

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

**“Kiçik və orta sahibkarlığın inkişaf etdirilməsində qadın sahibkarlığın rolu:
Bakı nümunəsi” mövzusunda**

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

Bayramova Ülkər Akif qızı

BAKİ – 2019

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

BMDM-in direktoru

i.ü.f.d., dos. Əhmədov Fariz Saleh

_____ **imza**

“__” _____ **2019-cu il**

“Kiçik və orta sahibkarlığın inkişaf etdirilməsində qadın sahibkarlığın rolu:

Bakı nümunəsi” mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

İxtisasın şifri və adı: 060409-Biznesin idarə edilməsi

İxtisaslaşma: Biznesin təşkili və idarəedilməsi

Qrup: 110

Magistrant

Bayramova Ülkər Akif

_____ **imza**

Proqram rəhbəri

i.ü.f.d., b/m Şamxalova Samirə Oqtay

_____ **imza**

Elmi rəhbər

i.ü.f.d., dos. Əhmədov Fariz Saleh

_____ **imza**

Kafedra müdiri

i.e.d., prof. Kəlbəyev Yaşar Atakişi

_____ **imza**

BAKİ – 2019

The role of female entrepreneurship in the development of small and medium enterprises the example of Baku

Summary

Relevance of research. Women entrepreneurs who play an important role in the national economy and development process have an important place in the society. Recently, research and research on women's entrepreneurship in the world is one of the most current topics. It is supported as one of the most important factors promoting economic, political and social development in the world.

Purpose and tasks of the research. The aim of this thesis is to examine the systematic theory of *başvur* The Role of Women Entrepreneurship in the Development of Small and Medium-Sized Entrepreneurship.

Used research methods. In the research, a questionnaire was conducted with 316 women entrepreneurs who made entrepreneurship in Baku.

The database of the dissertation. As a database, reports and decrees of the President of the Republic of Azerbaijan, reports of Ministry of Economy, Azerbaijan State Statistics Committee, Strategic Roadmap materials and reports of international and local organizations were used in the databases of temporary authorities.

Research restriction. Limited work of the thesis, lack of female entrepreneurship reports and lack of time to hold meetings with female entrepreneurs when implementing a questionnaire, III. The department has imposed restrictions.

Research findings. As a result of the surveys carried out on 316 women, entrepreneurial features, future plans, entrepreneurship factors, the problems they face and the areas in which they operate.

Scientific-practical significance of the research. It will accelerate the development of women's entrepreneurship in the Republic of Azerbaijan, create new ideas on women's entrepreneurship and help to promote women's entrepreneurship at new stages.

Keywords: Small and Medium Entrepreneurship, Women Entrepreneurship, Entrepreneurship Development

İXTİSARLAR

AB - Avropa Birliyi

ABŞ - Amerika Birləşmiş Ştatları

AR - Azərbaycan Respublikası

GEM - Global Entrepreneurship Monitor

KOBİA - Kiçik və Orta Biznesin İnkişaf Agentliyi

KOS - Kiçik və Orta Sahibkarlıq

NGO - Non-Governmental Organizations

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ.....	7
I FƏSİL. KİÇİK VƏ ORTA SAHİBKARLIQLA BAĞLI NƏZƏRİ ARAŞDIRMA VƏ İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ.....	10
1.1. Sahibkarlıq fəaliyyəti və onun yaranma tarixi.....	10
1.1.1. Sahibkarlıq anlayışı.....	10
1.1.2. Sahibkarlığın yaranma tarixi.....	11
1.2. Kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyəti.....	13
1.2.1. Kiçik və orta sahibkarlığın mahiyyəti.....	13
1.2.2. Kiçik və orta sahibkarlığa təsir edən amillər.....	15
1.2.3. Kiçik və orta sahibkarlığın müsbət və mənfi tərəfləri.....	16
1.3. Qadın sahibkarlıq.....	18
1.3.1. Kiçik və orta sahibkarlıqda qadın sahibkarlıq anlayışı.....	18
1.3.2. Kiçik və orta sahibkarlıqda qadın sahibkarlığın əhəmiyyəti.....	20
1.3.3. Qadın sahibkarların növləri.....	21
1.3.4. Qadınları sahibkarlığa yönləndirən faktorlar.....	23
1.3.5. Qadın sahibkarların qarşılaşdığı problemlər.....	26
II FƏSİL. KİÇİK VƏ ORTA SAHİBKARLIQDA QADIN SAHİBKARLIĞININ ROLU VƏ DÜNYA TƏCRÜBƏSİ.....	30
2.1. Kiçik və orta sahibkarlıqda qadın sahibkarlığı Avropada.....	30
2.2. Kiçik və orta sahibkarlıqda qadın sahibkarlığı Asiyada	37
2.3. Kiçik və orta sahibkarlıqda qadın sahibkarlığı Amerikada.....	40
2.4. Kiçik və orta sahibkarlıqda qadın sahibkarlığı Azərbaycanda.....	44
	49
III FƏSİL. BAKIDA QADIN SAHİBKARLARIN MÖVCUD TƏHLİLİ.....	49
3.1. Tədqiqatın məqsədi.....	49
3.2. Tədqiqatın metodu.....	49
3.3. Tədqiqatın obyekti və predmeti.....	49
3.4. Tədqiqatın nəticələri.....	50
3.5. SWOT analizi.....	69
	70
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....	75
İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYATLAR.....	75
ƏLAVƏLƏR.....	82
Cədvəllərin siyahısı.....	95
Qrafiklərin siyahısı.....	97

GİRİŞ

Tədqiqatın aktuallığı: Son dövrlərdə dünyada qadın sahibkarlığına bağlı tədqiqat və araşdırmalar aktual mövzulardan biridir. Dünya ölkələrində iqtisadi, siyasi və sosial inkişafa təkan verən əsas amillərdən biri kimi qiymətləndirilir. Qadın sahibkarlığının geniş yayıldığı ölkələr daha çox inkişaf etmiş ölkələrdir və bu mövzu yuxarıda göstərilənlərə görə öz aktuallığını qoruyub saxlayır. Azərbaycanda bu sahədə elmi tədqiqatların araşdırılmasına böyük ehtiyac var. Aparılan islahatlar, qadın sahibkarlığı ilə əlaqəli qəbul edilmiş bir sıra qərarlar, Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin bu sahədə imzaladığı fərman və sərəncamlar, strateji yol xəritəsində qeyd olunması, bu istiqamətdə işlər bir daha sübut edir ki, qadın sahibkarlığın inkişafı dövlətin iqtisadi siyasətinin prioritet istiqamətlərindən biridir. Günümüzdə dövlətimizin qarşısında duran əsas vəzifələrdən biri qeyri neft sektorunun inkişafına təkan verməkdir. Məhz bu səbəbdən də qadın sahibkarlığının inkişafının təmin edilməsi dövlətin qarşısında duran əsas vəzifələrdən biridir. Qeyd etdiyimiz mövzu çox aktual olmasına baxmayaraq tədqiqat işi kimi əvəllər az işlənmişdir. Xüsusilə bizim kimi inkişaf etməkdə olan ölkə üçün tədqiqatların aparılmasına ehtiyac vardır və mövzunun müasir dövr üçün çox aktual və əhəmiyyətli olması bunu tələb edir.

Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi: Kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına səbəb olan qadın sahibkarlıq iqtisadiyyatın inkişaf etdirilməsi gərəkən əsas elementlərindəndir. 1967-ci ildə Brigham və Smithin birgə hazırladığı mövzu sahibkarlıq haqqındakı ilk elmi iş olaraq görülməkdədir. 1970-ci ildən öncə sahibkarlıqda bir neçə nümunədən başqa qadın sahibkarlar haqqında danışılmırdı. 1986-cı ildən etibarən bu sahə nəzəri olaraq araşdırılmağa başlamışdır. Azərbaycanda bu sahədə çox matreal olmasada BƏT-İN "Azərbaycan və Gürcüstanda İşəgötürənlər Təşkilatları Vasitəsilə Qadın Sahibkarlığın İnkişafı" Layihəsi Azərbaycanda Qadın Sahibkarlığın İnkişafı Milli Hesabatını hazırlamışdır.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri: Dissertasiya işinin əsas məqsədi kiçik orta sahibkarlıqda qadın sahibkarlığının rolu, Bakıda fəaliyyət göstərən qadın

sahibkarların mövcud vəziyyətinin araşdırılması və ümumilikdə bunların kompleks şəkildə təhlil edilməsidir.

Məqsədə nail olmaq üçün aşağıdakı vəzifələr yerinə yetirilmişdir:

- ✓ Kiçik orta sahibkarlıqla bağlı nəzəri sistematik araşdırma və inkişaf istiqamətləri araşdırılmış və incələnmişdir.
- ✓ Qadın sahibkarlığının əhəmiyyəti, qadınları sahibkarlığa yönləndirən faktorlar, qarşılaşdıqları problemlərin tədqiqi və təhlili aparılmışdır.
- ✓ Kiçik orta sahibkarlıqda qadın sahibkarlığın rolu, Amerikada, Avropada, Asiyada və Azərbaycanda qadın bizneslə bağlı statistik məlumatların təhlili və təcrübələrin öyrənilməsi.
- ✓ Bakıda sahibkarlıq fəaliyyəti göstərən qadın sahibkarların mövcud vəziyyəti ətraflı araşdırılması.

Tədqiqatın obyekt və predmeti: Tədqiqatın obyektini kimi Bakıda fəaliyyət göstərən qadın sahibkarlar seçilmişdir. Tədqiqatın predmeti ölkəmizdə qadın sahibkarların mövcud vəziyyətinin qiymətləndirilməsi və bu sahənin inkişafına təkliflər verilməsidir.

Tədqiqatın metodları: Kiçik və Orta Biznesin İnkişaf Agentliyi ilə görüş keçirilmiş, qadın sahibkarlar haqqında məlumatlar əldə edilmişdir. Bakıda fəaliyyət göstərən 316 qadın sahibkarla anket sorğu aparılmışdır. Analizlər SPSS proqramında aparılaraq IBM SPSS Statistics 24.0 proqramı vasitəsi ilə təhlillər və SWOT analizi aparılmışdır.

Tədqiqatın informasiya bazası: İnformasiya bazası kimi Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin sərəncam və fərmanlarından, Azərbaycan Dövlət İqtisadiyyat Nazirliyinin, Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin, Strateji Yol xəritəsi materiallarından və beynəlxalq və yerli təşkilatların hesabatları, adıyyatı orqanların məlumat bazalarında istifadə olunmuşdur.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Tədqiqat işinin əvvəllər az işlənməsi, qadın sahibkarlıqla bağlı hesabatların kifayət qədər olmaması və Anket sorğu tətbiq edərkən qadın sahibkarlarla görüşlər təşkil etməyin zaman zaman alınmaması III fəsildə məhdudiyyətlər yaratmışdır.

Nəticələrin elmi-praktiki əhəmiyyəti: Azərbaycanda qadın sahibkarlığın inkişafını sürətləndirəcək, qadın sahibkarlıqla bağlı yeni fikirlər yaradacaq və qadın sahibkarlığın yeni mərhələlərə yüksəlməsinə köməklik göstərəcəkdir.

Dissertasiya işinin strukturu və həcmi: Dissertasiya işi 97 səhifədən 3 fəsildən ibarətdir. Tədqiqatın birinci fəslində “Kiçik və Orta Sahibkarlıqla bağlı nəzəri araşdırma və inkişaf istiqamətləri” adı altında araşdırma aparılmışdır. Burada sahibkarlıq anlayışı, sahibkarlığın yaranma tarixi, kiçik və orta sahibkarlığın mahiyyəti, təsir edən amillər, müsbət və mənfi tərəfləri, qadın sahibkarlığın əhəmiyyəti, növləri, qadınları sahibkarlığa yönləndirən faktorlar, qarşılaşdıqları problemlər istiqamətində nəzəri araşdırmalar təhlil edilmişdir. İkinci fəsildə kiçik və orta sahibkarlıqda qadın sahibkarlığın rolu və dünya təcrübəsi başlıqları altında nəzəri araşdırma aparılmışdır. Burada Avropada, Asiyada, Amerikada və Azərbaycanda qadın sahibkarların mövcud vəziyyəti, hesabatlar və statistik göstəricilər yer almışdır. Üçüncü fəsildə Bakıda Qadın Sahibkarların Mövcud Təhlili başlığı altında Bakıda fəaliyyət göstərən qadın sahibkarlara anket tətbiq olunmuş və SWOT analizi aparılmışdır.

I FƏSİL. KİÇİK VƏ ORTA SAHİBKARLIQLA BAĞLI NƏZƏRİ ARAŞDIRMA VƏ İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ

1.1. Sahibkarlıq fəaliyyəti və onun yaranma tarixi

1.1.1. Sahibkarlıq anlayışı

“Sahibkarlıq” (entrepreneur) sözü ilk dəfə Dictionnaire Universel de Commerce lüğətində Jacques des Brussons tərəfindən qeydə alınıb. Sahibkarlıq, yeni bir işin layihələndirilməsi, başlanması və həyata keçirilməsi prosesidir. Bu işi yaradan və idarə edən şəxslərə sahibkar deyilir. Sahibkarlıq-zamanın nəbzini tutmaq insanların həyat şəraitini asanlaşdıracaq, yaşam səviyyəsini artıracaq məhsul və xidmətləri bazara təqdim etməkdir.

Dünyada iqtisadçı alimlər sahibkarlıq anlayışını müxtəlif şəkillərdə tərif edirlər. Sahibkarlıq yeni bir kəşf, yenilik dövrü və qeyrimüəyyənlik daşıyan bir müddətdir (Hulbert vd., 2013:295). Sahibkarlıq iqtisadiyyatın mərkəzidir (Louw vd., 2003) Risk alaraq fürsətlərin dəyərləndirildiyi və yeniliklərin hazırlandığı müddətə sahibkarlıq deyilir (Saygın 2016,67). Sahibkarlıq həm yeni fürsətlər üçün diqqət həm də bir fürsətin aşkarlanmasına imkan tanıyan fəaliyyətlərdir (Minniti, 2004:641). Sahibkarlıq, bazardakı ehtiyacları qarşılamaq üzrə mal və xidmətləri istehsal edən və mənfəət əldə etmək məqsədi güdən bir fəaliyyətdir (Kızılgöz ve İşgüdun 2008, 258). L.Mizes və F.Xajekin fikrincə sahibkarlıq insanların həqiqi ehtiyaclarının ən rahat üsulla yerinə yetirilməsi üçün çoxsaylı iqtisadi fürsətlərdən ən səmərəlisini seçməkdir. Amerikalı alim, professor R.Xizriç sahibkarlıq anlayışını hər hansı dəyərə malik yeni bir məhsul yaradılması prosesi kimi dəyərləndirir.

Tarix boyunca “sahibkar” anlayışı da yazıçılar tərəfindən müxtəlif şəkillərdə tərif edilib; “sənayenin kapitanı” (Schumpeter 1934), “Boşluqları görən və bazarları birləşdirən qəhrəman” (Liebenstein 1968), “təçəbbüskar şəxs” (Collins ve Moore 1964), “ən əhəmiyyətli insan” (Hebert ve Link 1982) və “biznesin təşkili və ya məhsuldarlıq potensialını artıran insan” (McClelland 1961) kimi təriflərlə ədəbiyyatda yer almışdır.

Məşğulluğun artması, cəmiyyətin rifah səviyyəsinin yüksəldilməsi, ölkə iqtisadiyyatının inkişafına olan maraq sahibkarlığın əhəmiyyətini artırır. Təbii olaraq bu mövzuda araşdırmalar və təhlilərin sayında artım müşahidə olunur. Cəmiyyətin ehtiyaclarının ödənməsi, işsizliyin azaldılması, ölkə iqtisadiyyatında irəliləmə sahibkarlıq sayəsində mümkündür.

Sahibkarlıq, sərf edilən əmək və xərclənən zamanın, müxtəlif riskləri nəzərə alaraq, gəlir, razılıq və sərbəstlik əldə edərək dəyər yaratma prosesidir. Sahibkarlıq səhiyyə, təhsil, əyləncə, dəb, iqtisadi və sosial sahələrdə yarana bilər. Sahibkarlıq üçün böhran, ölkə iqtisadiyyatının vəziyyətinin, sərmayənin elə də önəmi yoxdur, sadəcə insanların nəyə ehtiyac duyduğunu və bazar rəqabətinin nə səviyyədə olduğunu təhlil etməklə, istənilən bir xidmət və ya məhsul sahibkarlıq fəaliyyətinin başlamasına səbəb ola bilər.

Sahibkarlıq insanların istəkləri əsasında, ehtiyaclarını qarşılamaq məqsədi ilə yeni məhsullar yaradan və ya hər hansı məhsulu, xidməti fərqli formada istehlakçıya təqdim edən, bazarı genişlədən və inkişaf etdirən iqtisadi vahiddir.

Sahibkarlıq, müxtəlif sahələrdə araşdırma mövzusu olub, qarışıq sosial və iqtisadi mövzu olması və böyük bir quruluşa sahib olması ilə sahibkarlığın ancaq iqtisadi və məşğulluq baxımından deyil, mədəni, ictimai və siyasi aspektlərdən tədqiq olunması lazımdır (Kardal 2014, 45).

1.1.2. Sahibkarlığın yaranma tarixi

İnsanlar ibtidai dövrdə təbiətin onlara bəxş etdiyi neymətlərlə keçinirdilər. Bu insanların inkişaf yolunda atdıqları ilk addım, təbii resurslardan istifadə edərək onları çoxaltmağa və böyütməyə başlamaqları ilə oldu.

Sahibkarlıq xüsusiyyətlərinin insan var olduğu gündən bəri özündə daşıyır. Sahibkarlığın tarixi əslində ibtidai dövrlərdən başlanan bir prosesdir, belə ki, otraq həyata keçən insan bu dövrdə artan kənd təsərrüfatı fəaliyyəti, ilk dəfə lazım olandan artıq məhsul istehsal etməyə başladığını göstərir. Torpaq əkin işi heç bir alət olmadan əl və ya taxta vasitəsi ilə çox sadə üsullarla aparılırdı. Sonradan insanlar yeni alətlər hazırlamaları, məhsulları artıraraq onları digər insanlarla ehtiyac

duyduğu məhsulların müqabilində dəyişdirməklə ticarətin təməlini qoymuşlardı. İnsanlar əlavə istehsal olunan məhsulları digər məhsul və ya qiymətli əşyalarla dəyişdirirdi və nəhayət puldan istifadə edilərək ticarətin aparılması VII əsrdən sonra artmağa başladı.

İqtisadi fəaliyyət kimi orta əsrlərdən yaranmağa başlayan sahibkarlıq bu gün inkişafının maksimum səviyyəsindədir. XVI əsrin ortalarında səhmdar cəmiyyətlər təşkil edilməyə başlamışdır. Rusiyada sahibkarlıq üçün 1554-cü ildə İngiltərə ticarət şirkətinin əsası qoyuldu.

1921-1926-cı illərdə həyata keçirilən iqtisadi siyasətlər sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafına təkan verdi. 20-ci illərin sonlarından başlayan məcburi kollektivləşdirilmə sahibkarlığı məhdudiyyətləşdirirdi.

Avropada bazar iqtisadiyyatının inkişafı, təşəbbüskarları istehlakçı tələblərinə sürətlə cavab verməyə təşviq edirdi. Müasir dövrün əvvəllərində Avropa ölkələrinin iqtisadi siyasəti 2 məqsədli idi 1) iqtisadi gücdən istifadə edərək dövləti gücləndirmək, 2) dövlət gücündən istifadə edərək iqtisadi inkişaf və dövlətin inkişafını təmin etmək. Yalnız dövlətlər hər şeydən əvvəl gəlir əldə etməyə səy göstərirdilər və bu ehtiyac onları çox zaman məhsuldar fəaliyyətlərə səhv siyasət tətbiq etmələrinə gətirib çıxarırdı (Güran, 1991, s 98).

Azərbaycanda sahibkarlıq böyük inkişaf yolu keçmişdir. XIX əsrdən neft hasilatı üzrə sahibkarlar (milyonçular) Azərbaycanda çox böyük işlər görmüş, ölkə iqtisadiyyatına dəstək olmuşlar. Hacı Zeynalabdin Tağıyev, Musa Nağıyev, Murtuza Muxtarov, Şəmsi Əsədullayev, Seyid Mirbabayev və s. sahibkarlar binalar, məktəblər, teatrlar, xəstəxanalar tikdirmiş, əhəlinin böyük hissəsini işlə təmin etmişlər. Xarici iş adamlarının ölkəyə marağı, xarici sərmayələr sahibkarlıq fəaliyyətinin sürətli inkişafına gətirib çıxarırdı. Neftdən əlavə aqrar sahənin inkişafı və kənd təsərrüfatlarında da irəliləyişlər vardı. Azərbaycanda pambıqçılıq, ipəkçilik, üzüm istehsalı, şərabçılıq, balıqçılıq və mis istehsalına görə təkcə daxili bazarda deyil, Zaqafqaziya, Orta Asiya və İran bazarlarında ixrac olunurdu.

Cədvəl 1 də göstəriləndiyi kimi Azərbaycanda 1993-cü ildən bəri iqtisadiyyatda irəliləmə, əsaslı islahatların aparılması və sahibkarlığın dəstəyinə yönəlik işlər

sürətləndirilmişdir. Aparılan islahatlar nəticəsində ümum daxili məhsul azalmasının qarşısının alınması, sahibkarlığa maraq, xarici investisiyanın ölkəyə axını kimi müsbət dəyişikliklər olmuşdur. 2015-ci ildən bəri sahibkarlığa dəstək məqsədilə yoxlamaların dayandırılması, lisenziyaların və bununla bağlı tələb olunan sənədlərin sayında kəskin azalma müşahidə olunmuşdur.

Son illər ölkə iqtisadiyyatında aparılan islahatlar nəticəsində əmək bazarında əhəmiyyətli dərəcədə müsbət dəyişikliklərə nail olunmuşdur. Son dövrlərdə işsizlər arasında qadınların sayında azalmalar müşahidə olmuş, 2005-ci ildə 51,6 faizə nisbətən 2017-ci ildə 36,3 faiz təşkil etmişdir. 2017-ci il statistik hesabatlarına əsasən iqtisadi fəal əhalinin sayı 5073,8 min nəfər, iqtisadiyyatda məşğul olan qadınların sayı isə 2319,3 min nəfərə çatmışdır (Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi).

1.2. Kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyəti

1.2.1. Kiçik və orta sahibkarlığın mahiyyəti

Kiçik və orta sahibkarlıq, kiçik və elastik strukturu ilə iqtisadiyyatın mühüm elementlərindən biridir. Sahibkarlıq fəaliyyəti iş gördükləri sahə, icra etdikləri fəaliyyət, maliyyə strukturlarına və bir çox istiqamətlərdə müxtəlif siniflərə, bu sinifləndirmələrin çoxu sahibkarlıq fəaliyyətinin miqyasına görə qruplaşdırılır.

Forest Araşdırma mərkəzi 2003-cü ildə nəşr etdiyi bir hesabatda sahibkarlıq fəaliyyətini bu şəkildə qruplara ayırır (Chorafas, 2004: 276)

1. Çox geniş sahibkarlıq
2. Orta geniş sahibkarlıq
3. Kiçik geniş sahibkarlıq
4. Kiçik və orta sahibkarlıq
5. Mikro və ən kiçik sahibkarlıq

Kiçik və orta sahibkarlıq (KOS) mövzusunda elmi araşdırmaların keçmişi 1960-cı illərə qədər uzanır. 1967-ci ildə Brigham və Smithin birgə hazırladığı mövzu KOS haqqındakı ilk elmi iş olaraq görülməkdədir. Ancaq 1971-ci ildə İngiltərədə nəşr olunan Bolton Hesabatı və eyni il Avstraliyada nəşr olunan Wiltshire Hesabatı

uzun illər göz ardı edilən bu müəssisələrin vəziyyətini ön plana çıxarmaqda əhəmiyyətli bir rol oynamışdır (Al-Quirim, 1997: vii).

Bu sahənin dünya iqtisadiyyatındakı əhəmiyyətini ortaya çıxaran ən böyük hadisə son 20 il ərzində reallaşmışdır. Yaşanan "Əkiz Neft Böhranı" kiçik və orta sahibkarların dünya iqtisadiyyatındakı rolunun görülməsində olduqca əhəmiyyətli olmuşdur (Acs vd., 1999: 5).

Kiçik və orta sahibkarlıq hər ölkədə iqtisadiyyatın inkişafında mühüm rol oynayan faktorlardan biridir, iqtisadi quruluşun təməl dinamikası içərisində ələ almaqda asan olan və ölkənin rəqabətliyini artırmaq üçün fundamental bir daş olaraq qəbul edilir.

Sahibkarlıq dövrünün uğurları sahibkarın, fürsətin, mənbələrin və təşkilatın bir araya gəlməsilə və birbirlərini dəstəkləməsilə əldə edilir (Wickham, 2001:35). Fırsətlər olmadan və ya əsas mənbələrin az olması sahibkarlıq dövrünün çox vaxt uğursuz olmasına gətirib çıxarır (Kodithuwakku və Rosa, 2002:434).

Hər bir ölkə öz meyarları ilə sahibkarlığı qruplara ayırır. Burada işçi sayı, sərmayə, miqyas və s. kimi kriteriyalar qoyulur. "İri, orta və kiçik sahibkar meyarları"nın təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin qərarı ilə işçilərinin orta siyahı sayı 25 nəfərdən 125 nəfərədək, illik gəliri 200 000 manatdan 1250000 manatadək olan sahibkarlıq fəaliyyətləri kiçik və orta sahibkarlıq kateqoriyasına daxil olur.

Cədvəl 2: İri, orta və kiçik sahibkar meyarları

Sahibkarlıq subyektlərinin ölçüsünə görə kateqoriyası	İşçilərin orta siyahı sayı	İllik gəliri
Kiçik sahibkar	25 nəfərədək	200 min manatadək
Orta sahibkar	25 nəfərdən 125 nəfərədək	200 min manatdan 1250 min manatadək
İri sahibkar	125 nəfər və ondan yuxarı	1250 min manat və ondan yuxarı

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2015-ci il 5 iyun tarixli 215 nömrəli qərarı.

Azərbaycan Respublikasında 25 nəfərdən 125 nəfərədək işçisi olub və illik gəliri 200 min manatdan 1250 min manata qədər olan sahibkarlıq fəaliyyəti kiçik və orta sahibkarlıq qrupuna aid edilir.

1.2.2. Kiçik və orta sahibkarlığa təsir edən amillər

Günümüzdə vətəndaşları sahibkarlığa təşviq edən bir çox amillər vardır bunlar, innovasiya və texnologiyalar, günü-gündən yenilənən standartlara uyğunlaşmaq, istehlakçı tələblərinə daha tez və dəqiq cavab vermək, istehlakçı tələblərini nəzərə almaq, dövlət dəstəyi, təhsil və təlimlər şəklində göstərilir. Həmçinin sahibkarlığa başlamaqda önəmli nüanslardan biri də maliyyədir. Maliyyə problemləri, maliyyə azlığı yeni təşəbbüskarlarda özünə inamsızlıq, işi uzun müddət davam etdirə bilməmə düşüncələrini yaradır. Bu dövrdə informasiyanın tam, dəqiq və bir mənbədən alınması, vətəndaşların məlumatlı olması, bütün sənədləşdirmənin asand və mərkəzləşdirilməsi kiçik və orta sahibkarlığa böyük bir dəstəkdir.

Sahibkarlıq fəaliyyətinə müxtəlif faktorlar təsir edir. Bəzi amillər sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafına, bəziləri isə əksinə olaraq azalmasına, məhdudlaşmasına gətirib çıxarda bilər. Kiçik və orta sahibkarlığa dövlətin iqtisadi siyasəti, subsidiyalar, vergilər, güzəşt və kreditlər, bazar rəqabəti, istehlakçı tələbi, xarici firmaların marağı, texnoloji inkişaf, sosial çevrə və s. kimi amillər öz təsirini göstərir.

Maliyyə: Fransız istehsal firmaları üzərində aparılan araşdırmada maliyyə məhdudiyyətlərinin sahibkarlıq təşəbbüslərini azaltdığını göstərir (Savignac, F. 2005). İqtisadiyyatda baş verən neqativ bir təsir və ya gözləntilər sahibkarlığa bir başa təsir edə bilər. Sahibkarlığın inkişafı və davamlı olması mütəmadi pul və maliyyə siyasətlərinə bağlıdır.

Innovasiya və texnologiya: Texnologiyanın inkişafı, innovasiyalar sahibkarlıq fəaliyyətində məhsuldarlığın və gəlirin artımına müsbət təsir edir. Texnologiya yetərsizliyi, yenilənmə olmadan sahibkarlıq fəaliyyətini uzun müddət daşımaq olduqca çətindir. Günü gündən yenilənən standartlara uyğunlaşmaq, istehlakçı tələblərinə daha tez və dəqiq cavab vermək sahibkarlıqda önəmlidir.

İstehlakçı tələbləri: Digər başqa bir araşdırmada İspaniya firmalarının müştərilərin istəklərini diqqətə almadan, məhsul çeşidini artırmaq məqsədi ilə yalnız məhsulun dəyişdirilməsi nəticəsində müvəffəqiyyətsizliyə doğru getdikləri görülmüşdür (Martinez ve Brizb, 2000; 171-173). İstehlakçının ehtiyacları bir

firmanın gələcək strategiyasını hazırlamasında əsas yol göstəricilərdən biri olmalıdır. Daimi müştəri əldə etmək və onun ehtiyaclarına tam cavab vermək uğurlu sahibkarlıq göstəriciləridir.

