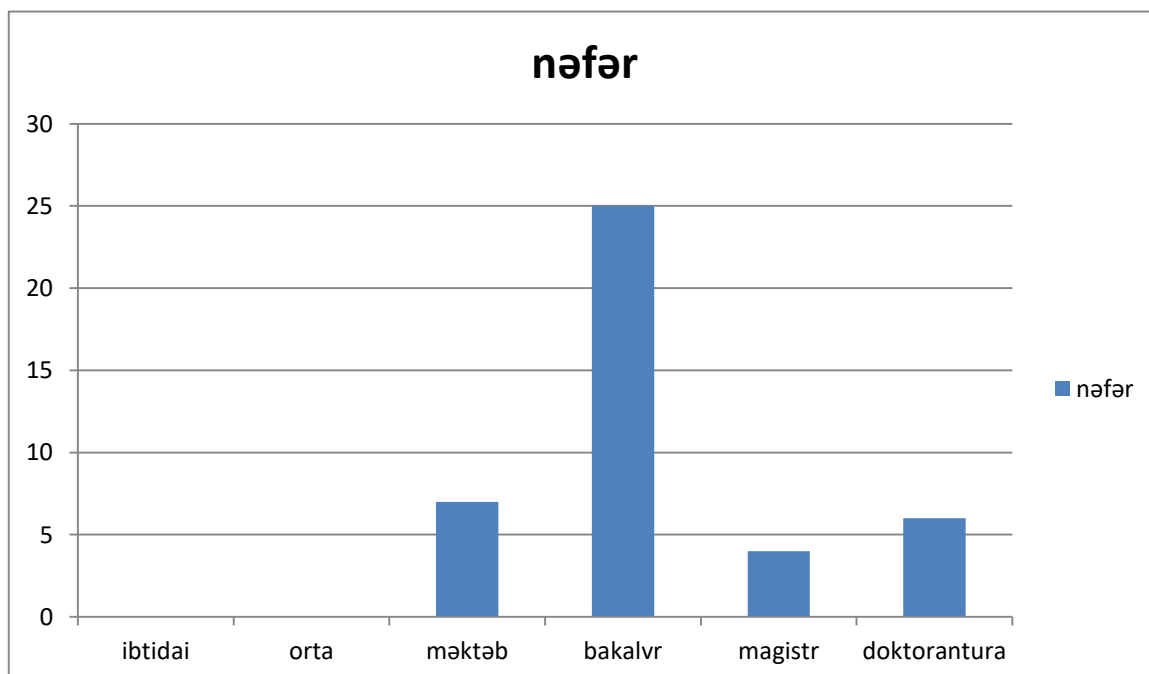
## Əlavə 8

**Qrafik 1: Ümumi olaraq kişi və qadın sahibkarların sahibkarlıq sferasında yaşları**



*Mənbə: HISRICH Robert D./ PETERS Michael P. (2002), Entrepreneurship (USA: Mc.Graw-Hill Irwin)*

