

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

**“Kıçık və orta biznes subyektlərinin iqtisadiyyatın inkişafında rolu,
Türkiyə nümunəsində” mövzusunda**

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

Gülüstan Abbasquliyeva Məhəmməd qızı

BAKI – 2019

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

BMDM-in direktoru
i.ü.f.d., dos. F.S.Əhmədov

“ ____ ” _____ 2019-cu il

“Kıçık və orta biznes subyektlərinin iqtisadiyyatın inkişafında rolu, Türkiyə nümunəsində”
mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İxtisasın şifri və adı: 060401 Dünya iqtisadiyyatı

İxtisaslaşma: Beynəlxalq ticaret

Qrup: 830

Magistrant
Gülüstan Abbasquliyeva Məhəmməd qızı

imza

Elmi rəhbər
i.e.n., dos. Quliyev Asiman Aydın

imza

Proqram rəhbəri
i.ü.f.d. Nəcəfova Kəmalə Akif qızı

imza

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

imza

BAKİ – 2019

Elm andı

Mən, Gülüstan Abbasquliyeva Məhəmməd qızı and içirəm ki, “İqtisadi inkişafda kiçik və orta biznes subyektlərinin rolu, Türkiyə nümunəsində” mövzusunda magistr dissertasiyasını elmi əxlaq normalarına və və istinad qaydalarına tam riayət etməklə və istifadə etdiyim bütün mənbələri ədəbiyyat siyahısında əks etdirməklə yazmışam.

THE ROLE OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN ECONOMIC DEVELOPMENT IS ON THE EXAMPLE OF TURKEY SUMMARY

Relevance of the research : The level of economic development of each country is related to the tendencies of entrepreneurial activity in that country. Thus, the sustainability of the economy is characterized by the specific weight of the country's cash flows.

Purpose and Objectives of the Research: The main purpose of the research is to study the role of small, medium-sized businesses in the economic incidence.

Methods of investigation: Dissertation is used for analysis and synthesis, as well as deduction methods with induction. Although the subject of the analysis as a method of analysis has been fully taken and later analyzed separately by chapter breaks.

Information base of research: Conducting a thorough research in the terms of scientific and theoretical bases.

Research Restrictions: The analysis of the research finds that the main reason for the presence of gaps in this area is the lack of sufficient information base. In this case, the development of this area requires only study of international experience.

Result of research: The ways to solve the problems faced by small and medium-sized businesses in Azerbaijan and in Turkey have been identified. The main tendencies of mutual economic relations between Azerbaijan and Turkey have been analyzed in modern times. The role of franchising in small and medium-sized businesses has been thoroughly analyzed

Scientific-practical significance of the results: The fundamental scientific and practical significance of the research work is as follows: The economic activity characteristics of small and medium-sized businesses in Turkey have been determined.

Key words: economic development, business, entrepreneurship, small and medium-sized businesses, franchising

İXTİSARLAR SİYAHISI

- KOS:** Kiçik və orta sahibkarlıq
- ÜDM:** Ümumi daxili məhsul
- ABŞ:** Amerika Birləşmiş Ştatları
- KOBİ:** Küçük və Orta Büyüklükteki işlətmələr

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ.....	
I.FƏSİL İQTİSADI İNKİŞAFDA KİÇİK VƏ ORTA BİZNES SUBYEKTLƏRİNİN FORMALAŞMASININ NƏZƏRİ-ELMİ XÜSUSİYYƏTLƏRİ.....	11
1.1. Kiçik və orta biznes subyektlərinin iqtisadi inkişafda əhəmiyyəti	11
1.2. Türkiyədə səmərəli iqtisadi inkişafın əldə edilməsində kiçik və orta biznes subyektlərinin rolu.....	19
II.FƏSİL TÜRKIYƏDƏ VƏ AZƏRBAYCANDA KİÇİK VƏ ORTA BİZNES SUBYEKTLƏRİNİN MÜASİR VƏZİYYƏTİ	27
2.1. Türkiyədə kiçik və orta biznesin iqtisadi təşkilinin xarakteristikası.....	27
2.2. Azərbaycanda kiçik və orta biznes subyektlərinin formalaşma xüsusiyyətləri	30
2.3. Müasir dövrdə Azərbaycan və Türkiyə kiçik və orta biznes subyektlərinin qarşılaşdığı problemlər və onların həlli üçün təkliflər	42
III.FƏSİL AZƏRBAYCANDA KİÇİK VƏ ORTA BİZNES SUBYEKTLƏRİNİN TÜRKIYƏ VƏ AZƏRBAYCAN İQTİSADİYYATINDA QARŞILIQLI ƏLAQƏLƏRİNİN MÜASİR MEYLLƏRİ	53
3.1. Müasir dövrdə Azərbaycan və Türkiyə ilə qarşılıqlı iqtisadi əlaqələrin inkişaf meylləri.....	53
3.2. Azərbaycanda kiçik və orta biznesin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi istiqamətində Türkiyə nümunəsinin rolu	58
3.3. Kiçik və orta biznes subyektlərinin iqtisadi inkişafda françayzinq əlaqələrinin qurulması problemləri	62
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....	70
ƏDƏBİYYAT SİYAHISI.....	74
Cədvəllər siyahısı	77
Şəkillər siyahısı	77