Dövlət dəstəyi: Dövlət tərəfindən sahibkarlığa yeni başlayanlara tam informasiyanın verilməsi, güzəşt və kreditlərin ayrılması, bütün proseslərin, sənədləşmənin bir mərkəzdən və sadə şəkildə aparılması vətəndaşları kiçik və orta sahibkarlığa təşviq edir.

Psixoloji amillər: Sahibkarların iş fəaliyyətinə təsir edən amillərdən bir digəri psixoloji amillərdir. Sahibkarların sahib olduqları psixologiya onların iş həyatına bir başa təsir edir. Əsas psixoloji göstəriciləri bunlardır (Ahmet Merih Özyılmaz 2016):

- Qərar verərkən şəxsi məsuliyyət almaq
- Riskli qərarlar verə bilmək
- Qərarlardan dəqiq təkliflərə nail olmaq
- Daha çox beyin gücü tələb edən işlərdə fəaliyyət göstərmək
- Pul impulslarından qaynaqlanan işləmək istəyi
- Uzaqgörənlik və baxış açısı
- İş zamanı dost və qohumluq əlaqələrində profisanallıq

Sahibkarların bu psixoloji xüsusiyyətləri; ünsiyyət qabiliyyəti, cəld qərar vermək, risk ala bilmək, qərarlılıq, ehtiyatlı olma kimi xüsusiyyətlərinin iş həyatlarında rolu böyükdür.

1.2.3. Kiçik və orta sahibkarlığın müsbət və mənfi tərəfləri

Kiçik və orta sahibkarlıq ölkədə işsizliyin azalmasına, yaşam səviyyəsinin yüksəlməsinə kömək edən əsas faktorlardan biridir. Kiçik və orta sahibkarlığın müsbət tərəflərindən elastik olması, yenilikçi olması göstərilir. İstənilən bazar şəraitinə tez uyğunlaşa bilir, bir sahədən digər sahəyə keçid etməsi mümkün və daha asandır. Kiçik olmasından dolayı rəhbər və ya idarəedici ilə iyerarxik əlaqə yoxdur, tam nəzarət altındadır. Böyük müəssisələrə nisbətən daha çevikdirlər, istənilən zərbəyə cəld cavab vermə şansları yüksəkdir. Lakin bunun yanında bir idarəedicidən aslı olduqlarına görə bəzən səhv qərar ala bilirlər, müstəqilliklərini tez itirə bilmək

kimi riskləri vardır. Mühasibat, istehsalat və maliyyə işlərindən çoxda təcrübəli olmaya bilirlər.

Kiçik və orta sahibkarlığı böyük, makro sahibkarlıqla müqayisə etdiyimizdə avantaj və dezavantajlarını görürük.

KOS-un mənfi tərəfləri:

- ◆ Satışda dalğalanma bir başa təsir edir
- ◆ Qeyri-sağlam rəqabət mühitindən tez təsirlənirlər
- ◆ Qərar almada bir idarəçidən aslıdır
- ◆ Müstəqilliyini itirmə və bağlanma kimi riskləri var
- ◆ Maliyyə baxımından lazım olan vəsaiti tapmaqda çətinlik çəkə bilirlər
- ◆ Marketingi çox zaman sadəcə satış kimi qəbul edirlər
- ◆ İdarəetmə, mühasibat və istehsalat kimi məsələlərdə yetəri qədər yaşşı deyildirlər.

KOS-un müsbət tərəfləri:

Bazarı yaxından təqib edə bilən, müştərilərin ehtiyaclarını daha yaxşı bilən və işçi heyyyəti ilə daha yaxın əlaqələr qura bilən sahibkarlar, istehsal, marketing və xidmət mövzularında böyük sahibkarlıq fəaliyyətlərindən daha çox elastikliyə sahibdirlər. Bu elastiklik, xarici ətrafda meydana gələ biləcək dəyişikliklərə yerində və zamanında uyğunlaşma təmin edə bilmə imkanı tanıdığından, bir çox böhranı daha az bir zərərlə keçirdə bilirlər.

- ❖ Elastik quruluşa və adaptasiyaya meyillidirlər
- ❖ Yenilikləri tez qavrayırlar
- ❖ İstehsalın müxtəlif bölmələri arasında boşluqları daha tez doldurmaq olur.
- ❖ Strukturları sadədir, filiallar az, idarəetmə daha asandır
- ❖ Böyük müəssisələrə lazım olan əsas vəsaitləri daha tez istehsal edirlər
- ❖ Bazarda rəqabəti gücləndirirlər
- ❖ Bölgələrarası balanslı inkişafa dəstək olurlar
- ❖ Tez qərar vermə kimi üstünlükləri vardır. Bu da onlara rəqabət fürsəti verir (Ömer Dinçer ve Yahya Fidan,1991).

1.3. Qadın sahibkarlıq

1.3.1. Kiçik və orta sahibkarlıqda qadın sahibkarlıq anlayışı

Hər kəsin baxdığı amma görə bilmədiyini görmə qabiliyyətinə sahib olan, yeni məhsullar, yeni bazarlar, yeni mənbələr və yerli istehsal üsullarıyla yeni kombinasiyalar inkişaf etdirərək, mövcud durğunluğu yıxan adam olaraq qadın sahibkarlar iqtisadi həyatın gerçək qəhrəmanlarıdır.

Sahibkar olaraq cəmiyyətdə var olmaq qadına; digər işlərlə müqayisədə daha müstəqil olmaq, düşüncələri ilə hərəkət etmək, öz işinin sahibi olmaq, özünü təsdiq etmək və gələcək hədəflərinə çatmaq üçün bir fürsətdir.

1970-ci ildən öncə sahibkarlıqda bir neçə nümunədən başqa qadın sahibkarlar haqqında danışılmırdı. 1986-cı ildən etibarən bu mövzu nəzəri olaraq araşdırılmağa başlamışdır.

Ədəbiyyatda qadın sahibkarlara müxtəlif təriflər verilməkdədir; Buttner və Moore (1997) görə qadın sahibkar, müəssisəni quran, aktiv olaraq idarəçilikdə söz sahibi olan, idarənin 50 faizinə sahib olan və ən az 1 il müxtəlif işlər təşkil edəndir. Sosyala (2010, s.74) görə evdən kənar, ticarət məqsədli bir müəssisə quran, dövlət və ya özəl şirkətlərlə əlaqə quran, tək başına və ya bir neçə işçisi olan, ortaqlıq edən, gələcəklə bağlı planlar və strategiyalar quran, müəssisənin üzərində söz sahibi olan və risk alandır. “Müstəqil iş yerinə sahib olan qadın” və ya “İş qadını” adlandırılan qadın sahibkarlar, bazar iqtisadiyyatı içində, öz işimin sahibi olan, tək başına işləyən ya da işçiləri olan, mal və xidmət istehsal edən, kredit mənbələri araşdıran, işlə əlaqəli təcili problemlərin öhdəsindən gələ bilən, yeni mühitə adaptasiya olan və öz sahəsində təcrübə qazanmağa çalışan qadın olaraq tərif edilir (Şahin, 2006). Yeni bir müəssisə qurmağa təşəbbüs edən, bununla əlaqəli riskləri, maliyyə, hüquqi və sosial məsuliyyətləri qəbul edən və bu müəssisənin gündəlik idarəedilməsindən cavabdeh olan, müəssisənin başında olan qadın olaraq tanınır (Karateke, 2006; Doğramacı, 2006). Ayrıca qadın sahibkar iqtisadi baxımdan müstəqil olmaq və şəxsi ehtiyaclarını qarşılamaq üçün çətin bir vəzifəni qəbul edən şəxslər kimi tanınırlar (Dharmendran, 2016:70).

Sahibkarlıq, tarixən həmişə bir “kişilərə xas bir sahə” olaraq görülmüşdür (Brush, 2008). Amerikalı yazar və şair Gertrude Stein'in də söylədiyi kimi, “Sahibkar, sahibkardır” və ölçüsünün, şəklinin, rənginin ya da cinsiyyətinin əhəmiyyəti olmamalıdır. Son illərdə dünyada işçilərin demoqrafik strukturunda bir çox dəyişikliklər meydana gəlmiş və bu dəyişikliklər xüsusilə qadınlara təsir etmişdir. Sənaye İnqilabına qədər qadınların vəzifələri çox diqqətə cəlb edən bir şəkildə ev və ya əl işi olaraq müəyyən edilmişdirsə, sonrakı dövrlərdə qadınların cəmiyyətdəki mövqeyində mənalı dəyişikliklər olmuşdur. Beləki, qadınlarda fəal əhəlinin bir hissəsini təşkil etməyə başlamışlardı (Milliken vd., 1998: 581).

Bütün dünyada milyonlarla qadın sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olur. Qadınların rəhbərlik etdiyi, sahibi olduğu şirkətlərin müvəffəqiyyətli olduğu və yüksək səviyyəli bir inkişaf göstərdiyi nəzərə cəlb edilir (Rosenberg, 2007:1-5).

Sahibkarlıqdan fərqli olaraq və təyin edilməsinə görə, qadın sahibkarlıq tərif edərəkən ümumi olaraq bir çərçivə çəkilir (Ecevit, 1993:20):

- Evdən kənar bir yerdə onun adına bir və ya bir neçə iş yeri olan,
- Qurmuş olduğu iş yerində tək başına və ya digər şəxslərlə çalışan
- Hər hansı məhsul və ya xidmət istehsal edib, satışını təşkil edən
- İşlə əlaqəli sahibkarlar, dövlət müəssisələri və qeyri-hökumət təşkilatları ilə əlaqələr yaradan
- İş prosesinin təşkili, planlaması, iş yerinin bağlanması və ya genişləndirilməsində birbaşa söz sahibi olan
- İşdən əldə edilən mənfəətin, qazancın, investisiya və ya istifadəsi sahələrinə dair qərar verən şəxsdir.

Qadın sahibkar, ölkə iqtisadiyyatının inkişafında iştirakı ilə, məşğulluq probleminin həll yollarını tapmaq, uşaqların təhsil səviyyəsini yüksəltmək olar və digər tərəfdən də sahibkar olmaq istəyən qadınlara gözəl bir nümunədir.

İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı (OECD) sayəsində getdikcə dünyada daha çox qadınlar iş həyatına qatılmağa başlayırsa da, sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan qadınların sayı, kişilərə nisbətən azdır. 2001 Beynəlxalq Sahibkarlıq Platforması tərəfindən 29 ölkədə aparılan araşdırmada sahibkarlığa başlayan qadın sayının

kişilərin sayının yarısına bərabər olduğu bildirilir. Buna səbəb isə qadın sahibkarların sayının və dəqiq, xüsusiyyətlərinin birbaşa qeyd edilməsində yaranan problemlər, böyük ölçüdə qadınların statistik məlumatlarının yetərsiz olduğu, kiçik xidmət sektorlarında fəaliyyətlə məşğul olmasından qaynaqlanır.

1.3.2. Kiçik və orta sahibkarlıqda qadın sahibkarlığın əhəmiyyəti

Sahibkarlıq; iqtisadi inkişaf, artım, yaşam səviyyəsinin yüksəlməsi, işsizlik problemlərinin həllinə yol açır, yeni düşüncələrin yaranmasına, yayılmasına və tətbiqinə dəstək olur, bazarda yeni sektorlar yaradır, texnologiyaların istifadəsi və innovativ məhsul və xidmətləri istehlakçıya təqdim edir. Bu gün sahibkarlıq bütün ölkələrin diqqət mərkəzindədir. Bir ölkənin iqtisadiyyatında sahibkarlıq göstəriciləri nəqədər çoxdursa o ölkənin iqtisadiyyatı və gücü bir o qədər sağlamdır. Sahibkarlıq fəaliyyətinin təkcə kişilərə məxsus bir iş kimi göstərilməsi heç də düzgün bir fikir deyildir. Hər iki cinsin nümayəndəsi bu sahədə iştirak etməlidir.

Əgər bu gün sahibkarlığın inkişafına diqqət ayrırıqsa, sahibkarlıqda qadınlarda iştirakına yol açmalıyıq. Ölkə əhalisinin yarısını təşkil edən qadınların iqtisadiyyatda iştirakı olmadan iqtisadi inkişafın sürətlənməsi mümkünsüzdür.

Cəmiyyətimizdə qadınlar çox zaman ailəsi ilə yaşayan və bütün gücünü, potensialını ailəsinə sərf edən şəxslərdir. Dolayısı ilə qadınları gücləndirmək ailəni gücləndirmək deməkdir. “Güclü ailə üçün gücləndirilmiş qadın” anlayışı cəmiyyətdə yaşanan bütün sosial problemlərin həllində təsirli rol oynayacaqdır (Kavaf, 2010:1).

Qadınlar iqtisadi və sosial həyatda önə çəkilməli, onlara dəstək olmalı və informasiya ilə təmin edilməlidirlər. İqtisadi və sosial sahələrdə fəal iştirak edən qadınlar, cəmiyyətin bir çox problemlərinin həllinə şərait yaradır. Onlar cəmiyyətdə olan global problemlərin həllinə diqqət çəkməyə qadirdirlər. Sahibkar qadınlar digər qadınlara da dəstək olur, onların iqtisadiyyatda aktiv rol almasını təmin edirlər.

Women Matter Türkiyə 2016 hesabatlarına görə qadınlar dünyada istehlakçıların 50% ni təşkil edir, bununla birlikdə bir çox sahədə isə istehlakçı qərarlarının 70% nə təsir edir. Hesabatda qadın işçilərin istehlakçı davranışları və

seçimlərində böyük rol oynadığını, qadınların işlədiyi sahələrdə “müşəri məmnuniyyəti” ni əsas götürdükəri bildirilmişdir. Ayrıca müşəri marağını artırmaq istəyən şirkətlər marketinq və müşəri xidmətləri başda olmaqla bütün departamentlərində qadın işçi faizlərinin balanslı şəkildə olması vacibdir (McKinsey&Company, 2016).

Qadınların sahibkarlıq fəaliyyətində iştirakı digər qadınlarada stimül verir, cəmiyyətdə yeni fikirlər yaradır, gələcək nəsilin yüksək səviyyədə təhsilini təmin edir. Onlar maliyyə baxımından müstəqil, öz işlərinin sahibi olmaqla birlikdə şəxsi insan kapitalı səviyyələrində yüksəldirlər ki, bu da cəmiyyətin inkişaf səviyyəsinin artmasına, yaşam səviyyəsinin yüksəlməsinə gətirib çıxarır. Bir qadın iş qurub sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olub yeni bir iş yeri yaradırsa, burada işsizliyin azalması, iş tapmaqda çətinlik çəkən (fiziki məhdudiyyətli, şəhid ailələri, ailə himayəsindən məhrum və s.) fərdlərin işlə təmin edilməsi proseslərində gün üzünə çıxır. Bir cəmiyyətdə qadın nə dərəcədə inkişaf etmiş və dünyagörüşlüdürsə həmin cəmiyyət bir o qədər öndə sayılır.

Bütün bu aspektlərdən baxıldıqda sahibkarlıq inkişafın və sosial faydanın yaranmasında təməl faktorlardan biridir (Ahmet M. Özyılmaz- Türkiyə’de Kadın Girişimciliği Ve Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma Haziran 2016).

1.3.3. Qadın sahibkarların növləri

Qadınlardan gözlənilən rollar, qadınların bu rollarla əlaqəli hiss etikləri qadın sahibkarları birbirindən fərqləndirir. Bu fərqliliklərin qadınların iş, ailə, sosial həyatlarına təsir etməsi qadın sahibkarları müxtəlif qruplara ayırır.

Qadınların ailə-iş həyatında tarazlıq yaratmaq istəkləri, onlara yüklənən rollar səbəbi ilə müxtəlif sahibkarlıq növlərini ortaya çıxardır. Ədəbiyyatlarda da bir çox yazıçı öz araşdırmaları nəticəsində müxtəlif qadın sahibkar növlərini aşkarlamışdır.

Buna görə Dorothy Perrin Moore, qadın sahibkarları ənənəvi və müasir olmaqla iki qrupa ayırmışdır: (Müslümə , Ali , M. Ali – 2006)

Ənənəvi növü; 35-45 yaşlarında, adətən evli, ölkə ortalamasının üstündə təhsil səviyyəsi olan, ilk təcrübəsi olan firmasının başında, yəqin ki, bir neçə çalışan ilə pərakəndə ticarət və ya bir xidmət sektorunda fəaliyyət göstərən, ilk işə başlama sərmayəsi öz maddi imkanlarıyla və sahib olduğu dəyərlər olan qadınlar olaraq sıralanmışdır.

Müasir növü; idarəçilik və texniki mövzularda təhsil almış olan, kişilərin sıx olduğu sahələrdə çalışan və ənənəvi qadın rollarının təsir sahəsindən daha uzaq olan qadınlar olaraq tərif edilir.

Cədvəl 3: Ənənəvi və müasir qadın sahibkarlıq

	Ənənəvi qadın sahibkar	Müasir qadın sahibkar
Yaş	35-55	25-35
İstiqamət	Ev və ailə	Kariyera
İşləmə məqsədləri	Əlavə gəlir əldə etmə	Planlarını və idealarını həyata keçirmək
Girdikləri sektor	Xidmət, pərakəndə və ticarət	Kişilərin hegemon olduğu işlər və yeni irəliləyişlər
Sərmayə	Şəxsi maddi imkanlar	Xarici maddi imkanlar
Kredit	Qeyribərabər	Bərabər kredit imkanları
Biznesin növü	Tək sahibi olan aşağı gəlir	Ortaqlıq şəklində böyümə və yüksək gəlir
Rol modellər	Əngəlləyici	Daha az əngəlləyici

Mənbə: Neclat Arat, Türkiyədə qadın girişimçilik Ankara 1993, s176.

Qadın sahibkarlığının ədəbiyyatda qəbul edildiyi bəzi növləri (Mahmut Tekin, 2002):

- Müəssisənin işləri barəsində yalnız özü söz sahibi olan qadın sahibkarlar
- Öz adına qurduğu bir və ya birdən çox iş yeri olan qadın sahibkarlar
- Bir iş yerinə ortaqlar olaraq sahibkarlıq edən qadın sahibkarlar
- Bir mal və ya xidmətin istehsal və satışını edən və yaxud təşkil edən qadın sahibkarlar
- Müəssisə ilə əlaqədar olaraq öz adına əməliyyatlar və fəaliyyətlər edən qadın sahibkarlar
- İdarəçi mövqeyində iştirak edən qadın sahibkarlar

Qadın Sahibkarlar yuxarıda qeyd edilənlərdən hər hansı birinə aid ola bilərlər. Bəzən öz evlərində belə kiçik bir işlə (əl əməyi, tikiş, toxuculuq, qida və s.) məşğul ola bilərlər. Onları evdə fəaliyyət göstərməyə məcbur edən səbəblər; ailə, uşaq,

maddi sıxıntılar, işçi tapa bilməməsi, sənədləşdirmə işlərinin qarışıqlığı və informasiya azlığı ola bilər.

Digər tərəfdən Carter və Cannon tərəfindən aparılan araşdırmada Londonda öz işinə sahib olan 60 qadın sahibkarlar üzərindən ideal beş qadın növü olduğu nəticəsinə gəlmişlər (Carter, S. & Cannon, T.1992):

- Axtarış: İqtisadi ehtiyaclarını reallaşdırmaq məqsədillə başlayanlar və çox vaxt gənc qadınlar
- İlham: Təhsil və təcrübələrini sahibkarlıqda istifadə edən təhsilli qadınlar
- Qazananlar: Yüksək kateqoriyalı qadınlardan daha yaşlı və işlə bağlı təcrübələri daha çox olan
- Geri döyənlər: Kariyerələrindəki bir fasilədən sonra öz işini quraraq təkrar iqtisadi fəaliyyətə qayıdan qadınlar
- Ənənəvilər: 45 və daha çox yaşı olub ailə biznesində fəaliyyət göstərənlər.

1.3.4. Qadınları sahibkarlığa yönləndirən faktorlar

Qadın sahibkarlıq haqqında aparılan müxtəlif araşdırmalara görə uğurlu sahibkarlıq fəaliyyəti olan qadınlar bu biznesə ikinci və üçüncü bir iş kimi başlayanlardır. Bu qadınlar şəxsi və iş həyatlarında müxtəlif təcrübələr qazanmış, 40-60 yaş arasında sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olmuşlar. Qadınları sahibkarlığa təşviq edən müxtəlif səbənlər vardır amma hər birinin daxilində yüksək səviyyəli təhsil, ailə və gəlir əsas rol oynayır (An. Sharma və Av. Sharma, 2013:63).

Məlum olduğu kimi, qadın sahibkarlar kişilərə görə fərqli problemlərlə qarşılaşmaqda və kişilərə görə fərqli davranışlar göstərməkdədirlər. Buna görə qadın sahibkarların sayının az olduğu düşünülür amma bununla birlikdə son illərdə qadın sahibkarların iqtisadiyyata edə biləcəyi təsirin əhəmiyyəti getdikcə artır və bu da qadınları öz işlərini qurmağa təşviq edir (Fuller, 2009:292).

Qadınlar artıq öz işlərinin rəhbəri olmaq, onlara verilən “evdar qadın” rolundan çıxmaq, gəlir əldə etmək, maddi baxımdan müstəqil olmaq arzularındadırlar. Bu hədəflərə çatmaq istəyi onlara sahibkarlığa ruhlandırır. Cəmiyyətdə sosial status əldə etmək, hətə tərəfdən təqdir edilmək, seçilən insan

olmaq, sosial problemlərin həllində yaxından iştirak etmək üçün sahibkarlıq bir vasitədir. Bəzən isə işsizlik, arzuladığı işi tapmamaq, ələxsusda ana olan qadınlar üçün sərbəst iş saatlarında işləmək istəyi onları bu sahəyə yönləndirir.

Qadınlar, sahibkarlığa kişi həmkarlarından fərqli səbəblərlə başlarlar. Kişilər işlərini əvvəlcə böyütmə fürsəti və mənfəət potensialı ilə qurarkən, qadınlar çox vaxt işi bacarma və müvəffəqiyyət duyğusu qazanmaq kimi şəxsi hədəflərini reallaşdırmaq üçün biznes qururlar. Bir çox qadın bəzi travmatik hadisələr səbəbiylə boşanma, hamiləlik, idarələrdə “Glass Ceiling Block” sindromu, ayrı-seçkilik, ailə üzvlərinin sağlamlığı və işsizlik kimi səbəblərlə bu işə başlarlar (Devasena, 2016:32).

Aparılan araşdırmalarda qadınların bu fəaliyyətilə məşğul olmalarının digər səbəbi kimi ailənin təsiri göstərilir. Ailənin qız övladlarına dəstək olmaları, onlara motivasiya vermək və maddi baxımdan yanlarında olmaları və ya valideyinlərinin sahibkarlıq fəaliyyətlərinə sonradan rəhbərlik etmək kimi nüanslar cəmiyyətdə qadın sahibkarlar yaradır.

Ən əsas səbəblərdən biri kimi gələcəkləri ilə əlaqəli öz qərarlarını vermək, uğur qazanmaq və ailələrini maddi sıxıntılardan qurtarmaq göstərilir. Həmçinin şəxsi kəfiyyətlərini, şəxsi kapitalını inkişaf etdirmək, sosiallaşmaq, insanlarla ünsiyyət qurmaq və dünya görüşünü artırmaq istəkləri qadınları bu sahəyə yönləndirir.

Qeyd etdiyimiz kimi müxtəlif səbəblər qadınları sahibkarlıq fəaliyyətinə istiqamətləndirə bilər. Müxtəlif tədqiqatçılar bir çox səbəblər təqdim edirlər, bu sinifləndirmələr (Meyer, 2009:23-25) Cədvəl 4 də ətraflı göstərilmişdir.

Sahibkarlığa yönləndirən müxtəlif səbəblər vardır amma hər birinin daxilində yüksək səviyyəli təhsil, ailə və gəlir əsas rol oynayır. Ədəbiyyatda, sahib olduqları yenilikçi düşüncələri həyata keçirmə istəyi, sosial statusa sahib olmaq və özünə inam, ailəyə dəstək olma istəyi, əlavə gəlir ehtiyacı, qərar vermə azadlığı və müstəqil olma istəyi, özünü təsdiq arzusu, uşaqlara yaxşı bir gələcək təmin etmək, başqalarına örnək olmaq, ailə işini davam etdirmək kimi hallar qadınları sahibkarlığa yönləndirdiyini vurğulayır.

Cədvəl 4: Qadın sahibkarları motivasiya edən faktorlar (Meyer, 2009:23-25)

Yazıcı	Qadınları sahibkarlığa motivasiya edən faktorlar
Orhan 1999	• Müstəqillik • Uğur qazanmaq istəyi • Tarazlıq • Sosial status
Buttner and Moore 1997	• Meydan oxumaq • Özünü məmnun etmək
Jalbert 2000	• Müstəqillik ehtiyacı • Kariyerada razılıq və özünü məmnun etmək • Yaradıcı olmaq • Azadlıq və nəzarət etmə istəyi
Bradley və Boles 2003	• Öz özünün rəhbəri olmaq və nəzarət etmək istəyi • Müstəqillik və azadlıq • Bilik və bacarıqlarının istifadəsi • İş elastikliyi
Winn 2004	• Özerklik və kontrol isteği • Qazanc • Özünü məmnun etmək • Tarazlıq • Sosial status
Heilman və Chen 2003	• Uzun və elastik olmayan iş saatları • Aşağı əməkhaqqı • Hörmətsizlik və pis davranışlar • Stresli iş şəraiti • Nəzarət elastikliyi • Elastiklik
Mallon və Cohen 2001	• Azadlıq • Sərbəstlik • Özünü tanımaq istəyi • Tanınma istəyi • İnkişaf etmək fürsəti
Maas və Herington 2006	• Dövlət siyasəti • Rol modellərin çox olması • Kişi sahibkarlara qarşı rəqabət • Digər qadın sahibkarlara yol açmaq • Maliyyə baxımından müstəqil olmaq • İş elastikliyi • İnsanlarla işləmək və təcrübə qazanmaq istəyi • Öz potensialını kəşf etmək
Lebakeng 2008	• Müstəqil və elastik işləmək • Maaşlı işdən məmnun olmamaq • Sosial status • Rol modellərin təsiri • Ailə büdcəsinin azlığı
Kock 2008	• Meydan oxuma ehtiyacı və özünü məmnun etmək • Təqdim etdiyi məhsul və ya xidmətə güvənmək

Qadınlar onlara illərlə yüklənən rollardan, çərçivələrdən çıxmağa və evdən kənar hər hansı biri işi qurmaq, yaratmaq nəliyyəti əldə etmək məqsədi ilə sahibkarlığa qatılırlar. Bəzən isə işsizlik, arzuladığı işi tapmamaq, ələxsusda ana olan qadınlar üçün sərbəst iş saatlarında işləmək onları bu sahəyə təşviq edir.

1.3.5. Qadın sahibkarların qarşılaşdığı problemlər

Bir qadın sahibkarın iş həyatı boyunca qarşılaşdığı ən böyük problem elə qadın olmasıdır. Qadınlar iş qurarkən, sahibkarlıq fəaliyyətinə başlarkən bir çox problemlərlə qarşılaşırlar. Kişilərdən fərqli olaraq cəmiyyətin idarəedici, rəhbər kimi vəzifələrdə qadınları çox zaman qəbul etməməklə onların fəaliyyəti məhdudlaşdırılır. Son zamanlar fikirlər dəyişsə də hələ də qadınları tam olaraq idarəedici, lider mövqeyində görməkdə çətinlik çəkirik.

Qadın sahibkarlar, sahibkarlıq fəaliyyəti boyunca qarşılarına çıxan əngəl və çətinliklərlə olduqca sıx bir şəkildə qarşılaşırlar (Davis, 2011) və kişilərə nəzərən risklərdən daha çox təsirlənirlər. Dünya Bankının (2003) məlumatlarına görə qadın sahibkar üzərində bu faktorların təsiri böyükdür: sahibkarlıq, idarəçilik və bazar məlumatlarının azlığı, maliyyə resurslarının əlçatan olmaması, xarici bazarlarda qeyri-rəsmi sektorun rəqabəti, ayrı-seçkiliklər, müəllif hüquqlarının qorunmaması və müxtəlif mədəniyyətlər (Mwangi, 2012:17).

Son vaxtlarda iş dünyasına qatılmağa olan qadınların sayı artır və qadınların bir çoxu maddi maneələrlə üz-üzə qalırlar. Bir çox maneəyə baxmayaraq qadınlar müvəffəqiyyətli olmaq üçün güclü bir dözümlülük göstəririlər. Qadınlar ailələrinin məhdudiyyətlərinə baxmayaraq gəlir gətirən fəaliyyətlərlə özlərini güclü sahibkarlar olaraq sübut edirlər (Vethirajan ve Muthukumaresan, 2016:6).

Sahibkar olmaq istəyən qadınlar hər zaman ailələri tərəfindən dəstəklənmir. Sahibkarlıq qadınlara aid olmayan iş kimi qələmə verilir və sahibkarlıqda kişilər qadınlara nisbətən çoxluq təşkil edir.

Bəzi ölkələrdə isə nəinki sahibkarlıq hətta təhsil almaq mövzusunda belə qadınlara məhdudiyyətlər qoyulur. Bu məhdudiyyətlər rəsmi, qanuni şəkildə olmasa

da cəmiyyətdə formalaşan fikir, münasibətlər qadınlarda demotivasiya, ruh düşkünlüyü, özünə inamsızlıq yaradır.

Qadınların ifadə etdiklərinə görə iş qurma mərhələsində yaşadıkları problemlər:

pul tapmaq, iş yeri axtarış və icarəsi, mal təmini, təchizat və vəsait təmini, rəsmi təşkilatlarla olan əlaqələr, təcrübəsizlik, tək başına olma, işi lazımınca təşkil edə bilməmə, cəmiyyətin iş qadınına öyrəşməməsi kimi göstərilir.