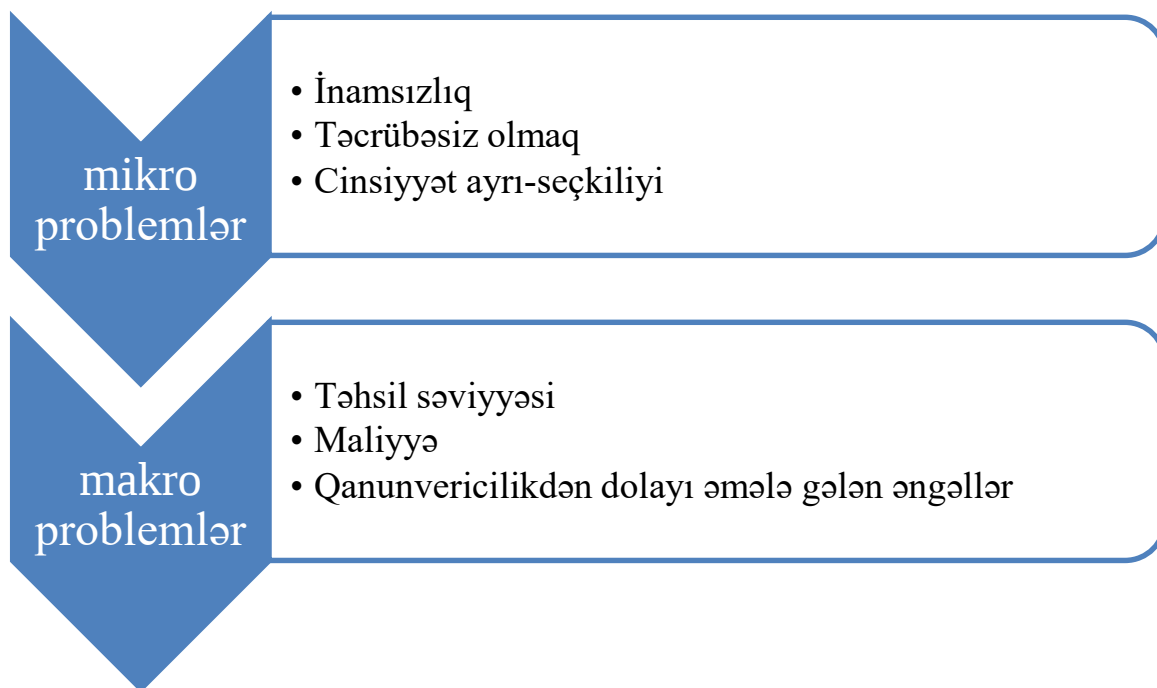
**Qrafik 2: Qadınların təhsil səviyyəsi.**