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı: Hər bir ölkənin iqtisadi inkişaf səviyyəsi həmin ölkədə sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişaf meyilləri ilə əlaqədardır. Belə ki, iqtisadiyyatın davamlı olması ölkəyə daxil olan pul vəsaitlərinin xüsusi çəkisi ilə xarakterizə olunur. Gəlir əldə olunmasında ən əsas vasitələrdən biri isə sahibkarlıq fəaliyyətinin müstəsna inkişafıdır.

Ümumiyyətlə götürsək, iqtisadi inkişafa daha çox təsir göstərən əsas amillər belə ki, kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyətidir. Çünki dəfələrlə təkrar etdiyimiz kimi, hər bir dövlətin iqtisadiyyatı rəqabət qabiliyyəti üzərində formalaşmışdır. Rəqabət şəraitində iri müəssisələrin nisbətən orta və yaxud da kiçik müəssisələri udması səbəbindən iqtisadiyyatda birmərkəzli sistemlərin formalaşmağı sürətli şəkildə ola bilər ki, bu da müxtəlif tipli bazarların inhisarlaşmasına, monopolist bazarların yaranmasına gətirib çıxarda bilər. Monopolist bazarlarda isə məlum olduğu kimi bazar bir şəxsin əlində cəmləşir ki, bu da son nəticə etibarilə qiymətlərin süni şəkildə yaranmasına gətirib çıxardır. Qiymət bazarda tələb təklif əsasında formalaşmadıqca bazarlarda inhisar qiymətləri hökm sürməyə davam edir. Bu cəhətdən də hər bir iqtisadi inkişaf səviyyəsinə nail olmaq istəyən dövlətlərdə orta və iri sahibkarlıq fəaliyyətinə dəstək dövlət tərəfindən həyata keçirilməkdədir.

KOS dövlət iqtisadiyyatında yerindən çox danışılır. KOS-ın ümimilikdə bütün dövlətlərin iqtisadiyyatında yeri xeyli vaciblidir. İnkişaf etmiş dövlətlərdə bu özünü lap qabarıq göstərir. Misal üçün ABŞın, Yaponiyanın, İngiltərənin, Almaniyanın, Polşanın, Macarıstanın kiçik və orta sahibkarlığında əhalinin məşğulluğunda və dövlətlərin ÜDM-in üzrə payı 50% fazidən artıqdır. Türkiyə Statistika İnstitutu hesablamalarına əsasən, dövlətin istehsal sahində kiçik və orta müəssisələrin sayı 3 mln-dan çoxdur və bu da ümumi müəssisələrdə 98,0 – 99,0% təşkil etməkdədir. Yaponiya üzrə məşğul əhalinin 75 faizdən çoxu KOS subyektlərində çalışmaqdadır.

Qeyd olunan dövlətlərin bir çoxu dünyanın bir çox məşhur brendlərinin vətəni sayılmaqla yanaşı, dünyada elmi-texniki tərəqqi üzrə lokomotivlər hesab olunurlar.

Əksər mütəxəssislər söyləyirlər ki, əgər böyük şirkətlər respublikada elmi-texniki tərəqqi ilə istehsal potensialının səviyyəsini aşakr edirlərsə, KOS respublikadakı iş həyatında ən kütləvi forması olaraq dövlətin sosial iqtisadi stabilliyi ilə inkişafını təmin etməkdədirlər. Ancaq o qeyd edir ki, Azərbaycan Respublikasında KOS-ın dövlət iqtisadiyyatında yeri son illər yüksəlməsinə baxmayaraq, indi də arzu edilən səviyyəsindən xeyli uzaqdır. Yalnız onu qeyd etməliyik ki, ölkədə kiçik müəssisələr tərəfindən istehsal edilən məhsul ÜDM-in 6 faizindən aşağıdır.

Yuxarıda qeyd olunanlara əsasən demək olar ki, dissertasiyanın mövzusu çox aktualdır və bu məsələnin tədqiqi mövzuya kompleks yanaşma tələb etməklə əhatəli araşdırılmalıdır.

Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi: Dissertasiya işində təhlil kiçik və orta biznes subyektlərinin formalaşması və inkişafı sahəsində mövcud olan problemlərin həllinə yönəlmişdir. Azərbaycanda kiçik və orta biznes subyektləri fəaliyyətlərinin qiymətləndirilməsi müxtəlif iqtisadçıların, o cümlədən də Tofiq Quliyevin, Telman Hüseynovun və digər iqtisadçıların müxtəlif əsərlərində təhlil edilmişdir. Azərbaycanda kiçik və orta biznes subyektlərinin fəaliyyətinin tənzimlənməsinə dəstək verən KOB agentliyinin yaradılması Azərbaycanda hələ də kiçik və orta biznes subyektlərinin fəaliyyətlərində müxtəlif nöqsanların olmasının əsas göstəricisidir.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri: Tədqiqatın başlıca məqsədi iqtisadi inkişaf səviyyəsində kiçik, orta biznes subyektlərinin mahiyyətinin rolunun öyrənilməsindən ibarətdir. Qarşıdakı məqsədə çatmaq üçün aşağıda qeyd edilən önəmli vəzifələr yerinə yetirilməlidir:

- Kiçik və orta biznes subyektlərin iqtisadi inkişafda əhəmiyyəti əhatəli təhlil olunur;
- Türkiyədə səmərəli iqtisadi inkişafın təmin edilməsində kiçik və orta biznes subyektləri üzrə fəaliyyətinin əhəmiyyəti tədqiq olunur;
- Azərbaycanda kiçik və orta biznes subyektləri üzrə fəaliyyət mexanizmi əhatəli şəkildə tədqiq olunur;

- Azərbaycan Respublikasının kiçik və orta biznesinin təkmilləşdirilməsinin əhəmiyyəti təhlil olunur;
- Azərbaycanda kiçik və orta biznes subyektləri üzrə fəaliyyətdə dünya təcrübəsinin tətbiq mexanizmi əhatəli araşdırılır.

Tədqiqatın obyektı və predmeti: Tədqiqat işinin predmetinin əsasını ölkəmizdə kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri üzrə fəaliyyətin təhlilinə əsaslanan tədqiqat işi dayanır. Dissertasiya işinin obyektində Türkiyədə fəaliyyətdə olan kiçik və orta biznes subyektlərinin fəaliyyət mexanizminin Azərbaycanda fəaliyyət göstərən yerli kiçik, orta sahibkarlıq subyektlərinə tətbiq olunma mexanizminin tədqiqi dayanır.

Tədqiqatın metodları: Dissertasiya işi yazılarkən analiz və sintez, o cümlədən induksiya ilə deduksiya üsullarından istifadə olunubdur. Hərçənd ki, analiz üsulu kimi mövzu tam olaraq götürülmüş və sonradan fəsillərə ayrılmaqla ayrı-ayrılıqda təhlil edilmişdir. Sonradan da sintez üsulu ilə həmin fəsillər iqtisadi sistem üzrə birləşdirilibdir. İnduksiya üsulu ilə dissertasiya işinə aid iqtisadi faktlarıyığılmış, sistemləşdirilmiş və müəyyənləşdirilmişdir. Sonra da deduksiya üsulu ilə isə həmin yığılmış faktlara adətən nəzəri nəticələr, ümumi prinsiplər və bir sözlə, əməli fəaliyyət üzrə gərəkli olan önəmli tövsiyələr aşkar olunmuşdur.

Tədqiqatın informasiya bazası: Tədqiqat işindəki informasiya bazasına əsasən kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında yerli və xarici nəzəriyyəçilər tərəfindən yazılmış dərsliklər, kitablar, elmi məqalələr və digər dərs vəsaitləri təşkil edir. Həm də dissertasiyanın yazılmasında kiçik, orta sahibkarlıq subyektlərinin fəaliyyət mexanizmi üzrə qəbul edilmiş beynəlxalq standartlardan da istifadə edilmişdir. Bununla yanaşı, dissertasiya işinin yazılmasında müxtəlif internet ehtiyatlarının məlumatlarından da istifadə olunmuşdur.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Tədqiqat işinin təhlilindən məlum olur ki, bu sahədə boşluqların olmasının əsas səbəbi kifayət qədər informasiya bazasının olmamasıdır. Belə olan halda isə, bu sahənin inkişafı yalnız beynəlxalq təcrübənin öyrənilməsini tələb edir.

Nəticələrin elmi-praktiki əhəmiyyəti: Tədqiqat işinin əsas elmi-praktiki əhəmiyyəti aşağıdakılardan təşkil olunmuşdur:

- Türkiyədə kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri üzrə iqtisadi fəaliyyət xarakteristikası müəyyən edilmişdir;
- Azərbaycanda fəaliyyətdə olan kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərində fəaliyyət mexanizmi təhlil edilmişdir;
- Azərbaycanda və Türkiyədə fəaliyyətdəki kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin fəaliyyətində yaranan və yaxud da yara biləcək potensial problemlər araşdırılmışdır;
- Azərbaycanda və eləcə də Türkiyədə fəaliyyətdə olan kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri fəaliyyətində qarşılaşacaqları problemlərin həlli yolları müəyyən edilmişdir;
- Müasir dövrdə Azərbaycan ilə Türkiyənin qarşılıqlı iqtisadi əlaqələrinin əsas meylləri təhlil edilmişdir;
- Kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyətində françayzinqin rolu əhatəli təhlil olunmuşdur.