İşyeri qurulduqdan sonrakı problemlər: müştəri ilə əlaqə qura bilməmə, iş mövzusunda məlumatlılıq, müştərilərin az olması, bazara uyğunlaşa bilməmək, pul problemi, yalnız və qadın olması, özünü qəbul etdirə bilməmək, personal təmini, bazardakı qeyri-sabitlik, ödənişlər və sənədləşmələrdir. Qadınlar arasında daha çox vurğulanan mövcud problemlər isə müştəriləri çatışmazlığı, dövlət qurumları, ixtisaslı işçi tapa bilməmə, ucuz xammal təmini, keyfiyyətli xammal-mal təmini, infilyasiya (Çelebi, 1993:39-40).

Bütün bu problemləri başlıqlar şəklində verərək;

Təhsil və təcrübə əksikliyi: Sahibkarlıqla məşğul olmaq, bazarın tələblərinə cavab vermək güclü rəqiblərlə mübarizə aparmaq üçün təhsil və təcrübəyə ehtiyac var. Təcrübəli qadınların sahibkarlıq fəaliyyətlərində daha bacarıqlı olduqları araşdırılmalarda göstərilmişdir. Yaxşı təhsil almış qadın digər sahibkarlardan bir addım öndədi. Təhsilinə güvənən bir çox qadın biznesə digərlərindən daha cəsarətli yanaşır.

Maliyyə azlığı: İşə başlamaq üçün lazım olan sərmayənin təmin edilə bilməməsi, maliyyə vəsaitlərinin yetərsizliyi qadınlarda ruh düşkünlüyü, hədəflədikləri işi qura bilməmələrinə gətirib çıxarır. Bir yandan maddi sıxıntılardan qurtulmaq üçün sahibkarlığa başlamaq istəyən qadın, digər yandan əlindəki sərmayənidə itirəcəyi qorxusu ilə sahibkarlıq fəaliyyətindən imtina edir.

Sosial məsuliyyətlər: Günümüzdə hələ də cəmiyyətdə qadınlara yalnız ev işlərində ailədə bacarıqlı olacaqları aşılır, digər işlərdə uğurlu olmayacaqlarına inandırılırlar. Onlar bəzən sahibkarlıqla məşğul olduqları təqdirdə digər vəzifələrini

layiqincə yerinə yetitirməyəcəklərinə, ev-ailə, məişət qayğılarına zaman ayıra bilməyəcəkləri düşüncələrilə sahibkarlıqdan imtina edirlər.

Ailə üzvlərinin dəstək olmaması: Bəzi ailələr qız övladlarının sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmasına müsbət bir hal kimi baxmır onları digər sahələrə yönləndirirlər. Ailədən dəstək görməyən qadınlar da sahibkarlıqdan çəkinir və ya işi natamam qoyurlar. Ailənin dəstək olmaması qadınlarda çox zaman ruh düşgünlüyü yaradır və onlar dəstək görmədikləri təqdirdə daha çox özlərini tək hiss edirlər, işin uğursuz olacağı düşüncəsinə inanırlar.

Glass Ceiling Block (Şüşə tavan): Qadınların iş həyatında qarşılaşdıqları çətinlikləri araşdırarkən “glass ceiling blok” terminini görməmək mümkünsüzdü. Bu elə bir haldır ki, eyni ixtisasa və təcrübəyə sahib olub, eyni işləri gördüyü halda sırf cinsi ayrışçılıq olaraq qadınlara daha az əmək haqqı verilməsi və ya iş həyatında tutduğu mövqeydən bir pillə üstün mövqeyə addım atabiləcəyi halda, qazandığı bilik və bacarıqlarının gözərdi edilməsi kimi halların yaşanmasına deyilir. Müasir dövrümüzdə bir çox qadın “glass ceiling blok”la üzüzə qalır, haqq etdiyi nəticəni uğuru əldə edə bilmir. Bu cür hallar sənəd üzərində göstərilməsədə bəzi dövlətlərdə, idarələrdə və sektorlarda bu halların yaşanması qaçınılmazdır (Anafarta vd., 2008).

Digər tərəfdən Watkins və Watkins'in (1984) etmiş olduqları araşdırmada, kişilərin sahibkarlıq ilə əlaqədar təməllərinin və keçmiş təcrübələrinin qadınlardan daha çox olduğu, qadın sahibkarların ümumiyyətlə müəssisələrin quruluşunda bəri hazırlıqlı ola bilmədikləri və bu səbəblərlə də kişilərə nəzərən daha çox risk almaq məcburiyyətində qaldıqları nəticəsinə gəlmişlər (Kutaniş, 2003: 60). Minniti və Arenius (2003) 37 ölkədə apardıqları qadın sahibkarlar tədqiqatında sahibkarlığa təsir edən amillər sırasıyla; demoqrafik mühit və ailə quruluşu, savad və təhsil, sosial-iqtisadi mühit, əmək və məşğulluq, iqtisadi inkişaf, cinsiyyət və təşkilatı formalar olaraq bölgü aparmışdır. Cooper və Artz (1995) maliyyə təhlükəsizliklərini təmin etməklə birlikdə, həm ev həm də iş həyatlarını tarazlaya bilməyəcəklərini; Buttner və Rosen (1988) müəyyən sahələrdə fəaliyyət göstərə biləcəklərini və bank kreditlərində çətinliklər çəkə biləcəklərini öz araşdırmalarında tədqiq etmişlər.

II FƏSİL. KİÇİK VƏ ORTA SAHİBKARLIQDA QADIN SAHİBKARLIĞININ ROLU VƏ DÜNYA TƏCRÜBƏSİ

2.1. Kiçik və orta sahibkarlıqda qadın sahibkarlığı Avropada

Dünyada qadınların işgücünə qatılması XVIII əsrin ilk yarısında İngiltərədə reallaşan və dünyaya yayılan sənaye inqilabı ilə başlamışdır (Altun 2008: 2). Minlərlə qadının iş həyatına qatılmasıyla birlikdə Sənaye İnqilabının sıx bir şəkildə yaşandığı İngiltərədə və Amerika Birləşmiş Ştatlarında qadınların tətıl, çıxışlar və etiraz kimi vasitələri istifadə edərək dərin mübarizələr verdiyini görürük.

Avropada qadınlar əhalinin 52%-ni təşkil etməsinə baxmayaraq, öz işlərini quran qadınların sayı 34,4%-dir və start-up təşəbbüsündə iştirak edənlərin 30% qadınlardan ibarətdir. Bu səbəblə, qadın sahibkarlığının inkişaf etdirilməsi önəmli məsələlərdən sayılır. Cosme Proqramı, qadınları cəsarətləndirmək və öz işlərini quraraq həm ailə büdcəsinin artırılması, həm də ölkə iqtisadiyyatında iştirak etmələrini təmin etmək məqsədi ilə qadın sahibkarlara xüsusi diqqət ayırır.

Almaniyada qadınlar 1990-cı ildən bu yana qurulan şirkətlərin üçdə birində sahibkar olaraq iştirak edərək, 1 milyon adamın üzərində əlavə məşğulluq yaradarkən, Macarıstanda isə eyni dövrdə qurulan iş yerlərinin 40% -ni qadınlar yaratmışlar. Polşada isə qadınlar bütün müəssisələrin 38% nə sahibdirlər. Ümumilikdə Avropa Birliyində sahibkarlıq cəhdlərinin üçdə biri qadınlar tərəfindən həyata keçirilir (Susanne 2000: 10)

Digər inkişaf etmiş ölkələrə baxdığımızda;

İsveçrədə ümumi sahibkarlığın 28%-i, Fransada ümumi sahibkarlığın 25%-i, Norveçdə ümumi sahibkarlığın 29%-i, Almaniyada ümumi sahibkarlığın 25% -i və Hollandiyada ümumi sahibkarlığın 20% -ini qadınlar təşkil edir (Liman 1993: 56)

Avropa ölkələrində maliyyə xidmətləri sektoru istisna olmaqla yaradılan 7.095 trilyon avroluq istehsalın 56,8 %-i KOS müəssisələrinin payına düşür. Avropa Komissiyasının açıqladığı standartlara görə kiçik və orta sahibkarlıqlar aşağıdakı göstərilən şəkildə təsnifləşdirilir.

Cədvəl 5: Avropa Komissiyasının aşığıladığı sahibkarlıq meyyarları

	Mikro	Kiçik	Orta	KOS	Böyük	Cəmi
Müəssisələrin sayı						
Sayı ilə (min)	22.232	1.392	225	23.849	45	23.894
Ümumi müəssisə sayısı içindəki pay (%)	93	5.8	0.9	99.8	0.2	100
İşçi sayı						
Sayı ilə (min)	41.669	27.982	23.398	93.049	46.665	139.7141
Ümumi məşğulluq içindəki pay (%)	29.8	20	16.7	66.6	33.4	100
İstehsal Həcmi						
Avro (trilyon)	1.482	1.260	1.288	4.030	3.065	7.095
Ümumi istehsal içindəki pay (%)	20.9	17.8	18.2	56.8	43.2	100

Mənbə: www.europa.eu

Avropa Birliyinə daxil olan ölkələrindəki sahibkarlığın 30 faizini təşkil edən qadınların 87,4 faizində 1-9; 10,1 faizində 10 və 49; 2% faizində 50-dən 249-a qədər; 0.5 faizi isə 250 və daha artıq işçisi var (Bakırcı, 2011:207-208). Texnologiyanın inkişaf etdiyi sektorlardakı qadın sahibkarların faiz nisbəti 5% ilə 15% arasındadır (Avrupa Birliyi Komissiyası, 2008:3).

Cədvəl 6 da göstərilirdi ki Avropa Birliyinə üzv olan və olmayan ölkələrdə qadınların iş qurmaqlarının arxasındakı səbəblər araşdırıldığında müstəqillik axtarışı və qazanc ehtiyacı ən əsas faktorlar olaraq gözə çarpır.

Polşada 35%, Ukraynada 19%, Litvada 25% qadın işsizlik səbəbilə sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olduğunu bildirib. 70% (Polşa), 80% (Ukrayna), 69% (Litva) qadın isə sadəcə biznes məqsədli sahibkarlığa başladıklarını bildirmişlər.

Cədvəl 6: Polşa, Ukrayna və Litvadakı Qadın sahibkarların iş qurmalarının ardında yatan amillər (%)

Faktorlar	Polşa	Ukrayna	Litva
Müstəqillik əldə etmə	90	79	87
Qazanc əldə etmə	83	84	46
Sahibkarlıq fəaliyyəti	70	80	69
Əvvəlki işlərdən gələn qazanılanc təcrübəsi	62	73	64
Pul qazanmaq üçün kifayət qədər imkanlar	56	73	44
Ailədən gələn dəyərlər	49	68	23
Risk almaq	46	66	60
Əldə edilmiş peşə	43	70	63
Həyat yoldaşna və ya tərəfmüqavilinə özünü sübut etmə ehtiyacı	40	33	40
Ailədən nümunə götürmə	35	60	29
İşsizlik	35	19	25
Ailəvi və ya sosial təzyiq	30	47	48
Qənaətlərin azalması	21	16	27

Mənbə: Lisowska, 2002'den aktaran Smith-Hunter, 2006:196.

Bəzi Avropa Birliyinə üzv olan ölkələrdə qadın sahibkarlar irəli səviyyədə imkanlara sahib olduqlarından çox yaxşı vəziyyətdədir və bunu dəstəkləyən bəzi məlumatlar belədir:

- 2004-cü ildə Almaniyada qadın sahibkarlar üçün xüsusi bir təşkilat quruldu və qadın sahibkarların göstəriciləri 28% təşkil edir (OECD, 2006: 234).
- Hollandiya sahibkarlar arasında qadınların nisbəti 30% təşkil edir (OECD,2006:288).
- Finlandiyada qadın sahibkarların 35%-i kənd təsərrüfatı, 16%-i ictimai xidmət sektoru və 13% isə ticarət sektorunda fəaliyyət göstərir, hətta SIPA layhəsi çərçivəsində açılan Qadın Biznes Məktəbində verilən təhsil və təlimlə işləyən qadınların doğum, xəstəlik və digər səbəblərə bağlı olaraq işlərindən ayrılmaları hallarında müvəqqəti olaraq əvəzedici qadınlar yetişdirilir (Avrupa Komissiyası, 2008:37-39).
- Belçikada qadın sahibkarların 95%-i həyat yoldaşı ilə və ya bir başqa ortaqla birlikdə fəaliyyət göstərirlər (OECD, 2006:190).
- İrlandiyada qurulan Qadın Təşəbbüsü (WIB) ilə qadın sahibkarlara yaxşı fərsətlər təqdim edir (OECD, 2006:252).

- İsveç İş İnkişafetdirmə Agentliyi (NUTEK) tərəfindən 1992-ci ildə qadın sahibkarlığını artırmaq və inkişaf etdirmək üzrə aparılan araşdırmalar nəticəsində vacib qərarlar alınmış, qadın sahibkarlığının təşviq edilməsi və artırılması hədəflənmişdir (Martilla, 2013:128-129).
- Macarıstanda bizneslərin üçdə birinin qadın sahibkarlara aid olduğu bildirilir. Moldovada isə qadın sahibkarların rəhbərlik etdiyi şirkətlərin sayı ölkədəki bütün şirkətlərin yarısına bərabərdir (Smith-Hunter, 2006:197).

“Global Entrepreneurship Monitor” (GEM) 2010-ci ildə 59 ölkədən ibarət aparılan sorğusuna əsasən, qadın sahibkarlar üçün məsləhət alabiləcəyi, ortaqlıq qura biləcəyi, maliyyə problemləri həll etmək, ixtisaslı işçi ehtiyaclarını təmin etmək, idarəetməyə çatabiləcəyi və dəyər zənciri münasibətlər yarada biləcəyi bir mühit təmin edəcək olan “əlaqə şəbəkəsi” son dərəcə vacibdir (Kelley vd 2010:29). Cədvəl 7 da göründüyü kimi qadın sahibkarlar əlaqə şəbəkəsi inkişaf etmiş ölkələrdə yaxşı bir səviyyədə olarkən əlaqə şəbəkəsinə sahib olmayan ölkələrdə vəziyyət elədə ürəkəçən olmasada inkişaf istiqamətlidir.

Cədvəl 7: Qadın sahibkarlar üçün əlaqə şəbəkəsi

Problemlərə istiqamətlənmiş	Dəstəkləmə proqramı	Bölgəsəl proqramlar	Təlim və təcrübə
Məlumat günləri üçün kampaniya (Almaniya)	Məlumat və bacarıqlar qazanmaq üçün dəstək (İsveç, Almaniya)	Vasitəçilər üçün proqramlar (Almaniya)	Standart yetərlik sxemləri (Almaniya, Estoniya və Belçika)
Qadın sahibkarlar üçün məsləhət xidməti (Almaniya)	Mikro və alternativ maliyyə üçün dəstək (İngiltərə, nPolşa, Almaniya və Estoniya)	Online virtual proqramlar (Almaniya və Estoniya)	Mentorluq (Almaniya)
Qadın sahibkarları ön sırada tutaraq nümunə olmalarını təmin etmək (İsveç)	Qadın İnsan Resursları Mərkəzləri (İsveç)	Qadın sahibkarlar üçün əlaqə və sosial proqramlar (İngiltərə)	
Mükafatlar (Belçika, İrlandiya və Polşa)			

Mənbə: Puechner ve Diegelmann, 2007:191.

Eurobarometerin 2007-ci ildə apardığı araşdırmaya görə qadınların 39%-i, kişilərsə 50% i sahibkar olmaq istədiyini ifadə edərkən qadınların 66% ilə kişilərin 57% i indiyə qədər bir iş yeri açmaq istəyi duymadıqlarını ifadə etmişlər. Qadınlar bu istəksizliklərinin səbəblərini əldə edəcəkləri gəlirin davamlı olabiləcəyinin qeyrimüəyyənliyi və iş saatlarının uzun olması olaraq izah etmiş; öz işlərini qurmanın sosial təhlükəsizlik baxımından risk daşdığına inandıqlarını bildirmişlər (AB Komisyonu, 2008:28-29). Ayrıca Avropa Patent Ofisinin (EPO) məlumatlarına görə kişilərin patent müraciətləri 91,7% olarkən, qadınların müraciəti sadəcə 8,3 % qalmaqdadır və bu qadınların 22,7% i əczazçılıq, 22,2% i biotexnologiyası və 2,5% i də mexanik və elektronika sahələrinə aiddir (AB Komisyonu 2008:31).

İngiltərədə 1980-ci ildən bu yana, öz qurduğu işində çalışan qadınların sayında, eyni vəziyyətdəki kişilərə nisbətən üç qat daha yüksək bir artım görülmüşdür (Liman 1993: 55). İngiltərədə qadın sahibkarlarla əlaqədar aparılan araşdırmalara görə, qadın sahibkarların təcrübə və təhsil vəziyyətləri kişilərə görə əhəmiyyətli ölçüdə fərqlidir. Kişilər iş təcrübələrinə uyğun olaraq öz işlərini qururlar. Qadınların ümumiyyətlə ənənəvi qadın rolu ilə əlaqəli iş təcrübələrinə sahib olmaları, iş qurma mərhələsindəki sektor seçimlərinə təsir edərək onları, bu rola uyğun sektorlarda iş qurmağa yönəldirlər. Ənənəvi olmayan sahələrə daxil olduqda isə, çox daha çox risk alırlar (Koç, 2005: 50). İngiltərədə 1991-1995-ci illər arasında kişilərin sərbəst iş qurması, qadınlar tərəfindən qurulan işlərdən üç dəfə artıq olmuşdur (Cowling and Taylor 2001).

2018-ci ildə qadın sahibkarlara dəstək məqsədli “Angel Academe and VC firm Voulez Capital” fondu 500 min və 2 milyon sterlin məbləğində qadın sahibkarlara sərmayə ayırdı.

2008-2011-ci illər arasında qadınlar yeni sərbəst iş sahibi olanların 80% ni təşkil edir (ONS, 2013). İngiltərədə qadınların 10% yeni bir iş qurmağı düşünür (Government Equalities Office, 2008). Qadınlar kişilərin sahibkarlıq üçün ayırdıqları maliyyənin üçdə biri ilə işə başlayırlar. Qadınlar kişilərə nisbətən 5 dəfə artıq ailə səbəblərini sahibkarlığa motivasiya olaraq göstəririlər (ONS, 2009).

Danimarkada qadınların yeni bir iş qurmaq faizləri 30%, öz məşğulluq səviyyələri isə 25% çatır (Neergaard, 2006). Finlandiyada isə bütün qadınların 33 % i sahibkarlıq fəaliyyətilə özünü işlə təmin edir (Kovalainen ve Arenius, 2006).

Türkiyədə də dünyada olduğu kimi qadınlar sahibkarlıq mövzusunda müxtəlif səbəblərlə kişilərə nisbətən dezavantajlıdır. Ölkədə qadınların sahibkarlıq mövzusu ətraflı olaraq ilk dəfə 1992-ci ilin oktyabr ayında İstanbulda edilən bir simpoziumda cəmiyyətin və xüsusilə də qadınların gündəminə girib diqqət çəkmişdir (Ahmet Merih Özyılmaz 2016).

Türkiyə də qadınları sahibkarlığa yönləndirmək, itisadiyyatda iştirakını təmin etmək məqsədilə bir çox təşkilat və fondlar fəaliyyət göstərir.

Qadın Əmək Müdafiəsi Fondu (Kadın Eməğini Değerlendirme Vakfı): 1986-cı ildə az gəlirli qadınların yaşam səviyyələrini və iqtisadi vəziyyətlərini yaxşılaşmağa dəstək olmaq və yerli inkişafda liderliklərini gücləndirmək məqsədilə qurulmuş, mənfəət güdməyən qeyri-hökumət təşkilatıdır. 29.01.2001-ci il tarixli, 2001-2009 sayılı “Bakanlar Kurulu” qərarı ilə “ cəmiyyətin mənfəəti” statusunu almışdır. Bu fond evdar xanımlara, uşaqly qadınlara öz işini qurmaq, iş həyatına qatılmaq barədə maarifləndirici təlimlər keçirilir.

Qadın Sahibkarları Dəstəkləmə Dərnəyi (Kadın Girişimcileri Destekleme Derneği): Bu dərnək 2002-ci ildə 37 qadın sahibkar tərəfindən ölkə miqyasında fəaliyyət göstərən və mənfəət məqsədi güdməyən bir təşkilat kimi qələmə verilir. 305 üzvi vardır, sahibkarlıq və liderlik mövzusunda iclas və seminarlar keçirdərək qadın sahibkarların sayını artırmaqla məşğul olur.

Peşə Təhsil və Kiçik Sənaye Kompleksi Fondu (Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayi Tesisi Vakfı): Bu fond xüsusi hüquq qaydalarına görə 1985-ci ildə qurulmuş, cəmiyyətə yararlı bir təşkilatdır. 20 ildən artıqdır ki 50 000 dən çox uşaq, gənc və xüsusi təbəqə (qadınlar, kimsəsiz uşaqlar, əvvəlki məhkumlar) daxil olmaqla, peşə xidməti təlimləri təşkil edir. Daha çox qadınlara xitab edən proqramlar həyata keçirərək onları iş həyatına qaytarmağa, maddi müstəqil olmağa təşviq edir.

Dünya Bankının “Sahibkarlıq Araşdırması” na görə Türkiyədə kəskin və cari rəqəmlər bilinməməklə bərabər şirkət sahibi qadınlar sadəcə 25,4 % bir yer tutur.

Qadınların rəhbərlik etdiyi şirkətlər isə 0,3% dir, şirkətlərin sadəcə 5,4% ində bir qadın yüksək məqamlı bir idarəedici kimi fəaliyyət göstərir. Crunchbase'in 2017-ci ilin aprel ayında nəşr etdiyi hesabatı görə bütün dünyada start-up ekosisteminde qadın sahibkarların nisbəti 17% ətrafındadır. Start-up cəhdlərini izləyib nəzarət edən "startups.watch" məlumatlarına görə də Türkiyədə təşəbbüs ekosisteminde qadın sahibkarların nisbəti 15 % dir. Başqa sözlə, qadınların təşəbbüslərini dəstəkləmək və qadınların biznes həyatında qərar qəbul mexanizmlərində kişilərlə bərabər təsir göstərməsi baxımından Türkiyə və global sahədə böyük bir çətinlik var.

Türkiyədə aparılan araşdırmalara görə sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan qadınların yarısından çoxunun ticarətlə məşğul olduğu, 30-39 yaş aralığında, təxminən yarısının da sadəcə orta təhsilli və şəhər əhalisi olduğu nəticələri əldə edilmişdir (Demir, www.anahtar.gov.tr, 10.07.2017).

Türkiyə də iş gücü hesabatlarına görə qadınlar kişilərdən çox geridədir belə ki, TÜİK 2015 məlumatlarına görə sahibkar kimi işə götürən olaraq kişilərin sayı 92% olarkən, qadınların sayı yalnız 8 % göstərir (Koparan ve Kahraman, 2016:40). 2016-cı ildə ümumi məşğulluq içində sahibkar olaraq işləyənlərin payı 4,6 % olduğu halda qadınların payı 9% olduğu görünür. Sahibi qadın olan fərdi mülkiyyət işəgötürən şəxs qismində təşəbbüslərin faizi 2016-cı ildə 18,7% olarkən, hüquqi vəziyyəti fərdi mülkiyyət və sahibi qadın olan işəgötürən sahibkarların faizi illər etibarilə artma meyli göstərmişdir.

Ümumilikdə götürdükdə sahibkarlığa təşəbbüsün ən yüksək olduğu ölkələr Uqanda və Banqladeşdədir. İnkişaf etməkdə olan bu ölkələrdə qadınlar işsizlik səbəbilə öz işlərini qurmaq məcburiyyətində qalırlar. Materncard 54 ölkəni əhatə edən 2017-ci il hesabatına görə Uqanda da sahibkarlıq təşəbbüsü yüksək olsada qadınların qarşısında bariyerlər yüksəkdir. Burada qadın iş sahibləri 34,8 % təşkil edir. Banqladeşdə isə qadın sahibkarlar 31,6% payı təşkil edir. Burada qadınların iş həyatında olması yoxsulluğun azaldılması üçün çox vacib məsələlərdəndir lakin cəmiyyətdə qadınlara qarşı sosial təzyiqlər hələdə onlara maneələr yaradır. Çin, Botsvana və Viyetnam qadın biznes faizlərinin yüksək olduğu ölkələrdəndir.

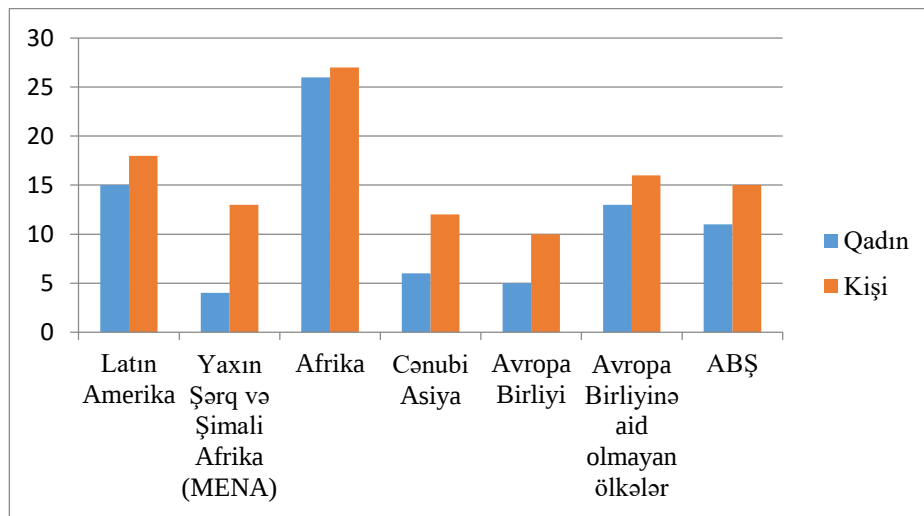
Qadınlara ən böyük dəstək təmin edən ölkələr isə Yeni Zenlandiya, ABŞ və Kanadadır.

2.2. Kiçik və orta sahibkarlıqda qadın sahibkarlığı Asiyada

Yaponiyada fəal olan xüsusi sektor müəssisələrinin 23% qadınlar tərəfindən qurulmuşdur, Rusiyada isə 10 adam və daha artıq çalışdığı şirkətlərin 65 % in sahibləri qadınlardır.

Honq Konqda aparılan araşdırmada valideynlərin sahibkar olmasının qadınların sahibkarlıq ruhuna müsbət təsir etdiyi və çox qadın sahibkarın valideyinin də sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olduğu müəyyənənmişdir (Pue Ho Chu, 2004:172). Araşdırma məlumatlarına görə inkişaf etmiş ölkələrə nisbətən Asiya və Latin Amerikada qadınlar daha çox sahibkarlığa meyillidirlər, bunun arxasında maddi ehtiyac və yoxsulluq durur.

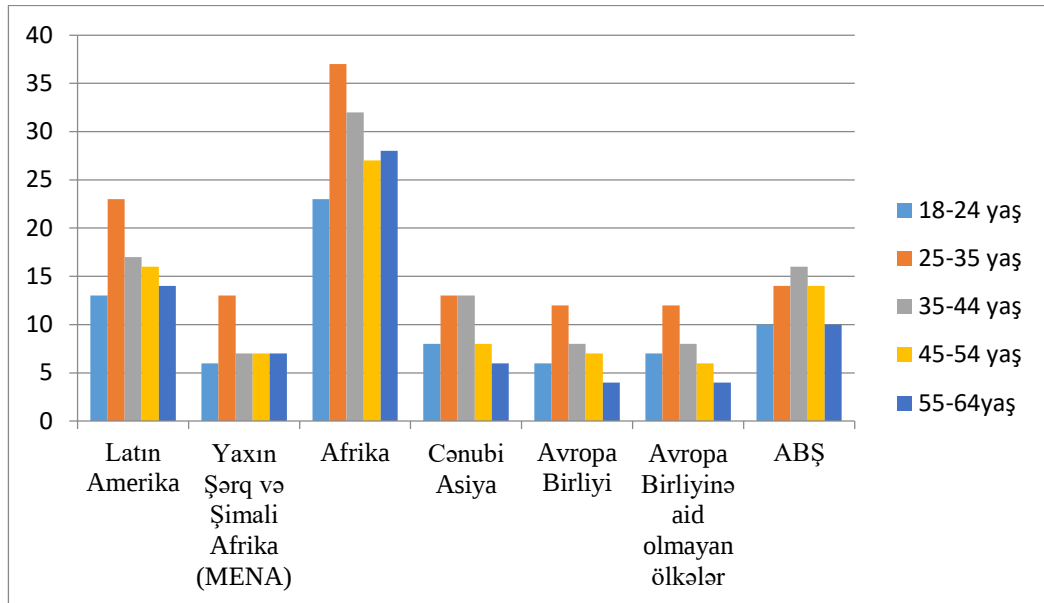
Qrafik 1: Ümumi sahibkarlıq faizləri



Mənbə: Xavier Vd., 2012, s. 29

Qrafik 1 də MENA bölgəsi ilə Avropa Birliyindəki qadın sahibkarlarla kişi sahibkarlar arasında önəmli fərq nəzərə çarpır. Yene də GEM in apardığı araşdırmanın nəticələrinə görə qadınların qurduqları sahibkarlıq fəaliyyətlərini davam etdirməmə və ya tamamı ilə dayandırmaq faizləri kişilərə nisbətən aşağıdır (Kelley vd., 2010:32).