Mənbə: Apardığı anket-sorğuya əsasən müəllif tərəfindən hazırlanıb

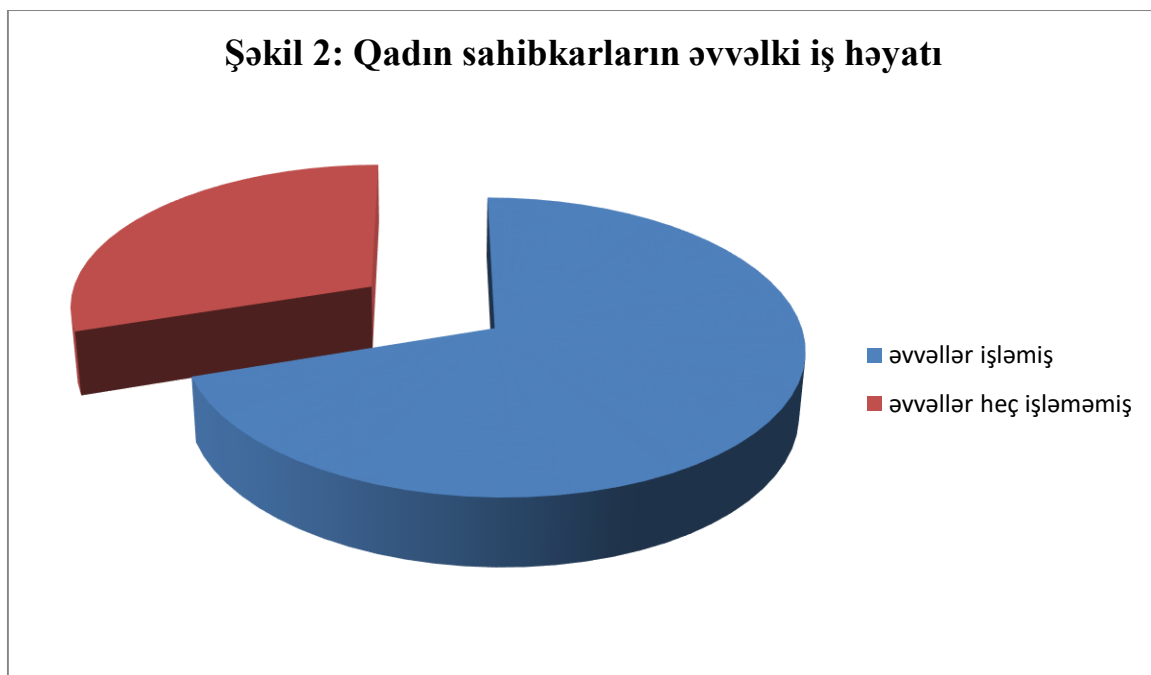
## Əlavə 9

**Şəkil 1: Qadın sahibkarların üzləşdiyi makro və mikro problemlər.**



Mənbə: Catherina K, Markalaşan kadınlar, s. 98

**Şəkil 2: Qadın sahibkarların əvvəlki iş həyatı**



Mənbə: Apardığı anket-sorğuya əsasən müəllif tərəfindən hazırlanıb

**Əlavə 10**  
**ANKET FORMASI.**

**1. Yaşınız:**

- ☐ 20-29
- ☐ 30-39
- ☐ 40-49
- ☐ 50+

**2. Təhsil səviyyəniz:**

- ☐ İbtidai təhsil
- ☐ Orta təhsil
- ☐ Məktəb məzunu
- ☐ Bakalvr
- ☐ Magistr
- ☐ Doktorantura

**3. Ailə vəziyyətiniz:**

- ☐ Evli
- ☐ Subay

**4. Uşağınız varmı? (Evlisinizsə)**

- ☐ Var
  - 1
  - 2
  - 3+
- ☐ Yoxdur

**5. Ev işlərində və ya uşağa baxmaqda ailədən dəstək alırsınızmı?**

- ☐ Bəli
- ☐ Xeyr

**6. Ailədə başqa sahibkar varmı?**

- ☐ Var
  - atam

- anam
- qardaşım
- bacım
- ikinci dərəcəli qohumlar

○ Yoxdur

**7. Sahibkar olmağa qərar verdiyiniz an maliyyə dəstəyini kim verdi?**

- Şəxsi yığdığım pul
- Ailədən, yaxınlardan borc aldım
- Bankdan kredit aldım
- Digər.

**8. Neçə yaşında sahibkar oldunuz?**

- 20-29
- 30-39
- 40-49
- 50+

**9. Hansı sahədə sahibkarsınız:**

- Xidmət
- Təhsil
- Səhiyyə
- Geyim
- Kənd təsərrüfatı
- İstehsal
- Turizm
- Digər

**10. Sahibkar olmadan öncə işləyirdinizmi? (Cavab müsbətdirsə hansı sahədə?)**

- Dövlət işində işləyirdim
- Özəl sektorda işləyirdim

**11. Sizi sahibkar olmağa vadar edən üç əsas səbəb:**

- Ailə ehtiyaclarını qarşılamaq

- Öz peşəmi həyata keçirmək
- Sosial əlaqələr qurmaq
- Özü özünün müdürü olmaq
- İşsizlik
- Maddi müstəqillik
- Hobbimi biznesə çevirmək
- Xəyallarımı həyata keçirtmək
- Sərbəst iş qrafiki
- Ailəmin işini davam etdirmək

**12. Brendinizi yaradarkən qarşılaşdığınız problemləri çoxdan aza doğru sıralayın:**

- Maliyyə problemi
- Bürokratik əməliyyatlar
- Təcrübəsiz olmaq
- Uyğun məkan (yer) seçimi
- İcarə haqqının yüksək olması
- Uyğun işçi tapmaq
- Lazımı ləvazimatları tapmaq
- Bazarda tanınmamaq
- Ailə bağlı problemlər