Dissertasiya işinin strukturu və həcmi: Dissertasiya işi giriş, 3 fəsil, nəticə və təkliflərdən, eləcə də sonda tədqiqat işində istifadə olunmuş ədəbiyyatların siyahısından ibarətdir. Dissertasiya işinin yazılmasında müxtəlif adda və sayda yerli və xarici ədəbiyyatlardan istifadə olunmuşdur. Həmçinin işin yazılması internet resurslarına da müraciət olunmuşdur.

FƏSİL I. İQTİSADI İNKİŞAFDA KİÇİK VƏ ORTA BİZNES SUBYEKTLƏRİNİN FORMALAŞMASININ NƏZƏRİ-ELMİ XÜSUSİYYƏTLƏRİ

1.1. Kiçik və orta biznes subyektlərinin iqtisadi inkişafda əhəmiyyəti

Hər bir ölkənin iqtisadi inkişaf səviyyəsi həmin ölkədə sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişaf meyilləri ilə əlaqədardır. Belə ki, iqtisadiyyatın davamlı olması ölkəyə daxil olan pul vəsaitlərinin xüsusi çəkisi ilə xarakterizə olunur. Gəlir əldə olunmasında ən əsas vasitələrdən biri isə sahibkarlıq fəaliyyətinin müstəsna inkişafıdır.

Sahibkarlıq fəaliyyəti dedikdə, ağılla risk edib mənfəət əldə etmə prosesi başa düşülür. bu prosesin bilavasitə iştirakçısı olan şəxsə sahibkar, səhm sahibinin səhmdən götürdüyü vəsaitə isə dividend deyilir. Başqa sözlə desək, sahibkarlıq fəaliyyəti risklə əlaqədar olub, mənfəət əldə etmə bacarığının əks etdirən iqtisadi fəaliyyət növüdür.

İqtisadi ədəbiyyatlarda sahibkarlıq fəaliyyətinə müxtəlif yanaşmalar mövcud olsa da, ən yaxın yanaşma məhz sahibkarın yenilikçi və risk etmə bacarığının olması ilə ölçülür. Hər şeydən öncə sahibkar bir yenilikçidir və etmiş olduğu yeniliklərin hesabına mənfəət əldə edir.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin strukturuna nəzər yetirsək görmək olar ki, hər bir ölkədə sahibkarlıq fəaliyyəti üç əsas təbəqəyə bölünmüşdür. Həmin təbəqələr isə aşağıdakılardan ibarətdir:

- Kiçik sahibkarlıq;
- Orta sahibkarlıq;
- İri sahibkarlıq.

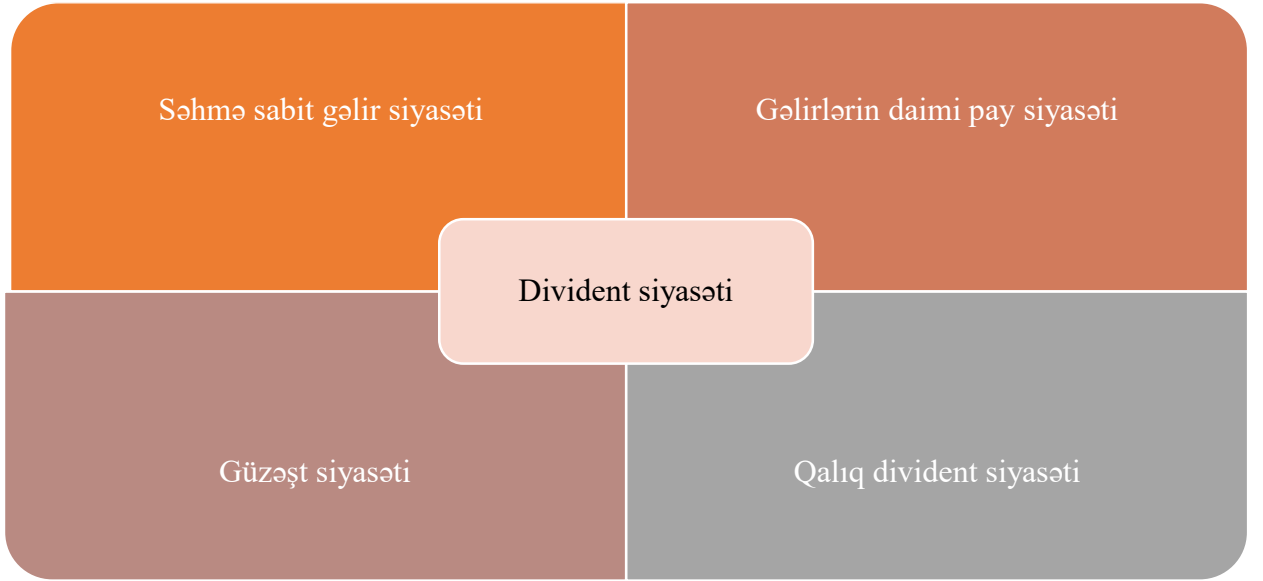
Sahibkarlıq fəaliyyətinin ən geniş yayılmış formaları iri və kiçik sahibkarlıqdır. Belə ki, iqtisadi inkişaf səviyyəsində hər bir müəssisə bazardakı rəqabətə tab gətirmək imkanlarına malik deyil. Belə bir iqtisadi şəraitdə rəqabətə tab gətirməyən müəssisələr bazardan çıxır, yerini ya yeni gələn sahibkarlara və yaxud da rəqabətdə uduzduğu sahibkara vermək məcburiyyətində qalır.