Qrafik 2: Qadın sahibkarların yaş ortalaması



Mənbə: Xavier 2012 s 30

Qrafik 2 də göstərildiyi kimi GEM 2010-cu ilində 59 ölkə iqtisadiyyatına əsaslanaraq apardığı araşdırmada çoxunun yaş aralığı 25-34 arasına düşən kimi geri qalan bir qismində 35-44 yaş arasındadır (Kelley vd., 2010:26). İnkişaf etmiş ölkələrdə qadın sahibkarların sayı, az inkişaf etmiş ölkələrdə isə gənc qadın sahibkarların faizləri yüksəkdir.

Bəzi ölkələrdə və qurumlar qadın sahibkarlığını təşviq etmək üçün cəmiyyətdə maraq yaradacaq proqramlar təşkil edirlər

- **İran:** Təşkil edilən seminar, forum və proqramlarda müvəffəqiyyətli sahibkarlar mükafat verir.
- **Braziliya:** Təhsil, məsləhət və dəstək mexanizmlərinin yanında Sebra İş Qadın Mükafatları tərtib edir.
- **Malayziya:** Aşağı gəlirli qadınlara təhsil və məsləhət xidməti vermək məqsədiylə qurulmuş olan HSBC-NAWEM kanalıyla tutum və qabiliyyət inşa proqramı həyata keçirilir.
- **İrlandiya Respublikası:** Müvəffəqiyyətli qadın sahibkarlardan ibarət bir qrup hər ay dəyirmi masa görüşləri təşkil edir.
- **Goldman Sachs 10000 Qadın Proqramı:** Dünyanın hər yerində qadın sahibkarlara sertifikat və məsləhət xidmətləri verir. Ayrıca məzuniyyət

sonrası təşkil etdiyi məsləhət proqramlarıyla da qadınları iş dünyası və idarəçilik mövzusunda məlumatlandırır.

Mastercard Qadın Sahibkarlar indeksi hesabatı (2018), Asiya Pasifik, Orta Şərq və Afrika, Şimali Amerika, Latin Amerika və Avropa olmaq üzrə 5 qitədə, 57 ölkədə qadın sahibkarların qeyd etdiyi inkişaf və müvəffəqiyyətləri araşdırma altına alır. Hesabatla görə cəmiyyətdə cinsiyyət bərabərsizliyi yalnız inkişaf etməkdə olan ölkələrdə deyil, inkişaf etmiş ölkələrdə də diqqət çəkici bir səviyyədə qadın sahibkarlığının önünə keçilməz sədlər çəkdiyi bir həqiqət vardır. İqtisadi həyata qatılmaq, maliyyə və təhsil xidmətlərinə giriş, müvəffəqiyyət istəyi və yüksək idarəçilik keyfiyyəti qadın sahibkarları uğura apararkən, özünə inamsızlıq, ictimai və mədəni baxımdan qəbul edilməmə, məhdudlaşdırıcı qanuni tənzimləmələr və iş həyatına bir addım geri qatılmaq qadın sahibkarları demotivasiya edən faktorlar olaraq qarşımıza çıxır. Belə ki qadınlar, iş qurmadan işlərini böyütməyə qədər bu fikirlərlə mübarizə aparmaq məcburiyyətindədirlər

Mastercardın Sahibkar Qadınlar İndeksi:

Mastercardın Sahibkar Qadınlar İndeksinin ən əhəmiyyətli tərəfi bəlkə də uyğun şərtlər təqdim edildiyində "fərsətlərin" qadınları sahibkarlığa sövq edərkən, imkanların var olmadığı ölkələrdə qadınların "öhdəlik" səbəbiylə sahibkarlığa yönəldiyini ortaya qoymasıdır. 2018-ci il hesabatlarına görə qadın sahibkarlığın yüksək olduğu ölkələr: birinci yer Yeni Zenlandiya, ikinci yer İsveç və üçüncü yer də Kanada durur. İnkişaf etmiş ölkələrdəki sahibkar qadınlar, inkişaf etməkdə olan ölkələrdəki sahibkar qadınlar ilə müqayisədə kapital, maliyyə xidmətlərə daxil və akademik proqramlar baxımından daha çox mənbə və fərsətə sahibdirlər. Bu üstünlüklərə baxmayaraq araşdırmalar inkişaf etmiş ölkələrdə belə qadın sahibkarın kişilərə nisbətən daha çox çətinliklərlə qarşılaşdığı görülür. Hesabatlar göstərir ki, qadın sahibkarlığının inkişafı bazarın inkişafı ilə bağlı deyil belə ki, İnkişaf etməkdə olan Qana, Uqanda və Vyetnam kimi ölkələrdə qadın sahibkarların faiz göstəriciləri inkişaf etmiş ölkələrə nisbətən daha yüksək olduğu diqqət çəkir. Bu cür ölkələrdə qadınlar öz sahibkarlıq fəaliyyətini sərbəst bir iş kimi deyil, ailələrini maddi baxımdan təmin etmək və yoxsulluqla mübarizə aparmaq məqsədilə qururlar.

Siyahını qadın sahibkarların ümumi sahibkarlara nisbətində müqayisə etdikdə, Qana, Rusiya, Uqanda, Yeni Zelandiya, Avstriya, Vyetnam, Polşa, İspaniya, Ruminiya və Portuqaliya yüksək qadın sahibkarlıq faizinə sahib ilk 10 ölkə olaraq qarşımıza çıxır. Türkiyədə isə daha yüksək təhsil səviyyəsinə baxmayaraq, qadın sahibkarların sayının olduqca aşağı olduğu diqqət çəkir.

GEM in apardığı araşdırmalara görə Çili, Tunus, Hollandiya, Kalumbiya, Qana və İtaliyadakı qadın sahibkarlar üçün “sahibkarlıq” yaxşı bir kariyera; Finlandiya, Misir Angola, İran, Çin, İsrail, Yunanistan kimi ölkələrdə isə yüksək status; Səudiyyə Ərəbistan, Tayvan, Braziliya, Avstraliya, Malziya kimi ölkələrdə isə tanınmaq və ətraf mühitdə cəmiyyət tərəfindən qəbul edilmə kimi mənalara daşımaqdadır (Kelley vd 2011:17).

2.3. Kiçik və orta sahibkarlıqda qadın sahibkarlığı Amerikada

1848-ci ildə Amerika Birləşmiş Ştatlarında (ABŞ) qadın hüquqları müdafiəçisi Elizabeth Stanton və Lucretia Moot ilk dəfə qadın hüquqları konqresini təşkil etdilər. Yenə Stanton 1869-cu ildə milli qadın səs haqqı birliyini qurdu. Stanton və Moot ABŞ müstəqillik Bəyannaməsində "bütün kişilər bərabər olaraq doğulmuşdur" maddəsini "bütün qadınlar və kişilər" olaraq dəyişdirilməsini tələb etmişlər. 1866 da ABŞ-da bir digər əhəmiyyətli inkişaf, bərabər ödəniş tələb edən və qadınların lider mövqeyinə gəlməsini ortaya qoyan ilk təşkilati milli birlik quruldu.

Bir çox ölkələrdə sərbəst işə maraq, bu sahədə artım, gözlə görülməyəcək dərəcədə dəyişikliklər vardır. Bəzi ölkələrdə sahibkarlıqla məşğul olan qadınların sayında mühüm artışı müşahidə edilir (OECD 2000). Hətta bəzi ölkələrdə bu artışı çox böyük miqyasdadır Məsələn: ABŞ da iş sahibliyi bölgəsində qadınların faiz göstəriciləri 1970-ci illərdən bəri 6 dəfə artmışdır (Renulli 2000). Digər araşdırmalara baxdığımızda görürük ki, birdən çox sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olan qadınların sayı kişilərə nisbətən azdır (Rosa and Scott 1999).

Qadın sahibkarların sayının ən sürətli artım göstərdiyi ABŞ-da qadınların böyük bir qisimi, bəzi səbəblərə görə ödəniş və maaş qarşılığı işləmək yerinə, sərbəst işi

seçməkdədirlər. Sərbəst işi təşviq edən səbəblərdən bəziləri belə sıralana bilər (Liman 1993: 179).

- Texnoloji yeniliklərin is qurma xərclərini azaltması,
- Böyük şirkətlərə qarşı duyulan etibarsızlıq,
- Firmaların hökumətlə edilən razılaşmalar xaricindəki xidmətlərdə artım göstərməsi,
- 1980-ci illərdəki motivasiya edici və asanlaşdırıcı inkişaf, məsələn sənayedə tənzimləmə istiqamətində inkişaf.

Avropa Birliyi və ABŞ ümumi mənada qadın sahibkarlığı dəstəkləyən təşkilatların sayının çox olmasından güc alaraq dövlətlər üzərində sosial və siyasi təzyiq edərək təsir dərəcələrini göstərməklə, qadın sahibkarlığın inkişafının sürətləndirilməsini qanun və hüquq çərçivəsində həyata keçirirlər. Beynəlxalq arenada böyük təsirə malik qadın sahibkarlıq təşkilatları aşağıdakılardır (Bakır-cı, 2011:210):

- 1948-ci ildə qadın sənayeçilər tərəfindən qurulan və indi 35 ölkənin üzvü olduğu Les Femmes Chefs d'Enterprises Mondiales (FCEMS) ən köhnə təşkilatdır və Birləşmiş Millətlər Təşkilatı, ILO, Avropa Birliyində qadın sahibkarlar mövzusunda aktiv işlər görür.
- 1994-cü ildə yaranan hal hazırda 20 ölkədə üzvləri olan International Federation of Women Entrepreneurs isə BMT də NGO statusuna sahibdi və ILO da məsləhətlər verir
- International Business and Professional Women Association isə FEW və AB də fəaliyyət göstərir, AB Sosial Fondunda qadınlara təlim və dəstək verir.

2017-ci il statik hesabatlarına əsasən Amerikada 11,6 milyondan çox şirkət qadınlara aiddir və onların ümumi gəliri 1,7 trilyon dollardır (State of Women-Owned Businesses Report 2017). Qadınların sahib olduqları şirkətlər 51% dən çoxdur, özəl firmaların 39% ni və məşğulluğun 8% ni, gəlirlərin isə 4,2%-ni təşkil edir. 1 milyon dollar və ya daha çox gəliri olan 5 şirkətdən biri qadın sahibkarlarındı. Bütün qadınlara məxsus şirkətlərin 4,2% -i 1 milyon və ya daha çox gəlir əldə edir (Women Business Owner Statistics 2017).

2018-ci ildən etibarən ABŞ-da qadınlara aid biznes sayı 12,3 milyona çatmışdır. Ötən il hər gün qadınlara aid 1821 sahibkarlıq fəaliyyəti başlamışdır. 2007-ci ildən bəri qadınların sahib olduğu bizneslərin sayı 58% artmışdır. Qadın sahibkarların yaratdıqları şirkətlərdə 9,2 milyon adam işləyir bu da özəl sektorun ümumi işçi qüvvəsinin 8%-ni təşkil edir. Qadınlar sahibkarlıq fəaliyyətindən 1,8 trilyon dollar gəlir əldə edir və bu toplam özəl sektor gəlirinin 4,3% dir. 2007-2018-ci illər arasında bütün sahibkarlıq müəssisələrində məşğulluq 0,8% azalarkən qadınlara aid müəssisələrdə məşğulluq sayı 21% artmışdır.

- Qadınlara aid müəssisələr daha çox 3 sahədə fəaliyyət göstərməkdədir 1) digər xidmət sahələri; 2) səhiyyə və sosial yardım; 3) professional/texniki/elmi xidmətlər
- Qadınlar səhiyyə (10%) və ya təhsil (9%) sektorunda iş qurma ehtimalları kişilərə nisbətən (hər iki halda 5%) daha çoxdur.
- Qadınlara aid olan müəssisələr ən çox səhiyyə və sosial yardım (20%), qonaqlama və qida sahəsi (16%) və inzibati, ətraf mühitə dəstək və tullantıların idarə olunması xidmətləri (13%) içərisində ən çox işlə təmin olunur.
- Qadınlara məxsus sahibkarlıq müəssisələri topdansaş ticarətində (17%), pərakəndə ticarətdə (15%) və peşə, elmi və texniki xidmətlər üzrə (10%) ən yüksək gəlir əldə edirlər.
- Qadınlara aid olan müəssisələrin sayı üzrə ən yüksək artım göstəriciləri arasında kommunal xidmətlər (151% artım), digər xidmətlər (126%), tikinti (94%), qonaqlama və yeyinti sahəsi (85%), ətraf mühitə dəstək və tullantıların idarə olunması xidmətləri (70%) gəlir (The State of Women-Owned Businesses in 2018).

Kanada

Kanadada kiçik sahibkarlıq fəaliyyətlərinin üçdə biri qadınların əlindədir. Bu ölkədəki qadın sahibkarların dördü üçündən çoxunun öz işini qurmaqdan əvvəl qazanılmış iş təcrübələri vardır. Qadın sahibkarların əksəriyyəti xidmət sektorunda

cəmləşməsinə baxmayaraq istehsalat sektoru qadın sahibkarların işdəki uğurlarını ən çox təmin edən və ən çox gəlir gətirən sektordur.

Kanada da 1991 və 1996-cı illər arasına sahibkarlıqla məşğul olan qadınların kişilərə görə iki qat daha sürətli artdığı nəzərə çarpır. “Qadın Sahibkarların Vəzifə Gücü” adı altında apardığı araşdırmaya görə 1981-2001-ci illər arasında Kanadadakı qadın sahibkarların sayı 208% artarkən, kişi sahibkarların sayı sadəcə 38% artmışdır, yalnız qadınların gəlirləri və satış faizləri kişilərə nisbətən çox aşağıdır (OECD, 2006:29).

Ümumilikdə götürdükdə Kanadada qadın sahibkarlığının yüksək səviyyədə olduğunu buna imkan və fürsətlərin yaradıldığını görürük.

ABŞ və Kanadadakı qadın sahibkarlığının çox yaxşı bir səviyyədə olmasının səbəbləri aşağıdakı faktorlarla izah edilir (Littlejohn, 2006:109-111):

- ABŞ da 1972 “Qadın Sahibkarların Vəzifə Gücü”nün yaradılması və Kanada da 2002-2003 –cü illərd yaradılan Kanada Prezident Vəzifə gücü,
- Qadın sahibkarlığına aid ətraflı araşdırmaların və mütəmadi hesabatların olması,
- NGO lar (Non-Governmental Organizations) ilə dövlət tərəfindən təqdim olunan dəstək və təşviq etmə,
- Beynəlxalq Qadın İş Şurası (NWBC) başda olmaqla qadın sahibkarlıq üzrə təşkilatlanmanın yüksək səviyyədə olması
- Qadın sahibkarlara informasiya, məsləhət və dəstək xidmətləri üçün beynəlxalq və daimi fəaliyyət göstərən əlaqə şəbəkəsinin olması,
- Mikro-kredit, bank kredit, biznes fondu kimi böyük miqyaslı sərmayə ünsürlərinin təşviq edici səviyyədə və dəstəkləyici yöndə olması,
- Qadın sahibkarlara uyğun mütəmadi işləyən mükafat və təşviq mexanizimlərinin varlığı
- Qadın sahibkar rol modellərinin tez-tez ön planda saxlanması,
- Qadın sahibkarlara istiqamətlənmiş bizneslərin beynəlxalq bazarda rəqabət edən bir missiyaya sahib olması

2.4. Kiçik və orta sahibkarlıqda qadın sahibkarlığı Azərbaycanda

Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti dövründə Azərbaycan Şərqdə qadınlara seçki hüququ verən ilk ölkə oldu.

SSRİ dağıldıqdan sonra Azərbaycan iqtisadiyyatında dərin böhran vəziyyəti baş vermiş, əhəlinin məşğulluq səviyyəsi kəskin şəkildə aşağı düşmüşdür. Bununla yanaşı Ermənistan Respublikasının hərbi təcavüzü nəticəsində qaçqın və məcburi köçkünlərdən ibarət bir təbəqə, vəziyyəti daha da ağırlaşdırırdı. Azərbaycanda 1990-cı ilin ikinci yarısından ölkə iqtisadiyyatında geriləmə prosesi dayandı və əhalidə kiçik orta sahibkarlığa maraq artdı. Qadınların kiçik və orta sahibkarlığa tələbatında artım müşahidə olunsada rəsmi şəkildə fəaliyyət göstərən qadın sahibkarların sayı çox az idi.

Bu gün sahibkarlığın inkişafı istiqamətində həyata keçirilən tədbirlər gənclərdə sahibkarlıq ruhunun formalaşmasına yüksək təsir göstərir və cəmiyyətin inkişafında təkan verici rol oynayır.

Azərbaycanda əhəlinin 50,1 %-ni qadınlar təşkil edir və 2018-ci il hesabatlarına görə əmək qabiliyyətli qadınların sayı 3349.7 min nəfərdir.

Statistik göstəricilər göstərir ki, qadın sahibkarlığın inkişaf göstəriciləri regionlar üzrə müxtəlifdir. Bəzii regionlarda sahibkarlıq göstəriciləri yüksək olsada, ən yüksək göstərici paytaxt Bakıdadır.

Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin açıqlamasına görə ölkəmizdə sahibkarlıqla məşğul olan qadınların sayı 170934 nəfərdir və 31.4% Bakı şəhərində, 17.1% Gəncə-Qazax iqtisadi rayonunda, 10.6% isə Lənkəran iqtisadi rayonunda fəaliyyət göstərir (Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi 2018).

Cədvəl 8 də göründüyü kimi qadın sahibkarların sayı kişi sahibkarlarla müqayisədə çox aşağı səviyyədədir. Sahibkar qadınların 35,2% kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıqla, 24.4% ticarət; nəqliyyat vasitələrinin təmiri, 22.5% digər sahələrdə xidmətlərin göstərilməsi və 3.0% ev təsərrüfatlarının fəaliyyəti; fərdi istehlak üçün ev təsərrüfatlarının istehsal etdiyi mal və xidmətlərə dair fəaliyyətlə məşğul olur.

Cədvəl 8: 2018-ci il yanvar ayının 1-i vəziyyətinə fəaliyyət növləri üzrə fərdi sahibkarların gender bölgüsü(Nəfər və cins bölgüsü, yekuna görə faizlə)

Fəaliyyət növləri	Qadınlar		Kişilər	
	sayı	faizlə	sayı	faizlə
Kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıq	60227	35.2	162626	26.1
Mədəncixarma sənayesi	30	0.0	642	0.1
Emal sənayesi	2932	1.7	14222	2.3
Elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı	5	0.0	57	0.0
Su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı	24	0.0	231	0.0
Tikinti	114	0.1	5928	1.0
Ticarət; nəqliyyat vasitələrinin təmiri	41641	24.4	159480	25.6
Nəqliyyat və anbar təsərrüfatı	1140	0.7	83434	13.4
Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə	5499	3.2	31980	5.1
İnformasiya və rabitə	1128	0.7	5341	0.9
Maliyyə və sığorta fəaliyyəti	419	0.2	1300	0.2
Daşınmaz əmlakla əlaqədar əməliyyatlar	3359	2.0	8794	1.4
Peşə, elmi və texniki fəaliyyət	4520	2.6	8896	1.4
İnzibati və yardımçı xidmətlərin göstərilməsi	898	0.5	2023	0.3
Təhsil	3353	2.0	1891	0.3
Əhaliyə səhiyyə və sosial xidmətlərin göstərilməsi	935	0.5	1598	0.3
İstirahət, əyləncə və incəsənət sahəsində fəaliyyət	1221	0.7	9649	1.5
Digər sahələrdə xidmətlərin göstərilməsi	38414	22.5	110740	17.8
Ev təsərrüfatlarının fəaliyyəti; fərdi istehlak üçün ev təsərrüfatlarının istehsal etdiyi mal və xidmətlərə dair fəaliyyət	5075	3.0	14675	2.3
Cəmi	170934	100	623507	100

Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi <https://www.stat.gov.az/source/gender/>

Digər yandan Respublikanın 2017-ci il statistik məlumatlarına baxdıqda qadınların kişilərə nəzərən az əmək haqqı aldığını da görürük, Məsələn: Maliyyə və sığorta fəaliyyəti ilə məşğul olan kişilərin orta aylıq nominal əmək haqqı cəmi 1584.0 manat olarkən eyni işdə işləyən qadınların orta aylıq nominal əmək haqqı cəmi 1008.5 manat təşkil edir. Rəhbər vəzifədə çalışan qadınlara nəzər yetirdikdə isə 2017-ci ildə onların sayının 90 nəfər olduğunu görürük (cədvəl 9 a bax).

Cədvəl 9: Rəhbər vəzifədə çalışan qadınların sayı, nəfərlə

	2016	2017
Vitse-prezident	-	1
Qadın nazir ¹⁾	1	1
Qadın nazir müavini	3	3
Qadın Dövlət Komitəsi sədri ²⁾	2	2
Qadın Dövlət Komitəsi sədrinin müavini	2	3
Qadın Yerli icra hakimiyyəti başçısı ³⁾	1	1
Yerli icra hakimiyyəti başçısının qadın müavini	79	77
Ombudsman ⁴⁾	2	2

¹⁾ Naxçıvan Muxtar Respublikasının Mədəniyyət və Turizm naziri

²⁾ Azərbaycan Respublikasının və Naxçıvan Muxtar Respublikasının Ailə, Qadın və Uşaq Məsələləri üzrə Dövlət Komitələrinin sədrləri

³⁾ Abşeron Rayon İcra Hakimiyyətinin başçısı

⁴⁾ Azərbaycan Respublikasının və Naxçıvan Muxtar Respublikasının Ombudsmanları

Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi

Cədvəl 10. Əmək qabiliyyətli yaşda olan iqtisadi fəal əhalinin cins üzrə bölgüsü, faizlə

	Cəmi		Şəhər yeri		Kənd yeri	
	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

Qadınlar 15-59,5 yaşda, kişilər 15- 62,5 yaşda

*Əmək qabiliyyətli yaşda olan əhaliyə nisbəti

Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi

Cədvəl 10 də göründüyü kimi iqtisadi fəal əhalidə qadınların 71,3% olduğu halda işsizlik səviyyəsinin göstəriciləri kişilərə nisbətən çox olduğu nəzərə çarpmaqdadır. Həmçinin kənd yerində yaşayan qadınların iqtisadi fəallıq səviyyəsi şəhərdə yaşayan qadınlardan 7,7 % üstündür.

Ölkəmizin uzunmüddətli inkişafının əsas məqsədlərini müəyyənləşdirən “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyasında gender bərabərliyinin

təmin edilməsi, o cümlədən qadınlar və kişilər üçün əmək bazarında bərabər imkanların yaradılması məsələsi də öz əksini tapmışdır (Ülkər Bayramova, 2018).

Qanunvericilikdə qadınlara sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olmasına görə heçbir məhdudiyyət və ya güzəşt nəzərdə tutulmur. Qadınlar kişilərlə bərabər eyni hüquq çərçivəsində iş qura bilirlər. AR-nin Strateji Yol Xəritəsində qadın sahibkarlıqla bağlı başlıq qadın sahibkarlığın inkişafının sürətlənməsinin dövlətin prioritet bir vəzifə kimi qəbul etməsinin göstəricisidir. Strateji Yol xəritəsində qadın sahibkarlığının inkişafı məqsədilə görülməli tədbirlər planı kimi, stimullaşdırıcı mexanizimlərin işlənilməsi, hazırlanması, informasiya dəstəyinin inkişaf etdirilməsi, biznes inkubatorlarının yaradılması, qadın sahibkarlar assosiasiyalarının və peşə təşkilatlarının yaradılması nəzərdə tutulur (Strateji Yol Xəritəsi 2019).

Ölkəmizdə sahibkarlığa dəstək olmaq məqsədilə yaranan bəzi təşkilatlara nəzər salaq:

1. Azərbaycan Qadın Sahibkarlığının İnkişafı Assosiasiyası"
İctimai Birliyi 22 dekabr 2017-ci ildə dövlət qeydiyyatına alınıb. Birlik Ölkədə fəaliyyət göstərən qadın sahibkarların təşəbbüsü, İqtisadiyyat Nazirliyinin, Ailə, Qadın və Uşaq Problemləri üzrə Dövlət Komitəsinin və Azərbaycan Sahibkarlar (İşəgötürənlər) Təşkilatları Milli Konfederasiyasının (ASK) dəstəyi ilə təsis edilib. Birliyin sədri "Bakı Tekstil Fabriki" MMC-nin rəhbəri Səkinə Babayevadır. Birliyin məqsədi Azərbaycanda qadın sahibkarlığına dəstək olmaq və onların sayını artırmaqdır. Burada qadın sahibkarlara məlumat xarakterli seminarlar, təlimlər və görüşlər keçirilir, onların digər şəxslərlə əməkdaşlığına şərait yaradılır. Azərbaycanda Qadın Sahibkarlığının İnkişafı Assosiasiyası ilə İBE Consulting şirkəti arasında əməkdaşlıq çərçivəsində Qida Təhlükəsizliyi İdarəetmə Sistemi (ISO 22000) əsasları üzrə təlim keçirilib. Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyi Sahibkarlığın İnkişafı Fondunun dəstəyi və Azərbaycanda Qadın Sahibkarlığının İnkişafı Assosiasiyasının (AQŞİA) təşəbbüsü ilə Bakı Biznes mərkəzində "Qadın Sahibkarların Güzəştli Maliyyə Resurslarına Çıxışlarının Dəstəklənməsi" mövzusunda işgüzar görüş və qadınların əl işlərindən ibarət sərgi baş tutub həmçinin "Vergi Məcəlləsinə Dəyişikliklərin İzahı" kimi bir çox

məlumatlandırıcı tədbirlər tez tez keçirilir. Birliyə üzv olma, onlarla əməkdaşlıq etmək üçün şərait yaradılır. Bir çox yerli və beynəlxalq əməkdaşlıq əlaqələrində mövcuddur.

2. Sahibkarlığın İnkişafı Fondu- İlk öncə Sahibkarlığa Kömək Milli fondu kimi yaransada sonradan islahatlar aparılmış və nəhayət AR-nin Prezidentinin “Azərbaycan Respublikasında sahibkarlığın inkişafına dövlət dəstəyi mexanizminin təkmilləşdirilməsi haqqında” 31 iyul, 2018-ci il tarixli Fərmanı ilə Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu ləğv edilərək, İqtisadiyyat Nazirliyinin tabeliyində Sahibkarlığın İnkişafı Fondu təsis edilmişdir. Fondun illik faiz dərəcəsi 6 faizdən 5 faizə endirilmişdir. Fond tərəfindən 4200 qadın sahibkara 104 milyon manatadək güzəştli kreditlər verilmişdir.

3. Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyi- Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin 28 dekabr 2017-ci il tarixli Fərmanı ilə yaradılıb. Dövlət başçısının 26 iyun 2018-ci il tarixli Fərmanı ilə Agentliyin Nizamnaməsi və strukturu təsdiq edilib. Agentliyin strukturuna daxildir: Azərbaycan Respublikasının Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyinin Aparatı; Kiçik və orta biznes evləri; Kiçik və orta biznesin inkişafı mərkəzləri; Dövlət-Sahibkar Tərəfdaşlığının İnkişafı Mərkəzi; Kiçik və orta biznesin inkişafı fondları. Fondun əsas vəzifələri Cədvəl 11 də verilmişdir.

4. ABAD - Azərbaycan Respublikası Prezidenti yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyinin (ASAN xidmət) tabeliyində “ABAD” publik hüquqi şəxs Azərbaycan Respublikası Prezidenti İlham Əliyevin 23 sentyabr 2016-cı il tarixli Fərmanı ilə yaradılıb. “ABAD” tərəfindən dekorativ-tətbiqi xalq sənətkarlığı və kənd təsərrüfatı sahəsində fəaliyyət göstərən ailə bizneslərinə dəstək layihələri həyata keçirilir. Burada bir çox qadınlar öz əl işlərini təqdim etməklə kənd təsərrüfatı və əl əməyindən ibarət məhsullarını satışa çıxarırlar (<http://abad.gov.az/az>).

III FƏSİL. BAKIDA QADIN SAHİBKARLARIN MÖVCUD TƏHLİLİ

3.1. Tədqiqatın məqsədi

Bakıda fəaliyyət göstərən qadın sahibkarlarla araşdırma apararaq Azərbaycanda qadın sahibkarların mövcud vəziyyətini Bakı nümunəsində təhlil etmək. Qadınların sahibkarlıq xüsusiyyətlərini, sahibkarlıq boyu qarşılaşdıqları problemləri və onları sahibkarlığa yönləndirən amilləri ətraflı araşdırmaq.

Hipotezlər aşağıdakılardır:

Hipotez 1. Qadınların sahibkarlıq fəaliyyətinə başlamalarına əsas səbəb işsizlik problemdir.

Hipotez 2. Azərbaycanda ana olmaq qadınların sahibkarlıq fəaliyyətini məhdudlaşdırmır.

Hipotez 3. Azərbaycanda qadın sahibkarlarda Liderlik xüsusiyyətləri yüksəkdir. 87,3 faizlə bu hipotez öz təsdiqini tapmışdır.

3.2. Tədqiqatın metodu

Tədqiqat zamanı anket sorğu vasitəsilə 316 qadın sahibkar arasında aparılmışdır. 22 sualı cavablayan qadın sahibkarlara sorğu online şəkildə və ya birbaşa görüşülərək tətbiq edilmişdir. Anket nəticələri IBM SPSS Statistics 24.0 proqramı vasitəsilə analizlər aparılmışdır.

3.3. Tədqiqatın obyektı və predmeti

Kiçik və orta sahibkarlığın inkişaf etdirilməsində qadın sahibkarlığın rolu dissertasiya işində, Bakıda qadın sahibkarlığın mövcud vəziyyəti, inkişaf perspektivləri, ölkə iqtisadiyyatındakı rolu, qadın sahibkarların qarşılaşdığı problemləri ortaya qoymaq məqsədilə 316 responzimentə 22 suallı anket tətbiq edilmiş və IBM SPSS Statistics 24.0 proqramı vasitəsi ilə təhlillər aparılmışdır. Eyni zamanda KOBİA la görüşlər keçirilmiş, qadın sahibkarlarla vasitəli əlaqə yaradılmışdır.