**13. Hazırda bir sahibkar kimi əsas probleminiz:**

- Borclarınız
- Vergilər
- Bürokratik əngəllər
- Kredit əldə edə bilməmək
- İşçilərlə bağlı problemlər
- Müştərilərlə bağlı problemlər
- Bazarın stabil olması
- Ailə əlaqələri
- Cəmiyyətin sizə qarşı mövqeyi

- Yorğunluq

**14. Qadın sahibkar olduğunuza görə problemlərlə qarşılaşırsınız mı?**

- Bəli
- Xeyr

**15. Ortaq və ya sahib olduğunuz şirkət haqqında:**

- Neçə ildir fəaliyyətdəsiniz?
- Ortaqlıq payınız
- Qadın işçi sayı
- Kişi işçi sayı
- İxrac etdiyiniz məhsullar varmı?
- Hansı ölkələrdə tanınırsınız?

**16. Qadın sahibkar olmaq şəxsi həyatınıza necə təsir etdi?**

- Bəli, müsbət dəyişiklik var
- Xeyr, mənfi dəyişiklik var
- Hər hansı bir dəyişiklik olmadı

**17. Bu sahədə təklifləriniz və iradlarınız:**

---

## **Cədvəllərin siyahısı**

|                                                                                                                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Cədvəl 1. Müxtəlif yazıçıların sahibkarlarda gördüyü xüsusiyyətlər.....                                                                                       | 57 |
| Cədvəl 2. Qadın sahibkar tipləri.....                                                                                                                         | 20 |
| Cədvəl 3. Qadın və kişi sahibkarların fərqli xüsusiyyətləri.....                                                                                              | 58 |
| Cədvəl 4. Qadın və kişilərin sahibkar olmaq səbəbləri.....                                                                                                    | 23 |
| Cədvəl 5. İqtisadi fəal əhalinin cins və yaş qrupları üzrə bölgüsü.....                                                                                       | 59 |
| Cədvəl 6. İqtisadi fəaliyyət növləri üzrə 2017-ci ildə qadınların orta aylıq nominal əmək haqqı.....                                                          | 60 |
| Cədvəl 7. 2018-ci il yanvar ayının 1-i vəziyyətinə Azərbaycan Respublikasının şəhər və rayonları üzrə fərdi sahibkarların gender bölgüsü (nəfər, faizlə)..... | 61 |
| Cədvəl 8. İqtisadi fəal əhalinin cins üzrə bölgüsü, faizlə.....                                                                                               | 64 |
| Cədvəl 9. Əmək qabiliyyətli yaşda olan iqtisadi fəal əhalinin cins üzrə bölgüsü, faizlə.....                                                                  | 64 |
| Cədvəl 10. Gender amili nəzərə alınmaqla İnsan İnkişafı indeksi.....                                                                                          | 65 |
| Cədvəl 11. Qadınların səlahiyyətlərinin artırılması indeksi.....                                                                                              | 65 |
| Cədvəl 12. Gender bərabərsizliyi indeksi.....                                                                                                                 | 65 |

## **Şəkillərin siyahısı**

|                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Şəkil 1. Qadın sahibkarların üzləşdiyi makro və mikro problemlər.....                      | 66 |
| Şəkil 2. Qadın sahibkarların əvvəlki iş həyatı.....                                        | 66 |
| Şəkil 3. Araşdırmaya qatılan qadın sahibkarların uğuru nədə görürsünüz sualına cavabı..... | 48 |

## **Qrafiklərin siyahısı**

|                                                                                        |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Qrafik 1. Ümumi olaraq kişi və qadın sahibkarların sahibkarlıq sferasında yaşları..... | 65 |
| Qrafik 2. Qadınların təhsil səviyyəsi.....                                             | 65 |
| Qrafik 3. Sahibkar qadınların ailə vəziyyəti.....                                      | 47 |
| Qrafik 4. Qadın sahibkarların brendlərini yaradarkən qarşılaşdıqları problemlər.....   | 49 |
| Qrafik 5. Qadın sahibkarların işlərini icra edərkən qarşılaşdıqları çətinliklər...     | 50 |