Ümumiyyətlə götürsək, iqtisadi inkişafa daha çox təsir göstərən əsas amillər məhz kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyətidir. Çünki dəfələrlə təkrar etdiyimiz kimi, hər bir dövlətin iqtisadiyyatı rəqabət qabiliyyəti üzərində formalaşmışdır. Rəqabət şəraitində iri müəssisələrin nisbətən orta və yaxud da kiçik müəssisələri udması səbəbindən iqtisadiyyatda birmərkəzli sistemlərin formalaşmağı sürətli şəkildə ola bilər ki, bu da müxtəlif tipli bazarların inhisarlaşmasına, monopolist bazarların yaranmasına gətirib çıxarda bilər. Monopolist bazarlarda isə məlum olduğu kimi bazar bir şəxsin əlində cəmləşir ki, bu da son nəticə etibarilə qiymətlərin süni şəkildə yaranmasına gətirib çıxardır. Qiymət bazarda tələb təklif əsasında formalaşmadıqca bazarlarda inhisar qiymətləri hökm sürməyə davam edir. Bu cəhətdən də hər bir iqtisadi inkişaf səviyyəsinə nail olmaq istəyən dövlətlərdə orta və iri sahibkarlıq fəaliyyətinə dəstək dövlət tərəfindən həyata keçirilməkdədir.

Divident səhm sahibinin sahib olduğu səhmlərdən əldə etdiyi qazanc hesab olunur. Divident elə qazanc formasıdır ki, bu qazanc xalis qazanc hesab olunur. Başqa sözlə ifadə etsək, dividend əldə edilən gəlirdən vergilər və digər istehsal və yaxud da qeyri-istehsal xərcləri çıxıldıqdan sonra yerdə qalan vəsaitin həcmi ilə ölçülür.

Hər bir səhmdar investisiya etmiş maliyyə vəsaitlərini dividend şəklində əldə edirlər. Dividentin səviyyəsinə isə fərqli amillər təsir edir ki, bunların da içində müəssisələrin rentabelli, gəlirli fəaliyyəti, müəssisənin uzunmüddətli və davamlı fəaliyyəti kimi xüsusilə fərqləndirilir. Şirkətlər, təşkilatlar nə qədər çox gəlirli fəaliyyət göstərmiş olarlarsa, səhmdarın əldə etmiş olduğu dividendin səviyyəsi də bir o qədər yüksək olmuş olar. Qeyd olunan bu səbəblə əlaqədar olaraq demək olar ki, hər bir müəssisə öz fəaliyyətində maliyyə menecmentinin təşkilinə nə qədər diqqət ayırırsa, bir o qədər də dividend siyasətinin uğurla həyata keçirilməsində maraqlı olur. Praktiki cəhətdən, müəssisələr, idarə, həmçinin də təşkilatlar dividend siyasətinin həyata keçirilməsində müxtəlif formalardan istifadə edirlər. Divident siyasətinin əsas növlərinin təhlili aşağıdakı şəkil vasitəsilə həyata keçirilmişdir (bax şəkil 1).

Şəkil 1. Divident siyasətinin növləri



Mənbə: (R.A.Hill., 2009)

Şəkil 1-in təhlilindən məlum olur ki, dividend siyasəti dörd əsas istiqamətdə aparıla bilər ki, bu siyasət növlərinə də gəlirlərin daimi pay siyasətini, səhmə sabit gəlir siyasətini, qalıq dividend siyasətini və güzəşt siyasətini aid etmək mümkündür. İndi isə dividend siyasətinin həmin növlərinin əsas xarakterik xüsusiyyətlərinin izahını həyata keçirək:

- Səhmə məxsus sabit gəlir siyasəti bir növ səhmdən əldə olunan ümumi gəlirin həcmi xarakterizə etməkdədir. Firma, idarə və təşkilatların bir çoxunda səhmdarın. Təsisçinin gəlirinin mərkəzində dividend dayandığından, daxili və xarici investorlar daha çox dividend siyasətinin məhz bu növündən- səhmə sabit gəlir siyasətindən istifadə edirlər. Bu qeyd etdiklərimizlə yanaşı, haqqında danışdığımız bu dividend siyasəti riskin azlığının əsas göstəricisidir. Bu səbəbdən də, qeyd olunan dividend siyasətinin həyata keçirilməsində əsas məqsəd zərər nə qədər artsa da, müəssisənin qarşısında duran əsas vəzifə özünün sahib olduğu səhmləri qorumaq və bu səhmlərin kənara satılmasının qarşısını almaqdır.