3.4. Tədqiqatın nəticələri

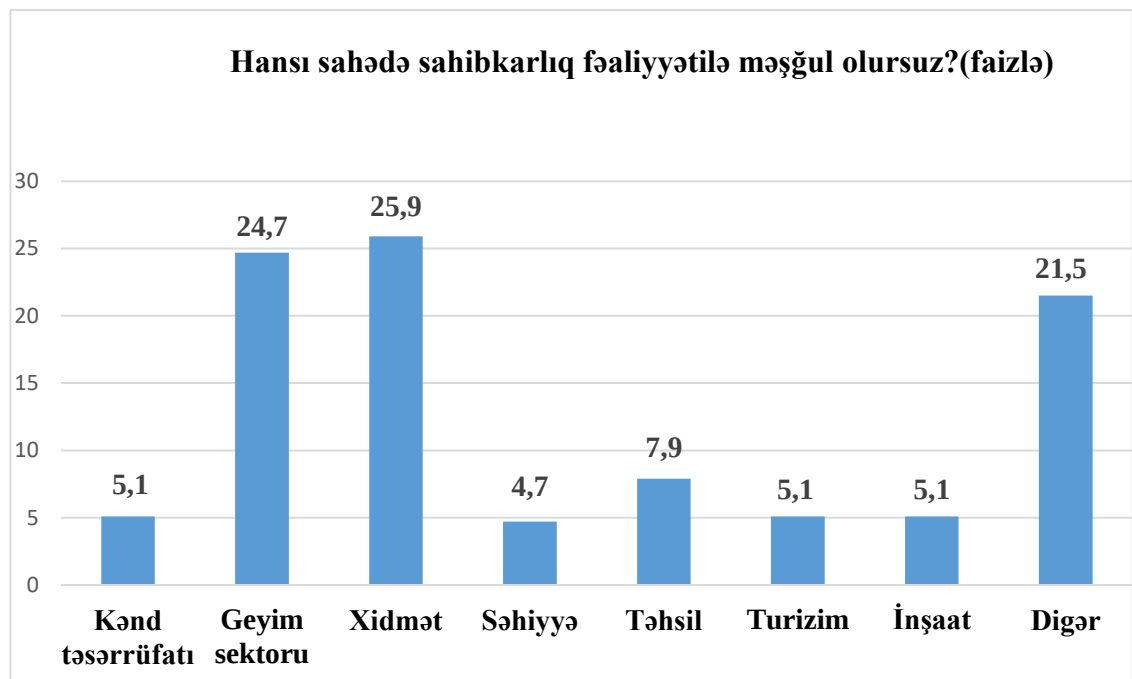
Cədvəl 12: Respondentlərin ümumi məlumatları

		Frekanslar	Faiz	Valid Percent	Kumulyativ faiz
Yaş	18-24 yaş	81	25,6	25,6	25,6
	25-34 yaş	145	45,9	45,9	71,5
	35-44 yaş	48	15,2	15,2	86,7
	45 və 45 dən yuxarı	42	13,3	13,3	100,0
	Cəmi	316	100,0	100,0	
Təhsil	Orta ixtisas	33	10,4	10,4	10,4
	Tam orta	27	8,5	8,5	19,0
	Bakalavr	160	50,6	50,6	69,6
	Magistr/Doktorantura	96	30,4	30,4	100,0
	Cəmi	316	100,0	100,0	
Ailə vəziyyəti	Subay	107	33,9	33,9	33,9
	Evli	189	59,8	59,8	93,7
	Digər	29	6,3	6,3	100,0
	Cəmi	316	100,0	100,0	
Uşaqlarının sayı	Uşağım yoxdur	135	42,7	42,7	42,7
	1	83	26,3	26,3	69,0
	2	80	25,3	25,3	94,3
	3 və daha çox	18	5,7	5,7	100,0
	Cəmi	316	100,0	100,0	
Sahibkarlıq fəaliyyətinin müddəti	0-3 il	204	64,6	64,6	64,6
	4-7 il	67	21,2	21,2	85,8
	8-11 il	23	7,3	7,3	93,0
	12-15 il	0	0	0	0
	16 ildən çox	22	7,0	7,0	100,0
	Cəmi	316	100,0	100,0	
Aylıq gəliriniz?	0-300 azn	76	24,1	24,1	24,1
	301-600 azn	65	20,6	20,6	44,6
	601-900 azn	50	15,8	15,8	60,4
	901-1200 azn	37	11,7	11,7	72,2
	1201 azn və artıq	88	27,8	27,8	100,0
	Cəmi	316	100,0	100,0	

Anketdə iştirak edən 316 qadın sahibkardan 25,6% 18-24 yaş, 45,9% 25-34 yaş, 15,2% 35-44 yaş, 13,3 % isə 45 və yuxarı yaş qrupunda olduğunu bildirmişdir. Təhsil səviyyəniz sualına isə ən çox “Bakalavr” cavabı verilmişdir, beləki 160 qadın sahibkar bakalavr təhsilli olduğunu, 96 nəfər isə magistr/doktorantura təhsilli olduğunu qeyd etmişdir. Anketi cavablayan 316 qadın saqhibkardan 33,6% i subay, 59,8 % evli olduğunu və 6,3 % isə digər cavab variantını seçmişdir. Azərbaycanda qadın sahibkarlığın yeni inkişaf etdiyini anket cavablarında da görürük. Belə ki, 204

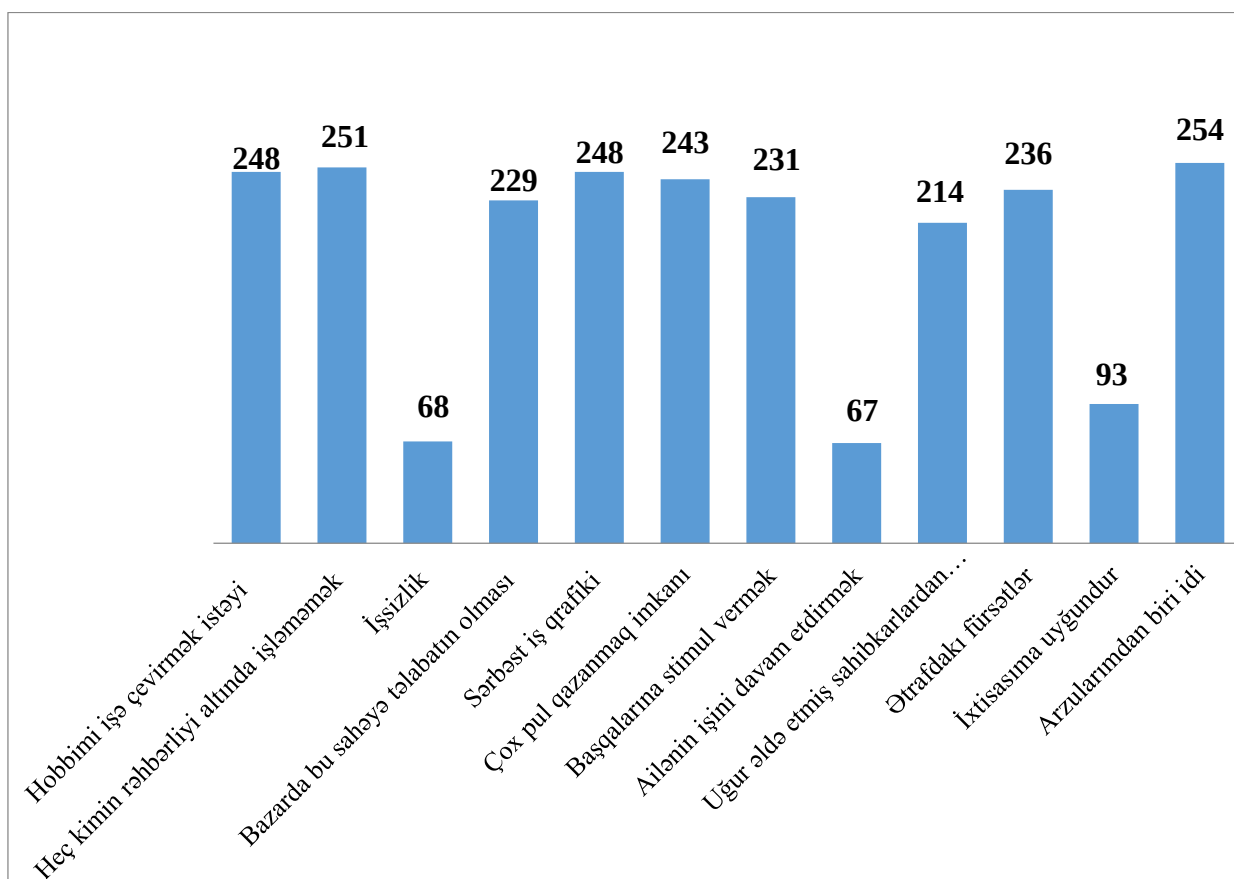
qadın 0-3 ildir sahibkarlıqla məşğul olduqlarını bildirmiş, 67 qadın 4-7 il, 23 qadın 8-11 il, 22 qadın 16 ildən çox cavabını seçərkən 12-15 il sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul oluram cavabını heç bir qadın seçməmişdir. 316 qadıdan 27,8% qadın biznes fəaliyyətindən aylıq olaraq 1201 azn və daha çox qazandığını bildirmişdir. Digərləri isə 0-330 azn (24,1%), 301-600 azn (20,6%), 601-900 azn (15,8%), 901-1200 azn (11,7%) qazandıqlarını qeyd etmişlər. Ümumilikdə 24-34 yaş aralığında olan qadınların sahibkarlığa marağının daha çox olduğunu, böyük bir qisminin (50,6%) bakalavr təhsilli və evli olduğu (59,8%) nəticəsinə gəldik. Həmçinin 64,6% 0-3 ildir sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olduğu qeyd etdiyini görürük ki, buda sahibkar qadınların bu sahədə yeni irəlilədiyini göstərir.

Qrafik 3: Hansı sahədə sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olursuz?(faizlə)



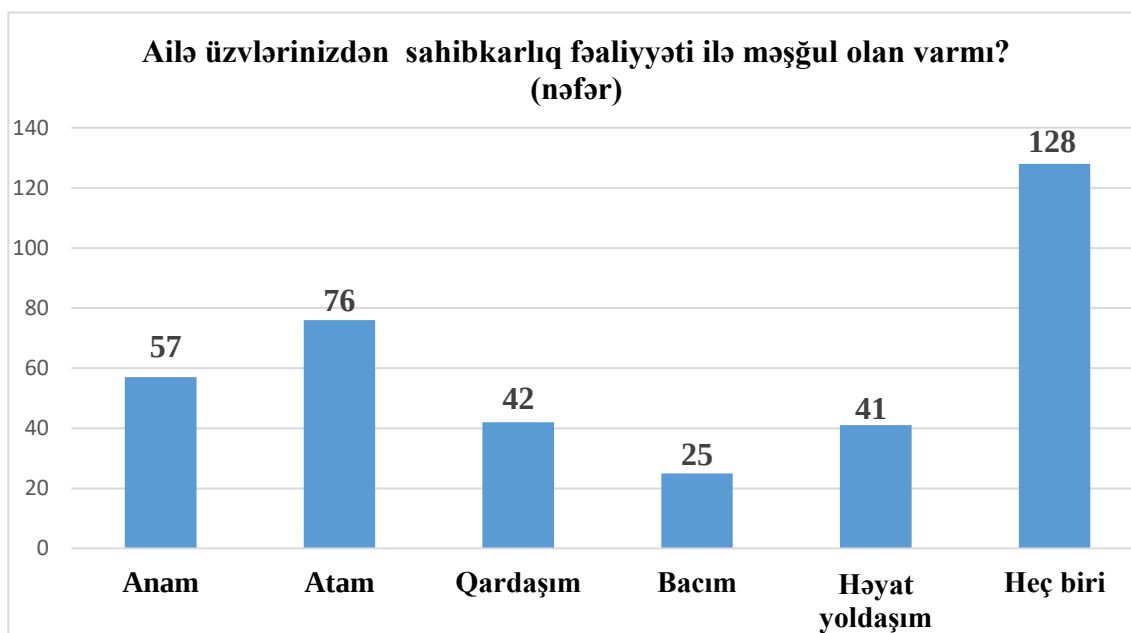
Qrafik 3 də anketi cavablayan 316 qadın sahibkardan 25,9% xidmət sahəsində, 24,7% geyim sahəsində cavblarını vermişdir, 5,1% kənd təsərrüfatı, 7,9 % təhsil, 5,1% turizim, 5,1% inşaat, 4,7% lə səhiyyə sahəsi ən aşağı nəticə göstərmişdir.

Qrafik 4 : Sizi Sahibkarlığa yönləndirən faktorlar?



“Sizi sahibkarlığa yönləndirən faktorlar nələrdir?” sualının nəticələrinə baxdıqda (Qrafik 4) 254 bu işə arzularından biri olduğundan başladıklarını, 251 nəfər heçkimin rəhbərliyi altında işləmək istəmədiyindən, 236 nəfər ətrafdakı fərsətlərdən, 214 nəfər uğur əldə etmiş sahibkarlardan nümunə, 67 nəfər ailəsinin işini davam etdirmək, 231 nəfər başqalarına stimül vermək, 229 nəfər bazarda bu sahəyə tələbatın olması, 248 nəfər hobbimi işə çevirmək, 248 nəfər sərbəst iş qrafiki, 243 nəfər çox pul qazanmaq, 93 nəfər ixtisası olduğundan və 68 nəfər isə işsizlik səbəbilə bu sahəyə yönəldiyini qeyd edib. Qadınların böyük bir qismi arzularından biri olduğu, heç kimin rəhbərliyi altında işləməmək üçün, hobbimi işə çevirmək, sərbəst iş qrafiki, çox pul qazanmaq kimi variantları seçərkən az bir qismi isə işsizlik səbəbilə sahibkarlığa başladığını bildirmişdir.

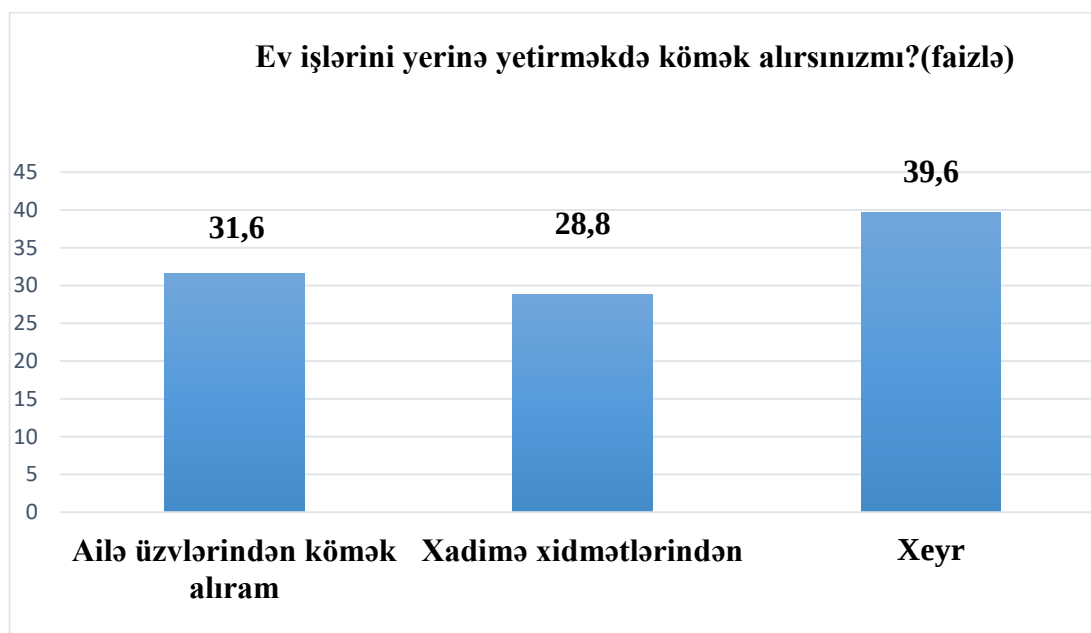
Qrafik 5: Ailə üzvlərinizdən sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan varmı? (nəfər)



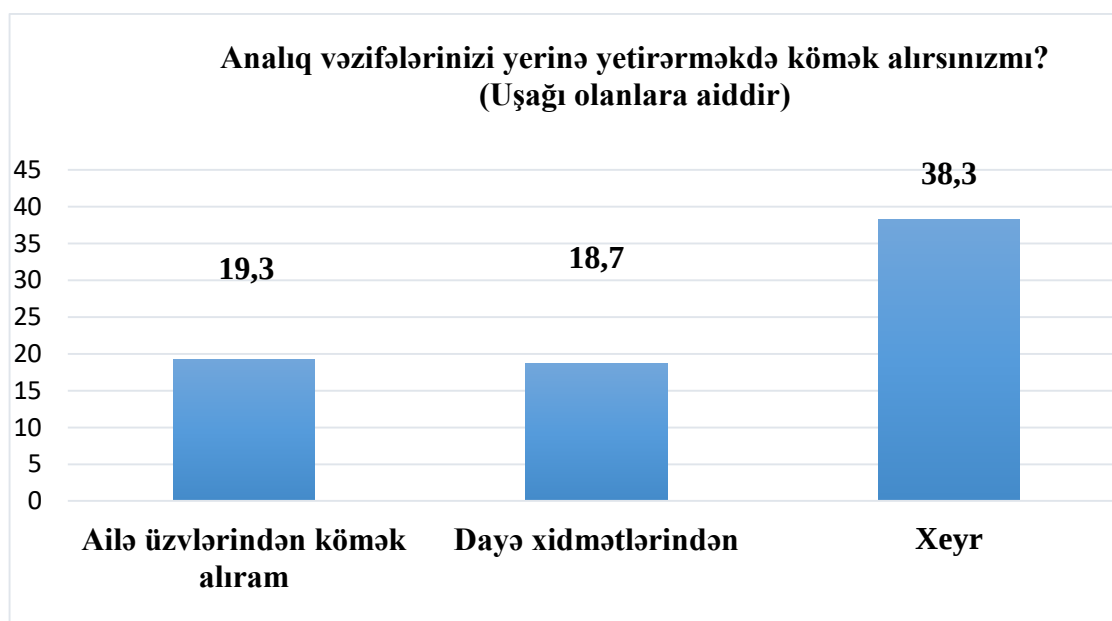
Qrafik 5 də 76 nəfər ailə üzvlərindən atasının, 57 nəfər anasının sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olduğunu, 128 nəfər isə heç bir ailə üzvünün bu sahəylə məşğul olmadığını bildirmişdir.

Qadınlar ev-məişət qayğılarından və ana olduqdan sonra iş həyatlarına qısa müddətdə fasilə verirlər, bəzən isə bu fasilə onların tamamilə iş həyatından ayrılmasına səbəb olur. Ana olan qadınların analıq vəzifələrini həmçinin ev-məişət işlərilə iş həyatlarını necə tarazladıkları barədə araşdırma sualımızda 19,3% analıq vəzifələrini yerinə yetirərkən ailə üzvlərindən kömək aldığını, 18,7% dayə xidmətlərindən istifadə etdiyini, 38,3 % isə heç bir kömək almadığını qeyd etmişdir (Qrafik 7). 39,6% ev işlərini (Qrafik 6) və 38,3 % qadının analıq vəzifələrini yerinə yetirərkən (Qrafik 7) heç bir kömək almamasının arxasında duran əsas səbəblərdən biri sahibkarlığın sərbəst iş qrafikində olması bir çox qadın üçün ideal bir iş kimi hesab etmək olar. Evli qadınlarında (59,8%) bu sahəyə olan marağının əsas səbəblərindən biri kimi də bu amili göstərmək olar (Cədvəl 12).

Qrafik 6: Ev işlərini yerinə yetirməkdə kömək alırsınız mı?(faizlə)

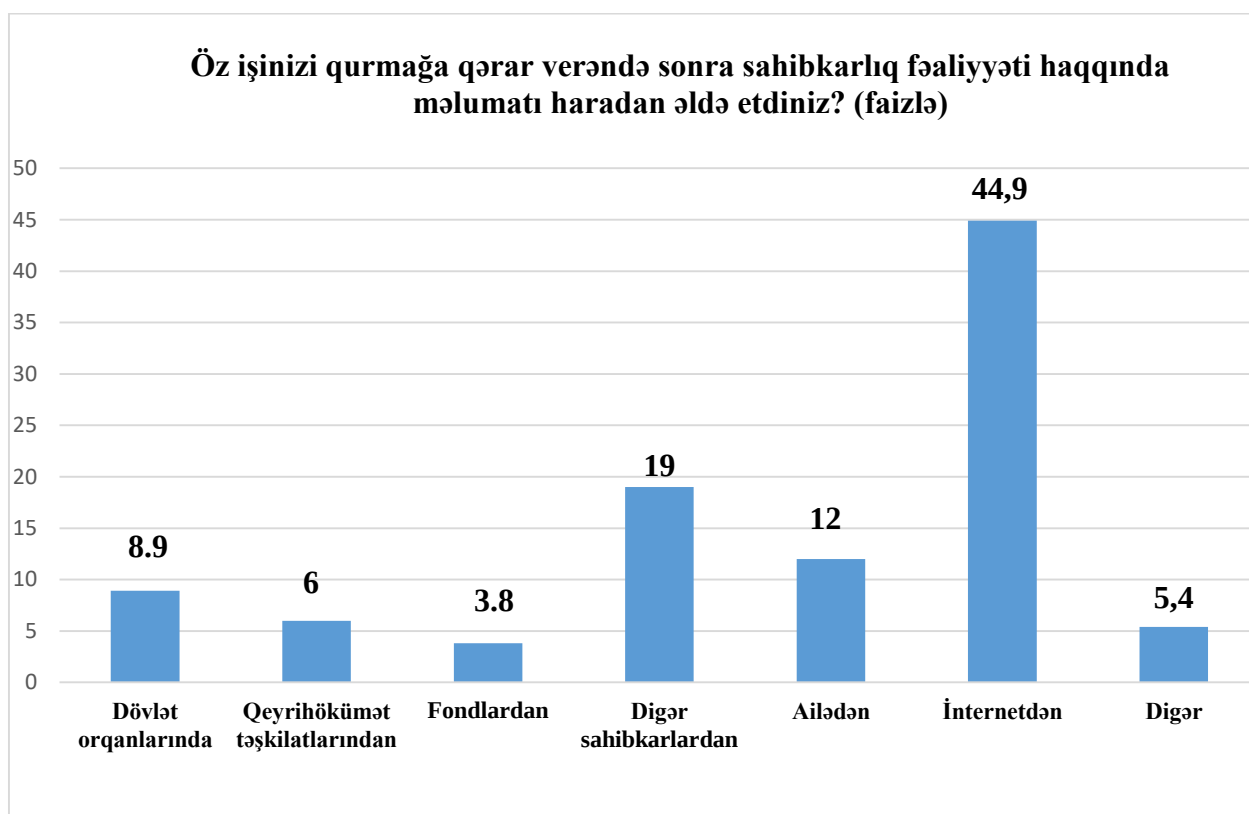


Qrafik 7: Analıq vəzifələrinizi yerinə yetirərməkdə kömək alırsınız mı? (Uşağı olanlara aiddir)



Qrafik 7 də Ana olan qadın sahibkarların analıq vəzifələrini yerinə yetirərkən kömək almasını yoxlamaq məqsədilə verilən suala böyük bir qismi (38,3%) xeyr cavabını versədə, ailə üzvlərindən kömək aldığını (19,3%) və dayə xidmətlərindən (18,7%) yararlandığını söyləyənlərdə var.

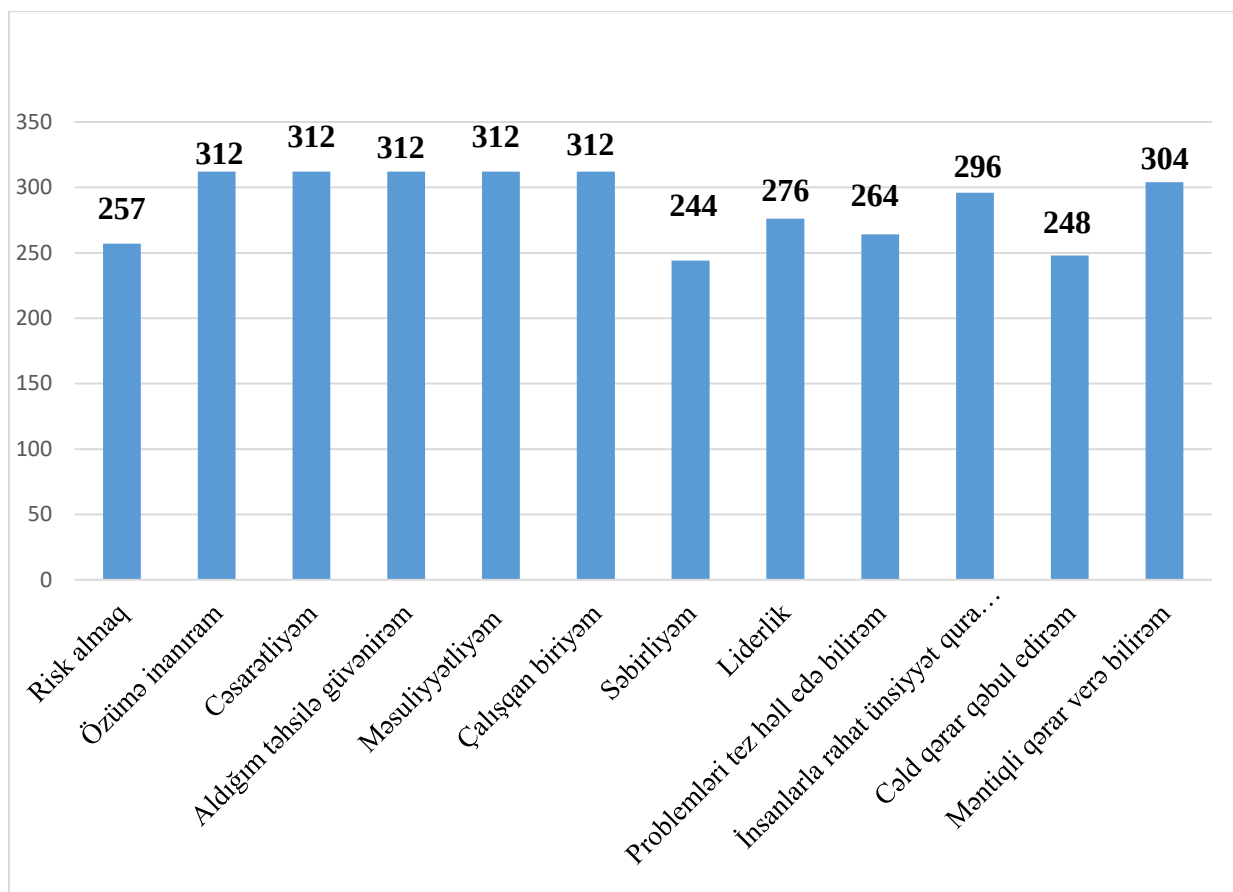
Qrafik 8: Öz işinizi qurmağa qərar verəndə sonra sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında məlumatı haradan əldə etdiniz? (faizlə)



Sahibkar qadınların sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında haradan informasiya əldə etdiyi barədə olan araşdırma sualımızda isə 44,9 % sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında internetdən, 6% qeyrihökumət təşkilatlarından, 3,8 % fondlardan, 19 % digər sahibkarlardan, 8,9 % dövlət orqanlarından məlumat aldıklarını bildirmişlər. Böyük bir qismin internet vasitəsilə məlumatlar əldə etməyi daha əlverişli və asand hesab edirki, bunları nəzərə alaraq gələcəkdə də sahibkarlığa aid informasiya və məlumatların internet vasitəsilə vətəndaşlara məlumat ötürülməsini mərkəzləşdirilmiş bir şəkildə həyata keçirilməsi məqsədə uyğun olardı.

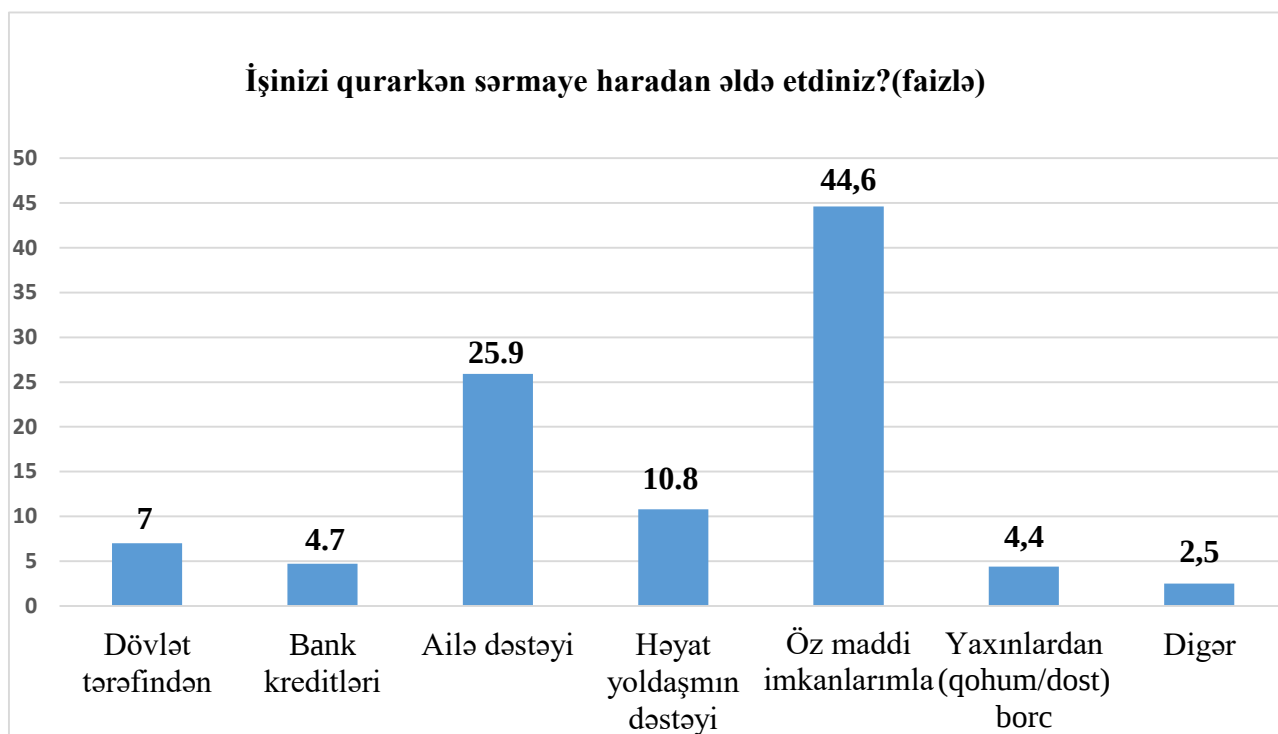
Sahibkarlıq xüsusiyyətləri deyilən bir anlayış vardır ki, ədəbiyyatda bu xüsusiyyətlər ümumiləşdirilərək verilir. Hər bir araşdırmada müxtəlif ölkələrdə, müxtəlif cəmiyyətdə formalaşan qadınlarda hansı sahibkarlıq xüsusiyyətlərinin olduğu istiqamətində olan suallar maraqla qarşılır.

Qrafik 9: Hansı sahibkar xüsusiyyətləriniz vardır?



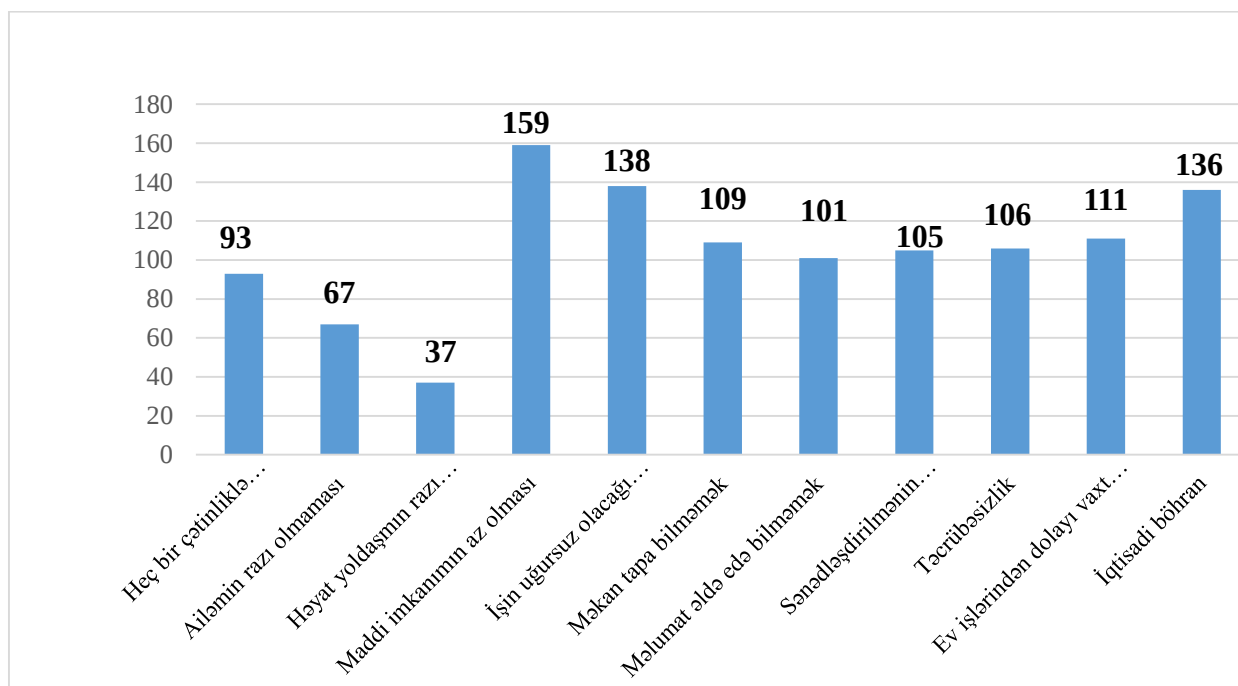
Bakıda fəaliyyət göstərən qadınların nə kimi sahibkarlıq xüsusiyyətlərinin olduğuna aid verilən sualın cavablarına nəzərən qadınların böyük bir qismində (312 nəfər) özünə inanam, cəsarətlilik, təhsilinə güvənmək, çalışqan və məsuliyyətlik kimi sahibkarlıq xüsusiyyətlərinin olduğu nəticəsinə gəldik. Hansı sahibkar xüsusiyyətləriniz var sualına 257 nəfər risk almaq, 244 nəfər səbirliyəm, 276 nəfər liderlik, 264 problemləri tez həll edə bilirəm, 296 nəfər insanlarla rahat ünsiyyət qura bilirəm, 248 nəfər cəld qərar qəbul edirəm, 304 nəfər isə məntiqli qərar verə bilirəm cavabını seçdi.

Qrafik 10: İşinizi qurarkən sərmaye haradan əldə etdiniz?(faizlə)



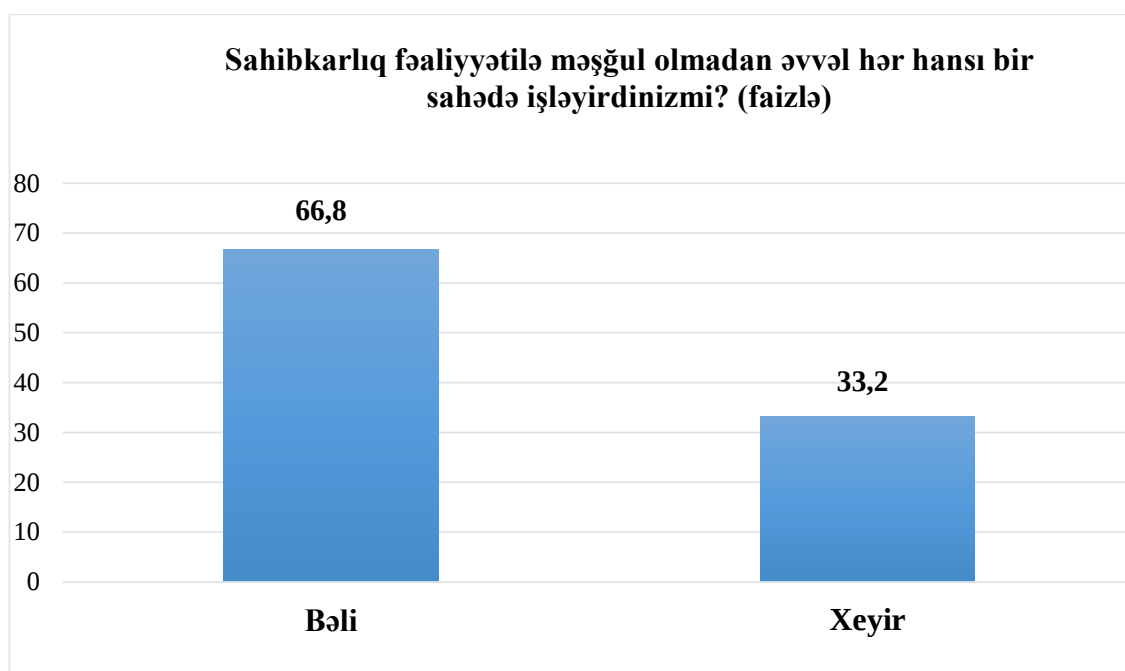
Sahibkarlıq fəaliyyətinə başlarkən sərmayeni haradan əldə etdiniz sualına 44,6% qadın öz maddi imkanları hesabına, 4,7% bank kreditləri, 7% dövlət tərəfindən, 4,4 % borc vasitəsilə, 25,9 % ailə dəstəyi, 10,8 % isə həyat yoldaşının dəstəyilə əldə etdiyini bildirmişdir. Bank kreditlərinin az müraciət olunmasının faiz dərəcələrinin yüksək olması kimi göstərilir.

Qrafik 11: İşinizi yeni qurarkən qarşılaşdığınız çətinliklər?(nəfərlə)



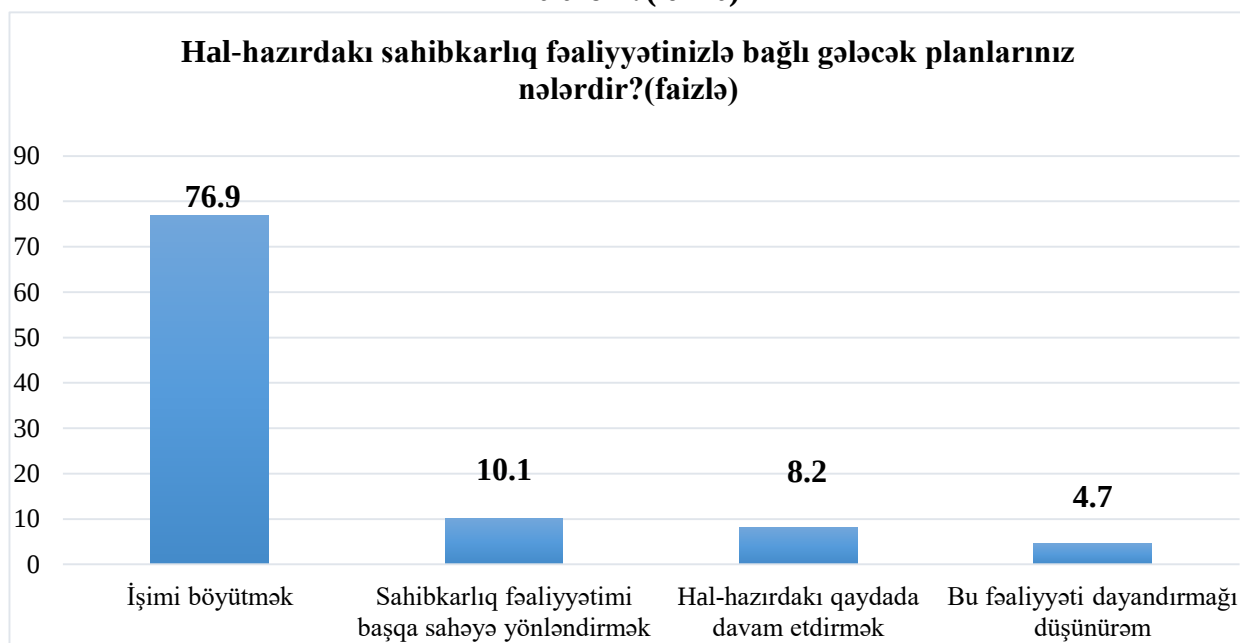
Sahibkarlıq fəaliyyəti boyunca hər kəs ilk başda çətinliklərlə qarşılaşır lakin qadınlar kişilərə nisbətən iki qat problemlərlə qarşılaşır ki, bunun altında müxtəlif səbəblər durur. Bakıda fəaliyyət göstərən qadın sahibkarların hansı problemlərlə qarşılaşdığını yoxlamaq məqsədilə verilən anket suallarından 159 qadının maddi problemlərlə qarşılaşdığını görürük. Birinci yerdə maddi problemlər gəlsədə ikinci yerdə işin uğursuz olacağı düşüncəsi qadın sahibkarlara müəyyən çətinliklər yaradır. 136 qadın iqtisadi böhran və devalvasiyanın onların iş həyatında ciddi problemlər yaratdığını iddia edir. 138 nəfər işin uğursuz olacağı düşüncəsilə, 136 nəfər iqtisadi böhran, 111 nəfər ev işlərindən dolayı vaxt tapmamaq, 109 nəfər məkan tapa bilməmək, 106 nəfər təcrübəsizlik, 105 nəfər sənədləşdirmə işlərinin çətinliyi, 101 nəfər məlumat əldə edə bilməmək, 67 nəfər ailənin razı olmaması, 37 nəfər həyat yoldaşının razı olmaması kimi problemlərlə qarşılaşarkən, 93 nəfər heç bir çətinliklə qarşılaşmadığını bildirmişdir. Digər yandan əsas problemin maddi imkanlarının məhdud olması kimi göstəriləndiyindən, bu çətinlik sahibkarlıq fəaliyyətinə yeni başlayan qadınlarda əsas problemdir. Ailəsinin razı olmamasından dolayı sahibkarlıq fəaliyyətinə başlamasında çətinlik çəkən qadınların sayı 97 nəfərdir. Digər cavablara nəzərən ortalama az qadın bu problemlə qarşılaşsada hələdə cəmiyyətimizdə qız övladlarına öz işini seçməkdə, sevdiyi işlə məşğul olmalarına və bəlkədə sahibkarlığın qadına aid olmayan sənət kimi dəyərləndirildiyi ailələr var. Bu səbəbdən ötrü ailələrə sahibkarlıq mövzusunda xüsusilə qız övladlarına qarşı daha diqqətli yanaşmalarına aid marifləndirici informasiya və xəbərlər sosial şəbəkələr və televiziya vasitəsilə yayımlanmalıdır.

Qrafik 12: Sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olmadan əvvəl hər hansı bir sahədə işləyirdinizmi? (faizlə)



Anketi cavablayan sahibkarların böyük bir qismi (66,8%) sahibkarlıq fəaliyyətindən öncə hər hansı bir sahədə işlədiyini bildirmişdir, yalnız 33,2 % heç bir sahədə işləmədiyi cavabını vermişdir.

Qrafik 13: Hal-hazırdakı sahibkarlıq fəaliyyətinizlə bağlı gələcək planlarınız nələrdir?(faizlə)



Qrafik 13 də hal-hazırda sahibkarlıq fəaliyyətinizlə bağlı gələcək planlarınız nələrdir sualına qadınların (76,9%) çoxu işimi böyütmək istəyirəm cavabını

vermişdir. 4,7 % isə bu fəaliyyəti dayandırmağı düşündüyünü, 8,2 % hal-hazırdakı qaydayla davam etdirməyi, 10,1 % isə başqa sahəyə yönəlməyi düşündüyünü bizlərlə paylaşmışdır. Bakıda sahibkarlıq fəaliyyəti göstərən qadınların çoxunun işini böyütmək istəyi sahibkarlıq baxımından müsbət bir hal kimi dəyərləndirilir.

Frekanslar

Cədvəl 13: Sahibkarlıqla məşğul olmadan əvvəl nə ilə məşğul olurdunuz?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Təhsil alırdım	49	15,5	15,5	15,5
Dövlət işində işləyirdim	78	24,7	24,7	40,2
Özəl sektorda işləyirdim	125	39,6	39,6	79,7
Evdar qadın idim	32	10,1	10,1	89,9
İş axtarırdım	28	8,9	8,9	98,7
Digər	4	1,3	1,3	100,0
Cəmi	316	100,0	100,0	

Cədvəl 13 də sahibkar qadınların sahibkarlıqdan öncə nə ilə məşğul olduqları soruşulmuş və 39,6% qadın özəl sahədə, 24,7% dövlət işində işlədiyini, 10,1 % evdar qadın olduğunu, 8,9% iş axtardığını, 15,5% qadın isə təhsil aldığını bildirmişdir. Bu cədvələ əsasən belə nəticəyə gəlmək mümkündür ki, qadınların çoxu işlədiyi halda (203 nəfər) sahibkarlıqla maraqlanmış və bu fəaliyyətə yönəlmişlər. Sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olmadan öncə qadınlardan 28 nəfər iş axtardığını, 32 nəfər evdar qadın olduğunu və 49 nəfər isə təhsil aldığını söyləmişdir. İş axtarırdım (28 nəfər) cavabını seçən qadınların sayının (Cədvəl 13), sahibkarlıq fəaliyyətindən öncə 66,8 % qadının işləyirdim cavabı (Qrafik 12) və işsizlik səbəbilə (68 nəfər) sahibkarlığa yönləndiyini bildirən (Qrafik 4) qadınların sayında digər cavablara nəzərən az olması bizə Bakıda fəaliyyət göstərən qadın sahibkarların sahibkarlığa başlamasının arxasında işsizliyin əsas səbəblərdən biri olmadığı düşüncəsinə gətirib çıxarır

Cədvəl 14 də Sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olan qadın işsizlik probleminin həllində əhəmiyyətli mövqedədir. Bu fikrə əsasən qadınlara neçə işçiləri olduğu sualını verdik ki, nəticəyə baxdıgımızda 38,6% qadının 1-5 , 9,5% qadının 6-10, 2,5

% qadının 11-15, 2,2% nin 16-20, 9,5% qadının isə 21 və daha çox işçisi olduğunu öyrəndik. 119 qadın isə sadəcə özünün işlədiyini yəni sahibkarlıq fəaliyyətində sadəcə özü işlədiyini bildirmişdir. anketdə iştirak edən qadınların böyük bir qisminin tək özü işlədiyi cavabını seçməsi bu sahədə yeni olduğunun və qadınların bu fəaliyyət növünü genişləndirməməsinin əsas göstəricisidir.

Cədvəl 14: Neçə işçiniz var?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Yalnız özüm	119	37,7	37,7	37,7
1-5 işçi	122	38,6	38,6	76,3
6-10 işçi	30	9,5	9,5	85,8
11-15 işçi	8	2,5	2,5	88,3
16-20 işçi	7	2,2	2,2	90,5
21 və daha çox	30	9,5	9,5	100,0
Cəmi	316	100,0	100,0	

Mənbə: Müəllif tərəfindən anket sorğusunun nəticələri əsasında tərtib edilmişdir

Cədvəl 15: Sahibkarlıqla fəaliyyəti boyunca qadın olmamdan dolayı problemlər yaşadım.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Bəli	80	25,3	25,3	25,3
Xeyir	236	74,7	74,7	100,0
Cəmi	316	100,0	100,0	

Qadınların digər problemi isə elə qadın olmalarıdır belə ki, bu gün qanunvericilikdə kişi qadın arasında heçbir ayrışdırıcılıq olmasada cəmiyyətdə mentalitet adı altında qadına olan təzyiq, onlara müxtəlif rol modellərin yüklənməsi sahibkarlığın qarşısına bariyerlər qoyur. Günümüzdə cəmiyyətdə bu kimi hallar azalsada hələdə tam olaraq bu problem öz həll yolunu tapmamışdır. Sahibkarlıq fəaliyyəti boyunca qadın olmalarından dolayı problem yaşayanların sayı 80 nəfər, qadın olmasından dolayı problem yaşamayanların sayı isə 236 nəfərdir.

Cədvəl 16: Sahibkar olmağı digər qadınlara məsləhət görürsünüzmü?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Bəli	300	94,9	94,9	94,9
Xeyir	16	5,1	5,1	100,0
Cəmi	316	100,0	100,0	

Anketdə iştirak edən qadınların 94,9 % i digər qadınlara sahibkarlıq fəaliyyətini məsləhət görsədə, çox az bir qismi (5,1%) sahibkarlığı qadınlara məsləhət görməmişdir.

Cədvəl 17 təhlilərinə əsasən (əlavə 3) subay olan qadın sahibkarlar daha çox özünə inandıqlarını, cəsarətli və çalışqan biri olduqlarını bildirirlər. Evli qadın sahibkarlar isə daha çox təcrübələrinə güvəndiklərini və insanlarla rahat ünsiyyət qura bildirdiklərini qeyd etmişlər.

Cədvəl 18: "Sahibkarlıq xüsusiyyətləri" ilə "Sahibkarlıqla fəaliyyəti boyunca qadın olmamdan dolayı problemlər yaşadım" sualları arasında T testi analizi

Group Statistics

	Sahibkarlıqla fəaliyyəti boyunca qadın olmamdan dolayı problemlər yaşadım	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Səbirliyəm	Bəli	80	1,6500	,96914	,10835
	Xeyr	236	1,9237	1,09278	,07113
Risk almaq	Bəli	80	1,4500	,59321	,06632
	Xeyr	236	2,0508	1,04655	,06812
Cəsarətliyəm	Bəli	80	1,4000	,49299	,05512
	Xeyr	236	1,2754	,48421	,03152
Məntiqli qərar verə bilirəm	Bəli	80	1,4000	,49299	,05512
	Xeyr	236	1,5593	,59132	,03849

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
Səbirliyəm	,032	,858	-1,990	314	,047	-,27373	,13753	-,54432	-,00314
			-2,112	152,262	,036	-,27373	,12962	-,52981	-,01765
Risk almaq	6,890	,009	-4,873	314	,000	-,60085	,12329	-,84344	-,35826
			-6,320	242,788	,000	-,60085	,09508	-,78813	-,41357
Cəsarətliyəm	5,821	,016	1,980	314	,049	,12458	,06293	,00076	,24840
			1,962	134,289	,052	,12458	,06349	-,00100	,25015
Məntiqli qərar verə bilirəm	7,897	,005	-2,167	314	,031	-,15932	,07351	-,30395	-,01469
			-2,370	161,900	,019	-,15932	,06723	-,29208	-,02657

Cədvəl 18 də təhlili nəticəsində səbirliyəm, risk alıram və məntiqli qərar verə bilərəm deyən qadınlar sahibkarlıq fəaliyyəti boyunca qadın olmaqdan dolayı problem yaşamadıqlarını, “Cəsarətiliyəm” deyən qadınlar isə sahibkarlıq fəaliyyəti boyunca qadın olmaqdan dolayı problemlərlə qarşılaşdıqlarını bildirmişlər. Sahibkarlıqla fəaliyyəti boyunca qadın olmasından dolayı problemlər yaşadığını iddia edən sahibkarlar 25,3% dir. “Sahibkarlıq xüsusiyyətləri” ilə “Sahibkarlıq fəaliyyəti boyunca qadın olmamdan dolayı problemlər yaşadım” sualları arasında T testi analizinə əsasən, qadın olmalarından dolayı problem yaşamadıqlarını bildirən qadınların (74,7%) səbirli, məntiqli qərar verə bilmək və risk ala bilmək xüsusiyyətlərinin üstün olduğunu, qadın olmalarından dolayı problemlərlə qarşılaşdığını iddia edən qadınların (25,3%) isə daha cəsarətli olduğu nəticəsi əldə edilmişdir. Ana olan qadınlar (3 və daha artıq uşağı olan) digər qadınlara nəzərən daha çox təcrübələrinə güvəndiklərini bildirmişlər.

Cədvəl 19: “Hansı çətinliklərlə qarşılaşmışsınız?” sualı ilə "Sahibkar olmağı digər qadınlara məsləhət görürsünüzmü?" sualı arasında T-testi analizi

Group Statistics					
	Sahibkar olmağı digər qadınlara məsləhət görürsünüzmü?	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Məkan tapa bilməmək	Bəli	300	3,0567	1,32387	,07643
	Xeyr	16	4,0000	1,26491	,31623
Təcrübəsizlik	Bəli	300	3,1133	1,14522	,06612
	Xeyr	16	2,0000	,73030	,18257
İqtisadi böhran	Bəli	300	2,9733	1,41396	,08164
	Xeyr	16	1,2500	,44721	,11180

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
Məkan tapa bilməmək	,284	,595	-2,783	314	,006	-,94333	,33897	-1,61028	-,27639
			-2,900	16,801	,010	-,94333	,32533	-1,63035	-,25632
	6,587	,011	3,844	314	,000	1,11333	,28965	,54344	1,68323

Təcrübəsizlik			5,734	19,176	,000	1,11333	,19418	,70717	1,51950
İqtisadi böhran	25,735	,000	4,856	314	,000	1,72333	,35491	1,02503	2,42164
			12,449	34,762	,000	1,72333	,13844	1,44223	2,00444

Cədvəl 19 da T-testi analizlərindən, digər qadınlara “sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olmağı” məsləhət görən qadın sahibkarların iqtisadi böhran və təcrübəsizlik kimi problemlərlə qarşılaşdığını, lakin “məkan tapa bilməmək” problemi ilə qarşılaşan qadın sahibkarların isə digər qadınlara sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olmağı məsləhət görmədiklərini müşahidə etdik.

ANOVA

Cədvəl 20: Qadın sahibkarların qarşılaşdıqları problemlərlə yaşlarının Anova analizi

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Heç bir çətinliklə qarşılaşmadım	45,604	3	15,201	9,195	,000
	515,798	312	1,653		
	561,402	315			
Ailəmin razı olmaması	24,304	3	8,101	5,133	,002
	492,443	312	1,578		
	516,747	315			
Həyat yoldaşının razı olmaması	8,669	3	2,890	2,369	,071
	380,521	312	1,220		
	389,190	315			
Maddi imkanımın az olması	75,187	3	25,062	15,942	,000
	490,484	312	1,572		
	565,671	315			
İşin uğursuz olacağı düşüncəsi	55,009	3	18,336	11,959	,000
	478,371	312	1,533		
	533,380	315			
Məkan tapa bilməmək	103,618	3	34,539	23,532	,000
	457,935	312	1,468		
	561,554	315			
Məlumat əldə edə bilməmək	63,707	3	21,236	13,781	,000
	480,787	312	1,541		
	544,494	315			
Sənədləşdirilmənin çətinliyi və qarışıqlığı	94,857	3	31,619	22,494	,000
	438,570	312	1,406		
	533,427	315			
Təcrübəsizlik	22,149	3	7,383	5,805	,001
	396,825	312	1,272		
	418,975	315			
	50,410	3	16,803	9,830	,000
	533,311	312	1,709		

Ev işlərindən dolayı vaxt tapmamaq	583,722	315			
İqtisadi böhran	42,066	3	14,022	7,245	,000
	603,833	312	1,935		
	645,899	315			

Cədvəl 21: “Hansı sahədə sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olursuz” sualı ilə “Sahibkarlıq fəaliyyətinə işsizlik səbəbi ilə başlamışam” deyən qadın sahibkarlar arasında Anova test analizi
İşsizlik

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	58,868	7	8,410	6,301	,000
Within Groups	411,106	308	1,335		
Total	469,975	315			

		İşsizlik				
Hansı sahədə sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olursuz?		N	Subset for alpha = 0.05			
			1	2	3	4
Tukey HSD ^{a,b}	Səhiyyə	15	2,5333			
	Digər	68	3,2353	3,2353		
	Geyim sektoru	78	3,3590	3,3590	3,3590	
	Xidmət	82		3,6585	3,6585	3,6585
	Turizim	16		3,7500	3,7500	3,7500
	İnşaat	16		4,0000	4,0000	4,0000
	Kənd təsərrüfatı	16			4,3750	4,3750
	Təhsil	25				4,4000
	Sig.		,211	,302	,051	,342
Scheffe ^{a,b}	Səhiyyə	15	2,5333			
	Digər	68	3,2353	3,2353		
	Geyim sektoru	78	3,3590	3,3590		
	Xidmət	82	3,6585	3,6585		
	Turizim	16	3,7500	3,7500		
	İnşaat	16		4,0000		
	Kənd təsərrüfatı	16		4,3750		
	Təhsil	25		4,4000		
	Sig.		,069	,099		

Cədvəl 21 də “İşsizlik səbəbindən sahibkarlığa başladıklarını” iddia edən qadın sahibkarlar ən çoxu kənd təsərrüfatı sahəsində olduqları görünür. Eyni zamanda işsizlik səbəbi ilə təhsil sahəsində fəaliyyət göstərən qadın sahibkarlar, geyim sektorunda fəaliyyət göstərən qadın sahibkarlardan daha çoxdur. Xidmət sahəsində isə səhiyyəyə nisbətən işsizlik səbəbi ilə sahibkarlığa başlayan qadınlar daha çoxdu.

Cədvəl 22: İqtisadi böhranla qarşılaşan qadın sahibkarların hansı sahədə sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olduqlarının anova analizi
İqtisadi böhran

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	64,854	7	9,265	4,911	,000
Within Groups	581,044	308	1,887		
Total	645,899	315			

İqtisadi böhran

Hansı sahədə sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olursuz?		N	Subset for alpha = 0.05		
			1	2	3
Tukey HSD ^{a,b}	Kənd təsərrüfatı	16	1,6250		
	Səhiyyə	15	2,0667	2,0667	
	İnşaat	16	2,2500	2,2500	2,2500
	Geyim sektoru	78	2,7949	2,7949	2,7949
	Digər	68		2,8824	2,8824
	Turizim	16		3,0000	3,0000
	Təhsil	25		3,2400	3,2400
	Xidmət	82			3,3659
	Sig.		,067	,065	,096
Scheffe ^{a,b}	Kənd təsərrüfatı	16	1,6250		
	Səhiyyə	15	2,0667	2,0667	
	İnşaat	16	2,2500	2,2500	
	Geyim sektoru	78	2,7949	2,7949	
	Digər	68	2,8824	2,8824	
	Turizim	16	3,0000	3,0000	
	Təhsil	25		3,2400	
	Xidmət	82		3,3659	
	Sig.		,105	,156	

Anova analizindən aldığımız İqtisadi böhran, devalvasiya hər işə çətinliklər yaratdığı kimi sahibkarlıq fəaliyyətinədə öz təsirini göstərir. Beləki, iqtisadi böhranla qarşılaşan qadın sahibkarların hansı sahədə sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olduqlarının anova analizi nəticəsində geyim sahəsinə xidmət sahəsinə nəzərən daha çox ziyan verdiyi, səhiyyəyə isə xidmətə nəzərən daha az təsir etdiyi nəticəsini əldə etdik. Ümumiyyətlə iqtisadi böhranla qarşılaşan qadın sahibkarlardan ən az zərər görənlər kənd təsərrüfatı sahəsində olduğu aşkarlanmışdır.