- Divident siyasətinin digər bir təzahür forması isə gəlirlərin daimi pay bölgüsü adlanan siyasətidir. Bu dividend siyasəti isə səhm sahiblərinə əldə olunmuş

mənfəətin bir hissəsinin faiz şəklində ötürülməsinin təmin olunmasını xarakterizə edən dividend siyasəti hesab olunur. Səhmdara mənfəətin bir hissəsinin faiz şəklində verilməsi sahibkarın da mənfəətinin tez-tez dəyişməsi ilə müşahidə olunur. Divident siyasətinin haqqında danışdığımız bu təzahür formasının əsas xarakterik xüsusiyyəti odur ki, sahibkarın gəliri heç vaxt sabit olmur və daim dəyişmək məcburiyyətində qalır. Qeyd olunan bu dividend siyasətinin əsas məğzi isə mənfəətlə sahibkar gəlirinin düz mütənasib olması ilə bağlıdır. Ümumiyyətlə, mənfəət azalanda avtomatik olaraq sahibkar gəliri də azalmış olur. Və əksinə, mənfəət nə qədər artarsa, sahibkarın gəliri də artmış olar. Çünki bu siyasət növünə əsasən sahibkarın gəliri məhz mənfəətin bir hissəsinin faiz şəklində ödənilməsindən əldə olunur.

- Divident siyasətinin digər bir növü isə, güzəşt siyasəti hesab olunur. Güzəşt siyasətinin əsas məqsədi səhm sahiblərinə daha aşağı səviyyədə, lakin stabil dividendin ödənilməsinin təmin olunmasıdır. Başqa sözlə desək, dividend siyasətinin bu təzahür formasında sahibkarın gəlirinin müəssisənin mənfəətindən heç bir asılılığı yoxdur. Müəssisə həddindən artıq rentabelli fəaliyyət göstərsə belə, səhmdar eyni həcmdə dividenti əldə etmiş olacaqdır.

- Nəhayət, dividend siyasətinin sonuncu-dördüncü təzahür forması isə qalıq dividend siyasəti hesab olunur. Qalıq dividend siyasəti ozaman tətbiq edilir ki, müəssisənin bütün investisiya ehtiyatları daralmış olsun və çıxış yolu kimi səhmdarın öz şəxsi mənfəəti deyil, əldə etmiş olduğu dividenddən ehtiyat ayırdığı hissəsinin tətbiq edilməsi göstərilir. Divident siyasətinin bu növündə, müəssisə, idarə və yaxud da təşkilat əldə etmiş olduğu mənfəətin bir hissəsini investisiya qoyuluşlarına sərf edir, yerdə qalan hissə isə səhm sahibinə qalıq dividend kimi ödənilir.

Divident siyasəti ilə əlaqədar olaraq istifadə edilən əsas ifadələrdən biri də maliyyə nəzarətidir. Maliyyə nəzarəti hər bir firma, idarə və təşkilatdakı maliyyə vəziyyətlərinin təhlili, maliyyə və pul axınlarının hərəkətinin tənzimlənməsini, eləcə də maliyyə vəsaitlərinin yaranma mənbələrinin təhlilini əhatə edən tədbirlərin məcmusunu əhatə edir.

Maliyyə nəzarətindən daha çox müəssisələrdə, idarə və təşkilatlarda mikro və makroiqtisadi göstəricilər arasında uyğunsuzluqların yarandığı və müəssisələrin rentabelli fəaliyyətinin qarşısını kəsə biləcək amillər formalaşdıqda istifadə olunur. Maliyyə nəzarəti müəssisə, firma və təşkilatların bütün maliyyə vəsaitlərinin təhlilini həyata keçirən müdafiə mexanizmi kimi öz fəaliyyətini davam etdirir.

Maliyyə nəzarəti eyni zamanda da müəssisələrdə xərclərin düzgün idarə edilməsi, xərclərin yaranma mənbələri və bu xərclərin azaldılması istiqamətlərinin təhlilini də həyata keçirən mexanizm toplusudur. Müəssisələrin maliyyə nəzarətini həyata keçirtməkdə əsas məqsədləri daha da rentabelli fəaliyyətin təmin olunmasına nail olmaq, eyni zamanda da müəssisələrin əldə etdikləri mənfəətin həcmnin artırılmasını təmin etməkdir.

Müəssisələrin fəaliyyətlərində qarşılarına qoyduqları əsas məsələlərdən biri istehsal və satışla əlaqədar olan məsrəflərin mümkün olduğu məbləğdə azaldılmasını təmin etməkdir. Bəzi hallarda ucuz işçi qüvvəsinin istehsala cəlb olunması istehsal xərclərinin azaldılmasında əsas vasitə hesab olunsa da.