Cədvəl 23: “neçə uşağınız var?” sualı ilə Cəsarətliyəm, Məsuliyyətlüyəm və Təcrübələrimə güvənirəm sualını cavablayan qadın sahibkarlar arasında Anova analizi

Cəsarətliyəm

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	4,574	3	1,525	6,732	,000
Within Groups	70,651	312	,226		
Total	75,225	315			

Məsuliyyətliyəm

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	5,097	3	1,699	8,671	,000
Within Groups	61,140	312	,196		
Total	66,237	315			

Təcrübələrimə güvənirəm

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	6,453	3	2,151	5,592	,001
Within Groups	120,013	312	,385		
Total	126,465	315			

Cədvəl 23 də uşağı olmadığını bildirən qadın sahibkarlar 1 və 2 uşağı olan qadınlardan daha məsuliyyətli və cəsarətli olduqlarını iddia edərkən, 3 və daha çox uşağı olan qadınlar digərlərinə nisbətən təcrübələrinə güvəndiklərini bildirmişlər.

Cədvəl 24 də Təhsil və Özünə inam sualları arasında aparılan Anova analizi nəticəsində orta ixtisas təhsilli qadın sahibkarlar anketdə iştirak edən digər qadınlara nisbətən daha az cəsarətli olduqlarını bildirmişlər. Təhsilin iş həyatına birbaşa təsirini orta ixtisaslı qadınların digər qadınlara nisbətən özünə inamla bağlı problem yaşadığını görürük ki, bu da Bakalavr və Magistr/doktorantura təhsilli qadınların özünə daha çox inandığı nəticəsini bizə verir.

Cədvəl 24: “Təhsiliniz” və “Özünə inam” sualı arasında Anova analizi

Özümə inanıram

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,847	3	,282	1,368	,253
Within Groups	64,353	312	,206		
Total	65,199	315			

Özümə inanıram			
Təhsiliniz?		N	Subset for alpha = 0.05
			1
Tukey HSD ^{a,b}	Tam orta	27	1,1111
	Orta ixtisas	33	1,1515
	Magistr/Doktorantura	96	1,2500
	Bakalavr	160	1,2688
	Sig.		,329
Scheffe ^{a,b}	Tam orta	27	1,1111
	Orta ixtisas	33	1,1515
	Magistr/Doktorantura	96	1,2500
	Bakalavr	160	1,2688
	Sig.		,414

Cədvəl 25 də aylıq gəlir və qarşılaşdığı problemlər sualının Anova analizi nəticəsində, 0-300 azn aylıq gəliri olan qadın sahibkarlar digərlərinə nisbətən daha az çətinliklə qarşılaşdıqlarını bildiriblər. 600-900 aylıq gəlirə malik qadınlar daha çox çətinliklə qarşılaşdıqlarını bildirirlər. Bu təhlildən belə nəticəyə gəlmək olarki, kiçik bir sahibkarlıq fəaliyyəti olan qadın təbii olaraq müştəri və işçi sayı az olması və hələ tam sahibkarlıq fəaliyyətini genişləndirmədiyindən problemlərlə də az qarşılaşır.

Cədvəl 26 da qadınların Azərbaycanda qadın sahibkarlığının inkişafı üçün məsləhətləri verilmişdir.

3.5. SWOT analizi

Cədvəl 27: Qadın sahibkarların SWOT analizi

Güclü tərəfləri	Zəif tərəfləri
-----------------	----------------

• Ali təhsilli olmaları • Gənc və dinamik iş potensialına sahib olmaları • Motivasiya • Effektiv işləmək • Uğurlu rol modellərin günügündən artması • Qadın istehlakçıların tələblərinə cavab vermək (əl əməyi, xalçaçılıq, ipəkçilik). • Sektorun çoxşaxəli olması • Digər qadınları işlə təmin etmələri • Özünə inamın yüksək səviyyədə olması • Sahibkarlığa öz maddi imkanlarıyla başlamaları • Ölkədə əhali tərkibində gənc qadınların sayının çox olması	• Diferensiallaşma • Qadın sahibkarların say azlığı • İnformasiya qıtlığı məlumatlılıq • Bu sahəyə profisional şəkildə yanaşmamaq • Rəsmi şəkildə fəaliyyət göstərməmək • Keçmişdən cəmiyyətdə formalaşan stereotiplər • Cəmiyyətdə qadına yüklənən rol modellər • Beynəlxalq bazara çıxmağı bacarmamaq • Cəmiyyətdə sahibkarlıq mədəniyyətinin zəif inkişafı • İş əlaqələrinin geniş olmaması • Bankların xüsusi olaraq qadın sahibkarlar üçün güzəştli kreditlər tətbiq etməməsi
Füर्सətləri	Təhlükələri
• Dövlət tərəfindən dəstək • Sahibkarlığa dəstək (ABAD,KOBİA,AQSİA) kimi təşkilatların yaranması • Digər qadın sahibkarların dəstəyi (Wowomen) • Bankların sahibkarlara kreditlər təklif etməsi • Strateji yol xəritəsində qadın sahibkarlara aid tədbirlər planının olması	• İqtisadi böhran devalvasiya • Hüquqi şəkildə olmasada cəmiyyətdə gender bərabərsiliklə qarşılaşma halları • Böyük və güclü şirkətlərin yeni yaranan şirkətlərə təzyiqi • İstehlakçının xarici markalara üstünlük verməsi

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Cəmiyyətə dəyər qatan, ölkənin sosial mədəni, siyasi, fikir dəyişmələrində rol alan qadınların iqtisadi mühitdə inkişafı önəmlidir və bu prosesin sürətli inkişafı üçün araşdırmalar aparılmalı problemlərin əsas səbəbləri tapılmalıdır. Bu gün Azərbaycan Respublikasında 170934 qadın sahibkar var və bunların 53653 nəfəri Bakı şəhərində fəaliyyət göstərir. “Kiçik Orta Sahibkarlığın İnkişaf Etdirilməsində Qadın Sahibkarlığın Rolu: Bakı Nümunəsi” adlı dissertasiya işinin araşdırılması zamanı Azərbaycandakı qadın sahibkarlığın mövcud vəziyyəti, inkişaf perspektivləri, ölkə iqtisadiyyatındakı rolu, qadın sahibkarların qarşılaşdığı problemlər araşdırılmış və təhlillər aparılmışdır.

Respublikamızın əhalisinin yarıdan çoxunu qadınlar təşkil edir. Lakin statistik nəticələrdə qadınların sahibkarlıq fəaliyyətində kişilərdən 58% az olduğunu görürük. Bunun əsas səbəblərindən biri stereotiplərin olması, qadının iqtisadiyyatda kişilərlə birgə iştirakına mənfi hal kimi baxılmasıdır. Adət-ənənə, mentalitet kimi səbəblər göstərilərək qadına müxtəlif rollar yüklənir, müxtəlif maneələr qoyulurdu. Qadın ailə-ev, uşaqların qayğılarıyla məşğul olan heçbir sosial fəaliyyəti olmayan, yalnız ev işləri, ailə problemlərilə məsuliyyətləndirilirdi. Dönəm-dönəm ölkəmizin işğalçılar tərəfindən hücumə məruz qalması da əhalidə ruh düşgünlüyü, məcburi köçkünlərin öz vətənlərindən məcburi ayrılması, qız uşaqlarının təhsilinin yarımçıq qalması kimi hadisələrdə qadın sahibkarlığın inkişafına məhdudiyyətlər yaradırdı. Sovet dönəmində nəinki qadınlar, kişilərin belə hüquqları məhdudlanır, şəxsi sahibkarlıq fəaliyyətinə icazələr çətinləşir, yalnız sovet hakimiyyətinə aid idarə və zavodlarda işləmək məcburiləşdirilirdi.

Yuxarda qeyd olunan hallar kimi bir çox problemlər qadın sahibkarlığın qarşısında bir əngəl, maneə yaradırdı. Müstəqil dövlət olduğumuzdan bu yana iqtisadiyyatda baş verən müsbət dəyişikliklər əhalidə sahibkarlığa maraq və ruh yüksəkliyi yaratdı. Müxtəlif qeyrihökumət təşkilatları, fondlar yaradılmaqla, layihələr təlimlər keçirilməklə vətəndaşlara bu sahədə informasiyalar verilirdi. Bunun sayəsində son zamanlarda sahibkarlıq fəaliyyətinə başlamaq istəyin

qadınların sayında artım görürük. Qadınlar kiçik təşəbbüslər həyata keçirir və bir çox sahibkarlıq fəaliyyəti böyük uğurlu nəliyyətlər əldə edir.

Ölkəmizdə qadın sahibkarlığın inkişafına dəstək məqsədli Sahibkarlığın İnkişafı Fondu tərəfindən 4200-dək qadına 104 milyon manatadək güzəştli kredit verilmişdir və bu kreditlərin reallaşdırılması 8500-dən çox iş yerinin yaradılmasına əlverişli mühit yaradır. Fond tərəfindən həmçinin 3524 nəfərə 2002-2015-ci illər ərzində 55,5 milyon manat, 2016-cı ilin I yarımilində 154 qadın sahibkara 8,1 milyon manat güzəştli kreditin verilməsi həyata keçirilmişdir. Turan Bankın Marketinq və Satış Departamentinin “Qadın Bankçılıq” şöbəsi sahibkarlıq fəaliyyətinə başlamaq istəyən qadınlara ödənişsiz maliyyə məsləhətləri verir. Qadınların sahibkarlıq fəaliyyətində inkişafı məqsədilə Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyi ilə Almaniya Federal İqtisadiyyat və Texnologiya Nazirliyi arasında imzalanmış müqaviləyə əsasən, ölkə sahibkarları “biznesin idarə edilməsi sahəsində kadrların ixtisasının artırılması” proqramı çərçivəsində 277 sahibkardan 57-i qadın sahibkar, o cümlədən 2016-cı ilin I yarımili ərzində 21 sahibkardan 3-ü qadın sahibkar olmaqla Almaniya ixtisas artırma kurslarına göndərilmişdir.

Bu gün Azərbaycanda çox böyük sahibkar olan qadınlarımız var. Sayları azda olsa dövlət tərəfindən verilən dəstək gənc qadınların sahibkarlığa olan marağını artırır. Sahibkarlığı dəstəkləyən təşkilatların yaranması və işlərini böyütmələri gələcəkdə qadın sahibkarlığına böyük töhfələr verəcəkdir. Dövlət tərəfindən sahibkarlara tam dəstəyin verilməsi, strateji yol xəritəsində qeyd olunması, qadın sahibkarlığın dövlət qarşısında da prioritet siyasət olaraq ön sıralarda durduğunun göstəricisidir.

Sahibkarlıqla məşğul olmaq istəyən qadınlarımız uğurlu sahibkarlıq fəaliyyəti üçün mariflənmalı, hüquqlarını bilməli, qurduqları iş sahəsində ixtisaslaşdırılmalıdırlar. Xalçaçılığın, pambıqçılığın inkişaf etdirilməsi, yeni zavod və fabriklərin yaradılması, onların məhsullarının xaricə ixrac olunması, qadınlar arasında savadlı və təcrübəli mütəxəssislərin hazırlanması istiqamətində işlər görülməli layihələr hazırlanmalıdır.

Tədqiqat işində Bakıda fəaliyyət göstərən qadın sahibkarlar haqqında əldə etdiyimiz məlumatlara əsasən ümumiləşdirilmiş nəticələrə görə Bakıda fəaliyyət göstərən qadın sahibkarların ümumi göstəriciləri aşağıdakı Cədvəldə verilmişdir.

Cədvəl 28: Bakıda fəaliyyət göstərən qadın sahibkarların ümumi göstəriciləri

Mövzu	Nəticə
Yaş aralıqları	25-34 yaş
Təhsil səviyyələri	Bakalavr
Ailə vəziyyətləri	Evli
Sahibkarlıq fəaliyyətinin müddəti	0-3 il
Gəlirləri	1201 azn və artıq
Fəaliyyət göstərdikləri sahə	Geyim, xidmət
Sahibkarlığa başlama səbəbləri	Arzuları iş, heçkimin rəhbərliyi altında işləməmək
Sahibkarlıq fəaliyyətinə başlarkən sərmayəni haradan əldə edirlər	Öz imkanları və ya ailə dəstəyi hesabına
Problemləri	Maddi imkanlarının məhdud olması
Sahibkarlıq xüsusiyyətləri	Özünə inam, cəsarətlidirlər, təhsillərinə güvənirlər, Məsuliyyətlidirlər, Çalışqandirlər
Sahibkarlıq fəaliyyəti barədə məlumat əldə edirlər	İnternet resurslarından

Hipotez 1. Qadınların sahibkarlıq fəaliyyətinə başlamalarına əsas səbəb işsizlik probleimidir. Anket sorğunun nəticələrinə görə qadınları sahibkarlığa yönləndirən faktor kimi işsizlik səbəbəbi 21,5 faizi təşkil edir. Bu hipotez öz təsdiqini tapmamışdır.

Hipotez 2. Azərbaycanda ana olmaq qadınların sahibkarlıq fəaliyyətini məhdudlaşdırmır. Anket zamanı 57,3 faiz qadın sahibkar ana olduğunu bildirmişdir. Bu nəticəylə hipotez 2 təsdiqlənir.

Hipotez 3. Azərbaycanda qadın sahibkarlarda Liderlik xüsusiyyətləri yüksəkdir. Anket nəticələrinə görə 87,3 faizlə bu hipotez öz təsdiqini tapmışdır.

TƏKLİFLƏR

1. Qadın sahibkarlıqla bağlı dəqiq və açıqlayıcı bir şəkildə vizyon yaradılmalı, hökumət proqramlarında ön sırada olmalıdır.
2. Şirkətin qurulması, idarəsi və yaxud bağlanması prosesləri sadələşdirilməli və dəqiqləşdirilməlidir, sənədləşdirilmə işləri yüngülləşdirilməli, bir mərkəzdə sadə və dəqiq olmalıdır.
3. Vergi tutulmalarında sadəcə kənd təsərrüfatı deyil digər sahələrdə də yeni sahibkarlığa başlayan qadınlara güzəştlər tətbiq olunmalıdır.
4. Qadın sahibkarlara verilən kreditlər artırılmalı, faiz dərəcələri aşağı düşürülməlidir.
5. Qadın sahibkarlığını dəstəkləyən qurumların işi böyüdülməli, sahibkarlıqla bağlı ideası olan hər bir qadına başdan sona qədər sahibkarlıq fəaliyyətində köməklik göstərilməlidir.
6. Qadın sahibkarlıqla bağlı mütəmadi araşdırmalar aparılmalı və hesabatlar hazırlanmalıdır.
7. Qadın sahibkarlara uyğun mütəmadi işləyən mükafat və təşviq mexanizimləri yaradılmalıdır.
8. Sahibkarlıqla bağlı yaranan problemlər, şikayət və təkliflər bir mərkəz tərəfindən idarə olunmalıdır.
9. İnformasiya bir mərkəzdən və tam məlumatlandırılmalı, məlumatlar əlçatan olmalıdır.
10. Orta məktəbdən etibarən sahibkarlıq fənni tədris edilməli, şagirdlər sahibkarlıq ruhunda yetişdirilməlidir.
11. İnkişaf etmiş, qadın sahibkarlığının göstəriciləri yüksək olan ölkələrdən nümunə proqramlar götürülməli Azərbaycanda tətbiq edilməlidir.
12. Sahibkarlığın yüksək səviyədə olduğu dövlətlərlə birgə layihələr hazırlanmalıdır.
13. Qadınlara dəstək məqsədli mentorluq proqramları təşkil edilməlidir.
14. Uşaqlı analara iş həyatına, iqtisadiyyata qatılmaları üçün həvəsləndirici və dəstəkləyici proqramlar hazırlanmalıdır.

- 15.Əl əməyi olan lakin təhsilsiz, məlumatsız olan, sosial mühitdən kənar qalan qadınlara təlim keçirilməli onların işi professionalşdırılmalıdır.
- 16.Qadınlara rol modellərin yüklənməməsi, yalnız ev-ailə, uşaq qayğılarıyla deyil, iqtisadiyyatında bir parçası kimi aktiv iştirakı barədə informasiyalar mediya yayımlanmalı.
- 17.Ailələrə öz övladlarına dəstək olmaları, qarşılarına maneələr qoymamaları haqqında məlumatlandırıcı informasiyalar verilməlidir.
- 18.Texnologiyaların tətbiqi, yeniliklər, barədə qadınlar məlumatlandırılmalıdırlar.

İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYATLAR

Azərbaycan dilində

1. “İri, orta və kiçik sahibkar meyarları”nın təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin Qərarı <http://www.e-qanun.az/framework/30115>
2. ABAD - <http://abad.gov.az/az>
3. Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2015-ci il 5 iyun tarixli 215 nömrəli qərarı.
4. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi <https://www.stat.gov.az/source/gender/>
5. Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi 2016 <https://static.president.az/pdf/38542.pdf>
6. Kiçik Orta Sahibkarlığın İnkişaf Etdirilməsində Qadın Sahibkarlığın Rolu: Azərbaycan Baki Nümunəsində, 2018 və Ülkər Bayramova
7. Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyi <http://smb.gov.az/nav/kob-nkiaf-fondu>
8. Sahibkarlığın İnkişafı Fondu <http://anfes.gov.az/az/>

Türk dilində

1. Ahmet Merih Özyılmaz 2016 Türkiye’de Kadın Girişimciliği ve Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma
2. Ahmet Merih Özyılmaz 2016 Türkiye’de Kadın Girişimciliği Ve Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma
3. Ahmet Merih Özyılmaz - Türkiye’de Kadın Girişimciliği Ve Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma Haziran 2016
4. Altun, C., Altun, Y. ve Ozan B. (2008, 17 Ekim). Kadınların Çalışma Hayatındaki Yeri ve Konuyla İlgili Yapılan Son Düzenlemeler. www.muhasabenet.net
5. ANAFARTA, N./SARVAN, F./YAPICI, N. (2008), “Konaklama İşletmelerinde Kadın Yöneticilerin Cam Tavan Algısı: Antalya İlinde Bir Araştırma,” Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, 15:111-137.
6. Bakırcı, K. (2011). “Business, Women In”. Editors Zeiss Stange, M., K. Oyster, C. & Sloan, J.E((Eds.). Encyclopedia of Women in Today’s World, Volume 1, (p. 206 210.), Thousands Oaks: Sage Publications.
7. Çelik, Cemile ve Mahmut Özdevecioğlu (2001); “Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma,” Orta Anadolu Kongresi, Nevşehir, s. 487-498, <http://www.iibf.nevsehir.edu.tr/sayfalar/yayin/OAK.pdf>
8. Demir, Nazmiye, Türkiye’de Girişimcilik ve Kadın, Sayı: 315, 2015, <http://anahtar.sanayi.gov.tr/tr/news/turkiyede-girisimcilik-ve-kadin/1970> (10.07.2017)

9. Ecevit, Yıldız (1993); Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi, Kadın Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli, Ankara, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Eğitim Serisi, Yayın No: 74.
- 10.GÜRAN, Tevfik, İktisat Tarihi, Acar Matbaacılık - Yayıncılık, 1991, İSTANBUL.
- 11.Karadal, H., (2014). Girişimcilik (3.Baskı). İstanbul: Beta Yayınları, 23-45.
- 12.KARATEKE, G.; 2006. Kadınları Girişimciliğe İten Faktörler, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul (yayınlanmamış).
- 13.Kavaf, A. (2010 25 Mart). “Avrupa’da Kadın Girişimciliğinin Teşvik Edilmesi” Konulu Konferans Konuşması. http://www.selmaaliyekavaf.com.tr/habericerik.asp?hb=288&keepThis=true&TB_iframe=true&height=500&width=850
- 14.Kızılgöl, Ö. ve İşgüden B., (2008). Bandırma’nın Girişimcilik Potansiyelinin Değerlendirilmesi.Balıkesir Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 9(2) 257-279.
- 15.Koç, Sinanoğlu, E. (2005). Kadın Girişimciler Kavramı ve Serbest Meslek Mensubu Kadın Girişimcilere İlişkin Konya İlinde Uygulamalı Bir Araştırma. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- 16.Kutanis, R. Özen (2003), “Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü: Kadın Girişimciler,” 11. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı (Afyon).
- 17.Liman, F. (1993). ABD, Kanada ve İngiltere’de Kadın Girişimciliğinin Gelişimi. Kadın Girişimcilik, Haz: Necla Arat, TES-AR Yayınları, Ankara.
- 18.Mahmut Tekin, Derya Özilhan, Harika Uçar, Kadın Girişimciler ve Başarılı Eğilimleri İle İlgili Bir Uygulama, II. Ulusal Orta Anadolu Kongresi, Niğde, Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları: 666, 2002, 305.
- 19.Müslüme Narin, Ali MARŞAP, M. Ali GÜROL, Global Kadın Girişimciliğinin Maksimizasyonunu Hedefleme: Uluslararası Arenada Örgütlenme ve Ağ Oluşturma, Gazi Ü. İ.İ.B.F. Dergisi, 2006; C. 8,Sayı. 1, 67.
- 20.Ömer Dinçer ve Yahya Fidan,(1991) İşletme Yönetimine Giriş,(İstanbul:Beta Basım Yayın Dağıtım AŞ), s.71
- 21.Saygın, M., (2016). Kültürel Sermaye, Beşeri Sermaye ve Sosyal Sermayenin Girişimci Kişilik Özelliklerine Etkisi: İç Anadolu Bölgesi Genç Girişimciler Kurulu Örneği. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Aksaray.
- 22.Sosyal, A 2010. “Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde bir Araştırma” Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi 5(1), 71-95.
- 23.ŞAHİN, E.; 2006. Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya (yayınlanmamış).

İngilis dilində

1. ACS, Zoltan J., Bo CARLSSON ve Charlie KARLSSON (1999): “Entrepreneurship, Small and Medium-Sized Enterprises, and the Macroeconomy”, Cambridge University Press
2. Al-Qurim, Nabeel A.Y., (1997): “Electronic Commerce in Small to Medium-Sized Enterprises: Frameworks, Issues and Implications”, Idea Group Inc (IGI)
3. American Express OPEN, “The 2017 State of Women-Owned Businesses Report,” (November 2017)
4. Avropa Komissiyası www.europa.eu
5. Bakırcı, K. (2011). “Business, Women In”. Editors Zeiss Stange, M., K. Oyster, C. & Sloan, J.E((Eds.). Encyclopedia of Women in Today’s World , Volume 1, (p. 206-210.), Thousands Oaks: Sage Publications
6. Brush, C.G. (2008). Women Entrepreneurs: A Research Overview. The Oxford Handbook of Entrepreneurship. Edited by Anuradha Basu, Mark Casson, Nigel Wadeson, and Bernard Yeung. Oxford University Press.
7. Buttner, E. H., & Rosen, B. (1988). Bank loan officers’ perceptions of characteristics of men, women and successful entrepreneurs. Journal of Business Venturing, 3 (3), 249-258.
8. Buttner, E. H., ve Moore, D. P. (1997). “Women’s organizational exodus to entrepreneurship: Self-reported motivations and correlates with success”, Journal of Small Business Management, 35 (1), 34-46
9. Carter, S. & Cannon, T. (1992). Women as entrepreneurs. London: Academic Press.
10. CHOFARAS, Dimitris N., (2004): “Economic Capital Allocation with Basel II: Cost, Benefit and Implementation Procedures”, Butterworth-Heinemann
11. Collins, O. F. & Moore, D. G. (1964). The Enterprising Man. East Lansing: Bureau of Business and Economic Research, Graduate School of Business Administration, Michigan State University.
12. Cooper, A. C., & Artz, K. W. (1995). Determinants of satisfaction for entrepreneurs. Journal of Business Venturing, 10 (6), 439-457
13. Cowling, M. And M. Taylor 2001 Entrepreneurial Women and Men: Two Different Species? Small Business Economics, Vol. 16(3), May, pp. 167-175.
14. Davis, Angela, (2011). “Rural and Urban Women Entrepreneurs: A Comparison of Service Needs and Delivery Methods Priorities”, Journal of Business Science and Applied Management, Volume. 6, Issue. 2: 1-16.
15. Dharmendran, A., “A Study on Women Entrepreneurship Development Through Self Help Group”, Shanlax International Journal of Management, IV/1, 2016, s. 69-74
16. European Commission (2008). Evaluation On Policy: Promotion Of Women Inno vators And Entrepreneurship.

17. Government Equalities Office
https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/248150/0874.pdf
18. Hebert, R. F. & Link, A. N. (1982). *The Entrepreneur: Mainstream Views and Radical Critiques*. New York: Praeger Publishing.
19. <https://www.dunya.com/ekonomi/dunyada-sirket-yonetimlerinin-yuzde-25inde-kadin-var-haberi-352975>
20. Hulbert, Bev; Gilmore, Audrey; Carson, David, (2013). “Sources of Opportunities Used By Growth Minded Owner Managers of Small and Medium Sized Enterprises”, *International Business Review*, 22, 293–303.
21. Xavier, S.R., Kelley, D.J., Kew, J., Herrington, M. & Vorderwülbecke, A.(2012) *Global Entrepreneurship Monitor: 2012 Global Report*.
<http://www.leo.itesm.mx/GEM/Reporte%20Global%202012.pdf>
22. Kelley, D.(2011). *Women’s Entrepreneurship Around the World*. Entrepreneurial Dynamics Conference Warsaw, Poland December 17, 2011.
<http://www.parp.gov.pl/files/74/75/76/479/15332.pdf>
23. Kelley, D.J., Brush C.G., Greene, P.G.. & Litovsky, Y. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor: 2010 Women’s Report*.
<http://www.gemconsortium.org/docs/download/768>
24. Kodithuwakku, Sarath S.; Rosa, Peter, (2002). “The Entrepreneurial Process and Economic Success in A Constrained Environment”, *Journal of Business Venturing* 17, 431–465.
25. Kolvalainen, A. & Arenius, P. (2006). Country Report on Finland, in C. Brush, N. Carter, E. Gatewood et al. (eds) *The Diana Project International: Growth Oriented Women Entrepreneurs and their Businesses: A Global Research Perspective (New Horizons in Entrepreneurship)*. London: Elgar
26. Liebenstein, H. (1968). *Entrepreneurship and Development*. *American Economic Review*. (May) 58.
27. Littlejohn, V., (2006). “Women Entrepreneurship: An Important Issue for Global Policy Agenda”. *OECD# SME and Entrepreneurship Outlook 2005* (p. 107-118). Paris: OECD Publishing
28. LOUW, Lynette. - van Eeden, S. M. - Bosch, J. K. - Venter, D. J. L. (2003). “Entrepreneurial Traits of Undergraduate Students at Selected South African Tertiary Institutions”. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, Volume: 9, Number: 1, s. 5-26.
29. Martinez, M.G.; Briz, J. (2000): “Innovation in the Spanish Food & Drink Industry”, *International Food and Agribusiness Management Review*, 3:155–176.
30. Marttila, T.(2013). *The Culture of Enterprise in Neoliberalism: Specters of Entrepreneurship*. New York: Routledge.
31. McClelland, D. (1961). *The Achieving Society*. New York: The Free Press
32. McKinsey & TÜSAİD. (2016). *Women Matter Turkey 2016 Report*
33. Milliken, F. J., Martins, L. L., & Morgan, H. (1998): “ Explaining organizational responsiveness to work-family issues: The role of human

- resource executives as issue interpreters”, *Academy of Management Journal*, 41(5): 580-592.
34. Minniti M. Arenius P., 2003, “Women In Entrepreneurship,” *The Entrepreneurial Advantage Of Nations: First Annual Global Entrepreneurship Symposium* (United Nations Headquarters).
 35. Minniti, Maria, (2004). “Entrepreneurial Alertness and Asymmetric Information In a Spin-Glass Model”, *Journal of Business Venturing*, 19, 637–658.
 36. Mwangi S. Muchiri, (2012), “Psychosocial Challenges Facing Female Entrepreneurs in Rural Informal Sector and Their Coping Mechanisms: A Case Study of Gucha District, Kenya”, *Research on Humanities and Social Sciences* ISSN 2224-5766(Paper) ISSN 2225-0484(Online), Vol.2, No.2, 2012: 15-27.
 37. Neergaard, H. (2006). Country Report on Denmark, in C. Brush, N. Carter, E. Gatewood et al. (eds) *The Diana Project International: Growth Oriented Women Entrepreneurs and their Businesses: A Global Research Perspective* (New Horizons in Entrepreneurship). London: Elgar.
 38. OECD (2006). *OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2005*. Paris: OECD Publishing
 39. OECD 2000 *Employment Outlook* OECD, Paris.
 40. Office for National Statistics 2009
 41. Office for National Statistics 2013
<https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/birthsdeathsandmarriages/families/bulletins/familiesandhouseholds/2013-10-31>
 42. Pue Ho Chu, P(2004) *The Making of Women Entrepreneurs in Hong Kong*. Aberdeen, Hong Kong: Hong Kong University Press.
 43. Puechner P. ve Diegelmann, C. (2007) Identifying good practice in the promotion of female entrepreneurship. Carter, N., Henry, C., O Cinneide, B. & Johnston, K(Eds). *Female Entrepreneurship: Implications for Education, Training and policy*. New York: Routledge. p. 187-205.
 44. Renzulli, L.A., H. Aldrich and J. Moody 2000, Family Matters: Gender, Networks and Entrepreneurial Outcomes, *Social Forces*, December 2000 79(2) pp 523-546.
 45. Rosa, P. And M. Scott 1999. The prevalence of multiple owners and directors in the SME sector: implications for our? *Understanding of start-up and growth, Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 11, Pp 21-37.
 46. Rosenberg, Michelle (2007); *Inspiring Women: How Real Women Succeed in Business*, Surrey: Crimson Publishing,
http://www.amazon.co.uk/InspiringWomen-Entrepreneurs-Succeed-Business/dp/1854584103#reader_1854584103
 47. Savignac, F. (2005) : “The Impact of Financial Constraints on Innovation: Evidence from French Manufacturing Firms”, *Université Panthéon-Sorbonne (Paris 1, Cahiers de la Maison des Sciences Economiques*, v06042.

48. Schumpeter, J. (1934). The Theory of Economic Development. Cambridge, MA: Harvard University Press
49. Shepherd, Dean A.; Covin, Jeffrey G.; Kuratko, Donald F., (2009). "Project Failure From Corporate Entrepreneurship: Managing The Grief Process", Journal of Business Venturing, 24, 588–600.
50. Smith-Hunter, A. E. (2006) Women Entrepreneurs Across Racial Lines: Issues of Human Capital, Financial Capital and Network Structures. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Company.
51. Wickham, P. A. (2001). Strategic Entrepreneurship. UK: Financial Times Prentice Hall.
52. Women Business Owner Statistics 2017
<https://www.nawbo.org/resources/women-business-owner-statistics>

İnternet resursları

1. <http://www.e-qanun.az/framework/30115>
2. <http://abad.gov.az/az>
3. www.muhasabenet.net
4. www.europa.eu
5. <https://www.stat.gov.az/source/gender/>
6. <http://www.iibf.nevsehir.edu.tr/sayfalar/yayin/OAK.pdf>
7. <http://anahtar.sanayi.gov.tr/tr/news/turkiyede-girisimcilik-ve-kadin/1970>
8. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/248150/0874.pdf
9. <https://about.beauhurst.com/blog/funding-statistics-uk-female-entrepreneurs/>
10. <https://www.dogrulukpayi.com/bulten/2018-de-kadin-istatistikleri>
11. <https://www.haberler.com/mastercard-kadin-girisimciler-endeksi-yayinlandi-10636041-haberi/>
12. <https://www.wbenc.org/blog-posts/2018/10/10/behind-the-numbers-the-state-of-women-owned-businesses-in-2018>.
13. <http://www.leo.itesm.mx/GEM/Reporte%20Global%202012.pdf>
14. http://www.selmaaliyekavaf.com.tr/habericerik.asp?hb=288&keepThis=true&TB_iframe=true&height=500&width=850
15. <http://www.parp.gov.pl/files/74/75/76/479/15332.pdf>
16. <http://smb.gov.az/nav/kob-nkiyf-fondu>
17. <http://www.gemconsortium.org/docs/download/768>
18. <http://www.iibf.nevsehir.edu.tr/sayfalar/yayin/OAK.pdf>
19. <http://anahtar.sanayi.gov.tr/tr/news/turkiyede-girisimcilik-ve-kadin/1970>
20. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/248150/0874.pdf
21. <https://about.beauhurst.com/blog/funding-statistics-uk-female-entrepreneurs/>
22. <https://www.dogrulukpayi.com/bulten/2018-de-kadin-istatistikleri>

23. <https://www.haberler.com/mastercard-kadin-girisimciler-endeksi-yayinlandi-10636041-haberi/>
24. <https://www.wbenc.org/blog-posts/2018/10/10/behind-the-numbers-the-state-of-women-owned-businesses-in-2018>.
25. <http://www.leo.itesm.mx/GEM/Reporte%20Global%202012.pdf>
26. http://www.selmaaliyekavaf.com.tr/habericerik.asp?hb=288&keepThis=true&TB_iframe=true&height=500&width=850
27. <http://www.parp.gov.pl/files/74/75/76/479/15332.pdf>
28. <http://smb.gov.az/nav/kob-nkiaf-fondu>
29. <http://www.gemconsortium.org/docs/download/768>
30. <http://smb.gov.az/nav/kob-nkiaf-fondu>
31. <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/birthsdeathsandmarriages/families/bulletins/familiesandhouseholds/2013-10-31>
32. http://www.amazon.co.uk/InspiringWomen-Entrepreneurs-Succeed-Business/dp/1854584103#reader_1854584103
33. <http://anfes.gov.az/az/>
34. <https://www.nawbo.org/resources/women-business-owner-statistics>
35. <https://www.dunya.com/ekonomi/dunyada-sirket-yonetimlerinin-yuzde-25inde-kadin-var-haberi-352975>
36. <https://static.president.az/pdf/38542.pdf>

Cədvəl 1: Müstəqillik qazandıqdan sonrakı dövrdə Azərbaycanda sahibkarlığın inkişafı:

Sahibkarlığın inkişaf mərhələləri					
Mərhələlər		Xüsusiyyətləri	Nəticələr	İqtisadi inkişafın tələbləri	Mərhələlər
1993-cü ilə qədər olan mərhələ		- İslahatların həyata keçirilməsində ləngimələr - Həyata keçirilən epizodik tədbirlərdə systemsizlik	- İnkişaf göstəricilərinin səviyyəsinin aşağı düşməsi - Maliyyə və istehsal sahələrində qeyri-sabitliyin hökm sürməsi	- Bazar iqtisadiyyatına istiqamətlənmiş sistemli islahatlara başlama zərurəti - Özəlləşdirmənin həyata keçirilməsi - Sahibkarlığın təşəkkülünün dövlət müdafiə sisteminin formalaşması	1993-cü ilə qədər olan mərhələ
1993-2002-ci illər	1993-1996-cı illər	- Real islahatlar üçün zəruri şərtlərin təmini - Siyasi və makroiqtisadi sabitliyin əldə edilməsi - Sahibkarlığın təşəkkülü istiqamətində ilkin tədbirlər	- ÜDM-in azalmasının qarşısının alınması - İnflyasiyanın minimal səviyyəsinin təmini	Formalaşmış əsaslar üzərində islahatların həyata keçirilməsinin sürətləndirilməsi	1993-1996-cı illər
	1996-2002-ci illər	- Sahibkarlığın inkişafının dövlət müdafiə sisteminin təşəkkülü - Özəlləşdirmə - İdarəetmədə struktur dəyişikliyi	- əsas makroiqtisadi göstəricilərin artım dinamikası - sahibkarlıq subyektlərinin sayının dinamik artımı - xarici investisiya axını	Ölkənin potensialının daha dolğun reallaşdırılması məqsədilə sahibkarlıq sektorunda sahə, regional və texnoloji baxımdan struktur dəyişikliklərin həyata keçirilməsi	1996-2002-ci illər
2002-2015-ci illər		- Sahibkarlığın inkişafının dövlət müdafiə sistemində köklü dəyişikliklər: - maliyyə təminatı - dövlət tənzimlənməsi - infrastruktur - hüquqların müdafiəsi - insan kapitalının inkişafı	- Sahibkarlıqda istehsal yönümlü inkişaf meyli - Regionlarda işgüzar fəaliyyətin canlanması - Sahibkarların cəmiyyətdəki mövqeyinin möhkəmləndirilməsi - İnkişaf edən iqtisadiyyata uyğun kadrların təminatı məqsədilə istedadlı gənclərin	- Məşğulluğun təmini - Regional potensialın reallaşdırılması: - sənaye - aqrar sahə - turizm - İxrac potensialının reallaşdırılması - İnnovasiya sahibkarlığının təşəkkülü və inkişafı	2002-2015-ci illər

		qabaqcıl ölkərdə təhsili		
2015-ci ildən sonrakı mərhələlər	· Qeyri-neft sektorunun inkişafı istiqamətində köklü islahatlar: - lisenziyalaşdırma - yoxlamaların dayandırılması - sənaye, yaxud texnologiya parkları, sənaye məhəllələri - ixracın və investisiyanın təşviqi və dəstəklənməsi - STRATEJİ YOL XƏRİTƏLƏRİ - yerli istehsalın subsidiyalar hesabına dəstəklənməsi · Sosial layihələrin daha da diqqət mərkəzində yer alması	· Beynəlxalq hesabatlarda ölkənin reytinginin yüksəldilməsi · İqtisadiyyatda, xüsusən də ixracatda qeyri-neft sənayesi üzrə yüksək nəticələr · Lisenziyaların və bununla bağlı tələb olunan sənədlərin sayında kəskin azalma · Sahibkarlıq sahəsində aparılan yoxlamaların 2021-ci ilədək dayandırılması	· Sahibkarlara göstərilən xidmətlərin elektronlaşdırılması · Rəqabətə davamlı və əlavə dəyər yaradan məhsul istehsalı · İslahatların həyata keçirilməsinin müvafiq qaydada mütəmadi olaraq qiymətləndirilməsi	2015-ci ildən sonrakı mərhələlər

Mənbə: Azərbaycan Dövlət İqtisadiyyat Nazirliyi 2014.

Cədvəl 11: Fondun əsas vəzifələri aşağıdakılardır:

Dövlət və Agentlik tərəfindən Fonda ayrılmış və cəlb edilmiş vəsaitlərdən səmərəli və təyinatı üzrə istifadə olunmasını təmin etmək;
KOB-ların ixracyönümlü layihələrini araşdırmaq, onların iqtisadi səmərəliliyini qiymətləndirmək, innovasiyayönümlü layihələri inkişaf etdirmək, maliyyə dəstəyi göstərmək və xarici investisiyalar cəlb etmək;
KOB-ların xarici bazarlarda fəaliyyətinin gücləndirilməsini təmin etmək məqsədi ilə layihələrin (KOB Klaster layihələrinin) maliyyələşdirilməsi üçün maliyyələşmə və investisiya cəlb etmək;
KOB subyektləri üçün müvəkkil banklar və bank olmayan kredit təşkilatları (bundan sonra – müvəkkil kredit təşkilatları) vasitəsilə Fonda ayrılmış və cəlb edilmiş vəsait və zəmanətlər hesabına güzəştli maliyyə resurslarından istifadə imkanını genişləndirmək;
KOB-larla yerli və xarici hüquqi şəxslər arasında texnoloji ('know-how') transferin reallaşması məqsədilə investisiyalar cəlb edilməsini təşkil etmək;
KOB-ların yeni texnologiyaların yerli iqtisadiyyata inteqrasiyası, innovasiyaların təşviqi və stimullaşdırılma üzrə layihələri maliyyələşdirmə və investisiya ilə təmin etmək;
KOB-ların bilik və bacarıqlarını artırmaq;
Fonda ayrılmış və cəlb edilmiş vəsait hesabına maliyyələşdiriləcək investisiya layihələrinin ekspertizasını həyata keçirmək;
KOB-ların inkişafına yönəldilmiş dövlət proqramlarından irəli gələn investisiya layihələrinin maliyyələşdirilməsinə üstünlük vermək;
İnnovasiya məhsulları təklif edən KOB-larla sahibkarlar arasında əlaqələndirici rolunda çıxış etmək və bu məqsədlə sahibkarlara məsləhət-ekspert xidmətləri göstərmək, onların bilik və bacarıqlarını artırmaq.

Mənbə: <http://smb.gov.az/nav/kob-nkiaf-fondu>

T-Test

Cədvəl 17: Qadın sahibkarların xüsusiyyətləri ilə ailə vəziyyətlərinin T-Test analizi

Group Statistics

	Ailə vəziyyətiniz?	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Özümə inanıram	Subay	107	1,3364	,47472	,04589
	Evli	189	1,1640	,42474	,03090
Cəsarətliyəm	Subay	107	1,4112	,56557	,05468
	Evli	189	1,2593	,43939	,03196
Təcrübələrimə güvənirəm	Subay	107	1,4112	,56557	,05468
	Evli	189	1,5450	,54023	,03930
Çalışqan biriyəm	Subay	107	1,3645	,48355	,04675
	Evli	189	1,1640	,42474	,03090
İnsanlarla rahat ünsiyyət qura bilirəm	Subay	107	1,3364	,54848	,05302
	Evli	189	1,4815	,68099	,04953

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
Özümə inanıram	25,501	,000	3,214	294	,001	,17243	,05364	,06685	,27800
			3,117	200,617	,002	,17243	,05532	,06334	,28152
Cəsarətliyəm	24,679	,000	2,570	294	,011	,15196	,05912	,03561	,26831
			2,399	179,031	,017	,15196	,06333	,02698	,27693
Təcrübələrimə güvənirəm	,035	,853	-2,012	294	,045	-,13376	,06648	-,26460	-,00292
			-1,987	211,909	,048	-,13376	,06733	-,26649	-,00103
Çalışqan biriyəm	32,030	,000	3,708	294	,000	,20046	,05406	,09407	,30686
			3,578	197,571	,000	,20046	,05603	,08996	,31097
İnsanlarla rahat ünsiyyət qura bilirəm	7,599	,006	-1,884	294	,061	-,14503	,07699	-,29656	,00650
			-1,999	260,071	,047	-,14503	,07256	-,28792	-,00215

Cədvəl 25: Qadın sahibkarların qarşılaşdıqları problemlərlə aylıq gəlirlərinin anova analizi

Heç bir çətinliklə qarşılaşmadım

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	72,063	4	18,016	11,450	,000
Within Groups	489,339	311	1,573		
Total	561,402	315			

Heç bir çətinliklə qarşılaşmadım

Aylıq gəliriniz?		N	Subset for alpha = 0.05			
			1	2	3	4
Tukey HSD ^{a,b}	0-300 azn	76	2,7895			
	301-600 azn	65	2,9385	2,9385		
	601-900 azn	50		3,5600	3,5600	
	1201 azn və artıq	88			3,6364	3,6364
	901-1200 azn	37				4,2162
	Sig.		,969	,063	,998	,098
Scheffe ^{a,b}	0-300 azn	76	2,7895			
	301-600 azn	65	2,9385	2,9385		
	601-900 azn	50		3,5600	3,5600	
	1201 azn və artıq	88		3,6364	3,6364	
	901-1200 azn	37			4,2162	
	Sig.		,982	,066	,099	

Cədvəl 26: Azərbaycanda qadın sahibkarların artması və inkişafı üçün nələr məsləhət görürdünüz?

Nö	CAVABLAR
1	Dil bilikləri və liderliyin inkişaf etdirilməsi, özünə güvənməlidirlər.
2	Sosial şəbəkələrdən bizneslərinin inkişafı üçün istifadə etsələr daha yaxşı olar və dil biliklərini inkişaf etdirmələrini məsləhət görərdim
3	Yalnız özlərinə güvənərək addım atmalıdırlar
4	Dövlət tərəfindən güzəştlər tətbiq olunmalı
5	İlk öncə ailələrinin dəstəyi çox önəmlidir və qadın cinsi ayrıseçkilik olmadan hər insana şans vermək mütləqdir.
6	Qadınların özünə inanmasını məsləhət görərdim, bir qadın özünə inansa güvənsə hər bir çətinliyə tab gətirər və işini yüksəldə bilər.
7	Sevdikləri işlə məşğul olsunlar və bazara innovativ fikirlər gətirsinlər
8	Qadınlara dövlət dəstək olmalı və cəmiyyətdə olan maneələr qaldırılmalıdır
9	Təhsil, təcrübə və dünyagörüşü çox vacibdir. Ən əsas iş cəsarətli və məqsədli olmaq
10	Biznes kreditlərin artması, faiz dərəcələrinin endirilməsi
11	Kişilərin sahibkarlıq fəaliyyətində qadınlara dəstək olmasını istərdim, onları rəqib yox həmkar kimi görmələrini arzulardım. Bu sahədə çox problemlər yaşamışam
12	Bacarıqlarına inansınlar sadəcə
13	Özünə inam olmalıdır, işlərini sevməlidirlər
14	Qadın böyük qüvvədir və istədiyi hər şeyi bacara bilər. Sadəcə məqsədi düzgün qoymaq və düzgün şəkildə irəliləmək lazımdır
15	Səbirli və dözümlü olsunlar ilk başda hər kəsdə çətinliklər olur
16	Özlərinə inansınlar hər zaman irəli addım atsınlar
17	Ailələr qız övladlarını dəstəkləməlidirlər, qalan hər işi onlar özləri bacarıcaqlar
18	Ən əsas təhsil,özünə inam və istəkli olmalıdırlar. Məqsədlərini düzgün seçməlidirlər
19	Çox araşdırma aparmalıdırlar
20	Öz istəklərinin arxasıyla getməlidirlər
21	Səbirli və çalışqan olmalıdırlar
22	Sahibkarlıqla bağlı vergi, dövlət sosial müdafiə fondu hesabatları üçün online məlumatlar paylaşılın
23	Hər bir qadın güclüdür. Güclü olmayan qadın yoxdur, öz gücünü kəşf etməmiş, özünə inanmayan qadın vardır. Bir işə başlamaq yolun yarısını getməkdir. Sadəcə qorxmayın, başlamaq üçün qorxmayın, körpənin də çətinliyi ilk addımını atana kimidir, ardı pis yaxşı hər zaman gələcək. Özünüza inanın biz qadınlar bizdən güclü sandığımız kişiləri dünyaya gətirənlərlik bunu unutmayın.
24	Yeniliklər etməkdən çəkinməsinlər
25	Bu sahədə təlimlərdə iştirak etsinlər
26	Özlərinə inanıb sevdikləri işdən pul qazanmağa çalışmalıdırlar. Həç kəsi dinləmədən sınamalıdırlar
27	Məqsədlərinə doğru qətiyyətlə irəliləməlidirlər

28	Azərbaycanda qadın Sahibkarlığının inkişafı üçün istərdim xanımlarla ilk öncə Biznesin inkişafı və təkmilləşdirilməsi üçün təlimlər, Seminarlar təşkil olunsun. Təhsil üzərində qurulmayan biznes böyük bir riskə və təhlükəyə ucuruma aparar
29	Qadınlar maarifləndirilməli, uğurlu qadın sahibkarlar təlimçi kimi treninqlərə cəlb edilməlidir.
30	Çox ciddi şəkildə ideoloji tərbiyə həyata keçirilməlidir. Paytaxtdan kənarda vəziyyət acınacaqlıdır. Həmçinin cəmiyyətdə qadınların sahibkarlıq fəaliyyəti təbliğ olunmaqla regionlarda qadınlara vacib bacarıqlar öyrədilməlidir. Sahibkar qadın obrazı düzgün formalaşdırılmalıdır.
31	İnformasiya artırılmalı geniş məlumatlar verilməlidir.

**“Kiçik və orta sahibkarlığın inkişaf etdirilməsində
qadın sahibkarlığının rolu: Bakı nümunəsi” dissertasiya işinin anket forması:**

*Anketi cavablayan şəxsin kimliyi anonim saxlanacaqdır! Sizə öncədən təşşəkür edirəm.

1. Yaşınız?

- ☐ 18-24 yaş
- ☐ 25-34 yaş
- ☐ 35-44 yaş
- ☐ 45 və 45 dən yuxarı

2. Təhsiliniz?

- ☐ Orta ixtisas
- ☐ Tam orta
- ☐ Bakalavr
- ☐ Magistr/Doktorantura

3. Aylıq gəliriniz?

- ☐ 0-300 azn
- ☐ 301-600 azn
- ☐ 601-900 azn
- ☐ 901-1200 azn
- ☐ 1201 azn və artıq

4. Ailə vəziyyətiniz?

- ☐ Subay
- ☐ Evli
- ☐ Digər

5. Neçə uşağınız var?

- ☐ Uşağım yoxdur
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3 və daha çox

6. Ev işlərini yerinə yetirməkdə kömək alırsınız mı?

- ☐ Ailə üzvlərindən kömək alıram
- ☐ Xadimə xidmətlərindən
- ☐ Xeyr

7. Analıq vəzifələrinizi yerinə yetirərməkdə kömək alırsınız mı? (Uşağı olanlara aiddir)

- ☐ Ailə üzvlərindən kömək alıram
- ☐ Dayə xidmətlərindən
- ☐ Xeyr

8. Ailə üzvlərinizdən sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan varmı? (bir neçə cavabı seçmək mümkündür)

- ☐ Anam
- ☐ Atam
- ☐ Qardaşım
- ☐ Bacım
- ☐ Həyat yoldaşım
- ☐ Heç biri

9. Sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olmadan əvvəl hər hansı bir sahədə işləyirdinizmi?

- ☐ Bəli
- ☐ Xeyr

10. Sahibkarlıqla məşğul olmadan əvvəl nə ilə məşğul olurdunuz?

- ☐ Təhsil alırdım
- ☐ Dövlət işində işləyirdim
- ☐ Özəl sektorda işləyirdim
- ☐ Evdar qadın idim
- ☐ İş axtarırdım

Digər _____

11. Hansı sahədə sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olursuz?

- ☐ Kənd təsərrüfatı
- ☐ Geyim sektoru
- ☐ Xidmət
- ☐ Səhiyyə
- ☐ Təhsil
- ☐ Turizim
- ☐ İnşaat

Digər _____

12. Neçə ildir sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olursuz?

- ☐ 0-3 il
- ☐ 4-7 il
- ☐ 8-11 il
- ☐ 12-15 il
- ☐ 16 ildən çox

13. Neçə işçiniz var?

- ☐ Yalnız özüm

- 1-5 işçi
- 6-10 işçi
- 11-15 işçi
- 16-20 işçi
- 21 və daha çox

14.Hansı sahibkarlıq xüsusiyyətləriniz vardır?

	Tamamilə razıyam	Razıyam	Qərarlıyam	Razı deyiləm	Qətiyyənlə razı deyiləm
Risk almaq					
Özümə inanıram					
Cəsarətliyəm					
Aldığım təhsilə güvənirəm					
Təcrübələrimə güvənirəm					
Məsuliyyətliyəm					
Çalışqan biriyəm					
Səbirliyəm					
Liderlik					
Problemləri tez həll edə bilirəm					
İnsanlarla rahat ünsiyyət qura bilirəm					
Cəld qərar qəbul edirəm					
Məntiqli qərar verə bilirəm					

15.Sahibkarlıqla fəaliyyəti boyunca qadın olmamdan dolayı problemlər yaşadım.

- Bəli
- Xeyr

16.Öz işinizi qurmağa qərar verəndə sonra sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında məlumatı haradan əldə etdiniz?

- Dövlət orqanlarında
- Banklardan
- Qeyrihökumət təşkilatlarından
- Fondlardan
- Digər sahibkarlardan
- Ailədən
- İnternetdən

Digər_____

17.İşinizi qurarkən sərmayə haradan əldə etdiniz?

- ☐ Dövlət tərəfindən
- ☐ Bank kreditləri
- ☐ Ailə dəstəyi
- ☐ Həyat yoldaşının dəstəyi
- ☐ Öz maddi imkanlarımla
- ☐ Yaxınlardan (qohum/dost) borc

Digər_____

18.Sizi Sahibkarlığa yönləndirən faktorlar?

	Tamamilə razıyam	Razıyam	Qərarsızam	Razı deyiləm	Qətiyyənlə razı deyiləm
Hobbimi işə çevirmək istəyi					
Heç kimin rəhbərliyi altında işləməmək					
İşsizlik					
Bazarda bu sahəyə tələbatın olması					
Sərbəst iş qrafiki					
Çox pul qazanmaq imkanı					
Başqalarına stimül vermək					
Ailənin işini davam etdirmək					
Uğur əldə etmiş sahibkarlardan nümunə götürmək					
Ətrafdakı fürsətlər					
İxtisasıma uyğundur					
Arzularımdan biri idi					

19.İşinizi yeni qurarkən qarşılaşdığınız çətinliklər?

	Tamamilə razıyam	Razıyam	Qərarsızam	Razı deyiləm	Qətiyyənlə razı deyiləm
Heç bir çətinliklə qarşılaşmadım					
Ailəmin razı olmaması					
Həyat yoldaşının razı olmaması					

Maddi imkanımın az olması					
İşin uğursuz olacağı düşüncəsi					
Məkan tapa bilməmək					
Məlumat əldə edə bilməmək					
Sənədləşdirilmənin çətinliyi və qarışıqlığı					
Təcrübəsizlik					
Ev işlərindən dolayı vaxt tapmamaq					
İqtisadi böhran					

20. Hal-hazırdakı sahibkarlıq fəaliyyətinizlə bağlı gələcək planlarınız nələrdir?

- İşimi böyütmək
- Sahibkarlıq fəaliyyətimi başqa sahəyə yönləndirmək
- Hal-hazırdakı qaydada davam etdirmək
- Bu fəaliyyəti dayandırmağı düşünürəm

21. Azərbaycanda qadın sahibkarların artması və inkişafı üçün nələr məsləhət görərdiniz?(Məcburi deyil)

22. Sahibkar olmağı digər qadınlara məsləhət görürsünüzmü?

- Bəli
- Xeyir

Sualları cavabladığınız üçün Sizə minnətdaram!

Cədvəllərin siyahısı

Cədvəl 1: Müstəqillik qazandıqdan sonrakı dövrdə Azərbaycanda sahibkarlığın inkişafı.....	82
Cədvəl 2: İri, orta və kiçik sahibkar meyyarları.....	14
Cədvəl 3: Ənənəvi və müasir qadın sahibkarlıq.....	22
Cədvəl 4: Qadın sahibkarları motivasiya edən faktorlar.....	25
Cədvəl 5: Avropa Komissiyasının aşığıladığı sahibkarlıq meyyarları.....	31
Cədvəl 6: Polşa, Ukrayna və Litvadaki Qadın sahibkarların iş qurmalarının ardında yatan amillər.....	32
Cədvəl 7: Qadın sahibkarlar üçün əlaqə şəbəkəsi.....	33
Cədvəl 8: 2018-ci il yanvar ayının 1-i vəziyyətinə fəaliyyət növləri üzrə fərdi sahibkarların gender bölgüsü(Nəfər və cins bölgüsü, yekuna görə faizlə).....	45
Cədvəl 9: Rəhbər vəzifədə çalışan qadınların sayı, nəfərlə.....	46
Cədvəl 10: Əmək qabiliyyətli yaşda olan iqtisadi fəal əhalinin cins üzrə bölgüsü, faizlə.....	46
Cədvəl 11: Fondun əsas vəzifələri aşağıdakılardır.....	84
Cədvəl 12: Responzimentlərin ümumi məlumatları.....	50
Cədvəl 13: Sahibkarlıqla məşğul olmadan əvvəl nə ilə məşğul olurdunuz?.....	60
Cədvəl 14: Neçə işçiniz var?.....	61
Cədvəl 15: Sahibkarlıqla fəaliyyəti boyunca qadın olmamdan dolayı problemlər yaşadım.....	61
Cədvəl 16: Sahibkar olmağı digər qadınlara məsləhət görürsünüzmü?.....	61
Cədvəl 17: Qadın sahibkarların xüsusiyyətləri ilə ailə vəziyyətlərinin T-Test analizi.....	85
Cədvəl 18: "Sahibkarlıq xüsusiyyətləri" ilə "Sahibkarlıqla fəaliyyəti boyunca qadın olmamdan dolayı problemlər yaşadım" sualları arasında T testi analizi.....	62
Cədvəl 19: "Hansı çətinliklərlə qarşılaşmışsınız?" sualı ilə "Sahibkar olmağı digər qadınlara məsləhət görürsünüzmü?" sualı arasında T-testi analizi	63
Cədvəl 20: Qadın sahibkarların qarşılaşdıqları problemlərlə yaşlarının Anova analizi	64
Cədvəl 21: "neçə uşağınız var?" sualı ilə Cəsarətliyəm, Məsuliyyətliyəm və Təcrübələrimə güvənirəm sualını cavablayan qadın sahibkarlar arasında Anova analizi.....	65
Cədvəl 22: İqtisadi böhranla qarşılaşan qadın sahibkarların hansı sahədə sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olduqlarının anova analizi.....	66
Cədvəl 23: "neçə uşağınız var?" sualı ilə Cəsarətliyəm, Məsuliyyətliyəm və Təcrübələrimə güvənirəm sualını cavablayan qadın sahibkarlar arasında Anova analizi.....	67
Cədvəl 24: "Təhsiliniz" və "Özünə inam" sualı arasında Anova analizi.....	68

Cədvəl 25: Qadın sahibkarların qarşılaşdqları problemlərlə aylıq gəlirlərinin anova analizi.....	87
Cədvəl 26: Azərbaycanda qadın sahibkarların artması və inkişafı üçün nələr məsləhət görürdiniz?.....	88
Cədvəl 27: Qadın sahibkarların SWOT analizi.....	69
Cədvəl 28: Bakıda fəaliyyət göstərən qadın sahibkarların ümumi göstəriciləri.....	72

Qrafiklərin siyahısı

Qrafik 1: Ümumi sahibkarlıq faizləri.....	37
Qrafik 2: Qadın sahibkarların yaş ortalaması.....	38
Qrafik 3: Hansı sahədə sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olursuz?(faizlə).....	51
Qrafik4: Sizi Sahibkarlığa yönləndirən faktorlar.....	52
Qrafik 5: Ailə üzvlərinizdən sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan varmı? (nəfər).....	53
Qrafik 6: Ev işlərini yerinə yetirməkdə kömək alırsınızmı?(faizlə).....	54
Qrafik 7: Analıq vəzifələrinizi yerinə yetirməkdə kömək alırsınızmı? (Uşağı olanlara aiddir).....	54
Qrafik 8: Öz işinizi qurmağa qərar verəndə sonra sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında məlumatı haradan əldə etdiniz? (faizlə).....	55
Qrafik 9: Hansı sahibkar xüsusiyyətləriniz vardır?.....	56
Qrafik 10: İşinizi qurarkən sərmaye haradan əldə etdiniz?(faizlə).....	57
Qrafik 11: İşinizi yeni qurarkən qarşılaşdığınız çətinliklər?(nəfərlə).....	57
Qrafik 12: Sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olmadan əvvəl hər hansı bir sahədə işləyirdinizmi? (faizlə).....	59
Qrafik 13: Hal-hazırdakı sahibkarlıq fəaliyyətinizlə bağlı gələcək planlarınız nələrdir?(faizlə).....	59