Yüksək inkişaf etmiş müəssisələrin təcrübəsi onu deməyə imkan verir ki, uzunmüddətli dövrdə istehsala elmi-texniki tərəqqidə ən son nailiyyətlərinin cəlb olunması, müəssisənin fəaliyyətində daha önəmlidir. Bu tip müəssisələr yüksək maddi dəyərlərə malik olan avadanlıqların istehsal prosesinə tətbiq olunmasına ona görə asanlıqla razı olurlar ki, uzunmüddətli dövrdə bu tip innovativ tədbirlər müəssisələrdə mövcud olan istehsal xərclərinin səviyyəsini maksimum dərəcədə azaldacaqdır. Belə ki, istehsal prosesinin avtomatlaşdırılması müəssisələrin əl əməyindən texnikaya keçidi sürətləndirir ki, bu zaman zəruri olmayan işçilərin işdən azad olunması müəssisənin lap çox mənfəət qazanmasına səbəb olur.

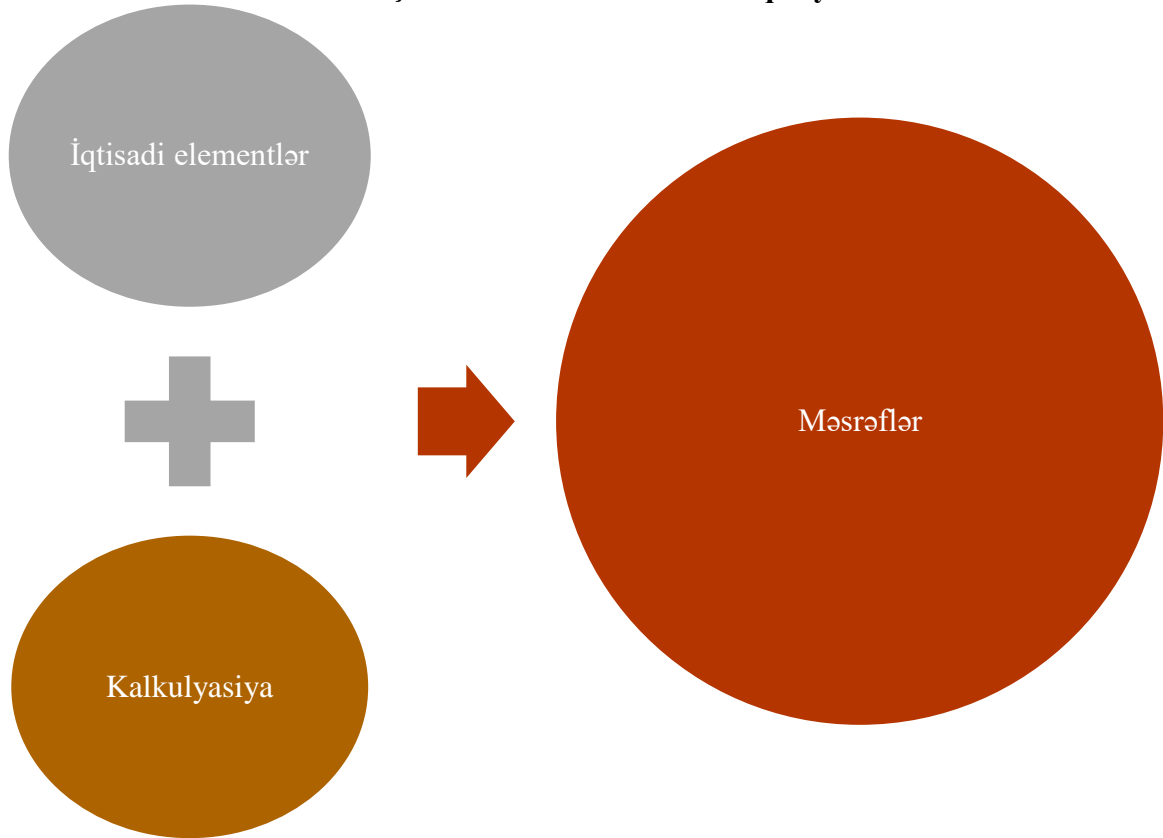
Müəssisələrin rentabelli fəaliyyətinin həyata keçirilməsində qarşıya qoyulmuş əsas hədəflərdən biri isə malın maya qiymətinin aşağı salınmasıdır. Lakin bu metod heç də həmişə effektiv olmaya bilər.

Belə ki, məhsulun keyfiyyət göstəricilərinin aşağı salınması ilə əlaqədar olaraq məhsulun maya qiymətinin aşağı salınması son nəticədə həmin məhsulun satışının azalmasına effektiv təsir göstərəcəkdir ki, bu da müəssisənin zərərle

işləməsinə gətirib çıxaracaqdır. Eyni zamanda bazara keyfiyyətsiz məhsulla daxiul olan müəssisə tez bir zaman kəsiyində rəqabətə tab gətirməyərək bazardan çıxmaq məcburiyyətində qalacaqdır.

İqtisadi xarakterinə görə xərclər iki əsas kateqoriyaya bölünür. Həmin kateqoriyalar aşağıdakı şəkil vasitəsilə verilmişdir.

Şəkil 2. Xərclərin əsas kateqoriyaları



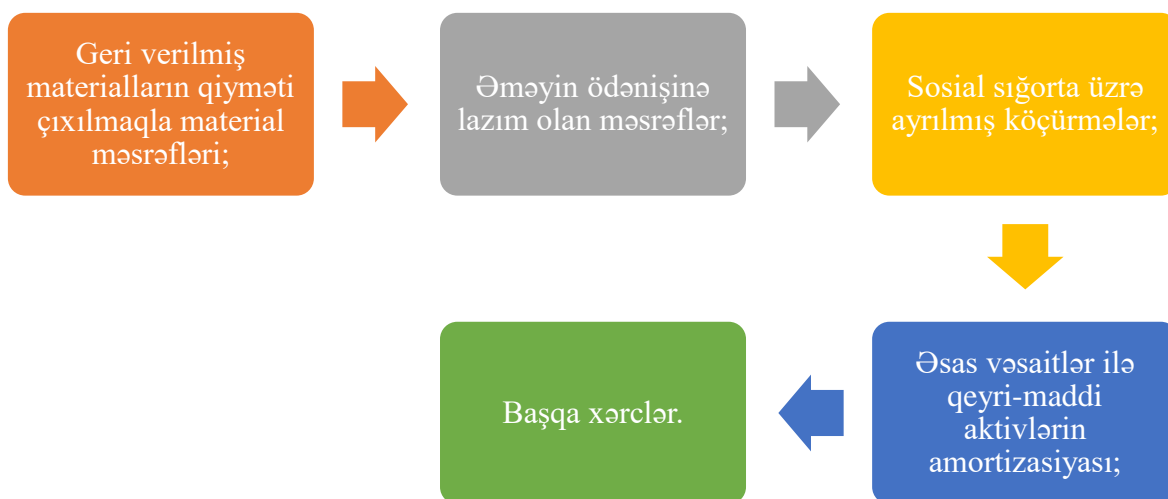
Mənbə: R.N.Quşani, T.T.Qurbanova. “Maliyyə nəzarəti və audit”. Metodiki göstəriş. Bakı-2013

Şəkil 2-dən məlum olur ki. xərclər iqtisadi element xərclərinə və kalkulyasiya xərclərinə bölünür.

İqtisadi elementlər üzrə xərclər də müxtəlif növlərə bölünməklə təsnifləşdirilir. Həmin növlər aşağıda olan sxem vasitəsilə verilmişdir (Бальжинов А.В., və Михеева Е.В., 284).

Məhsulun maya dəyərini xarakterizə edən tək göstərici iqtisadi elementlər üzrə formalaşan xərclər deyildir. Eyni zamanda da kalkulyasiya xərcləri məhsulun maya dəyərinin formalaşmasında müstəsna rola malikdirlər. kalkulyasiya xərcləri isə aşağıdakı şəkil vasitəsilə təhlil olunmuşdur (I.M.Pandey., 2010: 241):

Şəkil 3. İqtisadi elementlər üzrə xərclərin əsas növləri



Mənbə: (Atakişiyev M.C., Nurəliyeva R.N., 2010).

Şəkil 3.-dən də aydın olduğu kimi, iqtisadi elementlər üzrə xərclərə əməyin ödənişi üçün zəruri olan xərclər, mal-material ehtiyatlarının alınmasına sərf olunan xərclər, işçilərə görə ödənilməli olan sosial-sığorta xərcləri, qeyri-maddi aktivlərin və əsas vəsaitlərin köhnəlməsinə görə yaranmış xərclər və sair xərclər aid edilir.

Şəkil 4. Kalkulyasiya üzrə xərclər



Mənbə: (Atakişiyev M.C., Nurəliyeva R.N., 2010).

Şəkil 4-dən aydın olur ki, kalkulyasiya xərclərinin əsasında ümumistehsal xərcləri, satılması mümkün tullantı xərcləri, xammal və material xərcləri, ümumtəsərrüfat xərcləri, yararsız məhsulların istehsalı nəticəsində formalaşmış xərclər, digər istehsalat xərcləri və s. dayanır.

Yuxarıda qeyd edilənlərə əsasən demək olar ki, maliyyə menecmentinin əsas məqsədi məhsul istehsalına sərf olunan lüzumsuz xərcləri minimuma endirərək, məhsulun maya qiymətini aşağı salmaq və daha uyğun qiymətə realizə etməkdir.

Yekcinslik dərəcəsinə görə də xərclər iki önəmli qrupa ayrılır. Həmin qruplara isə aşağıdakıları misal çəkmək olar:

- Birelementli xərclər;
- Kompleks xərclər.

Birelementli xərclər bircins iqtisadi elementlərdən formalaşmış xərclər hesab olunur. Kompleks xərclər isə ayrı-ayrı iqtisadi elementlərdən formalaşmış xərclər hesab olunur (ЛЫТНЕВ О.А., 2000: 146).

İstehsal həcminə uyğun olaraq xərclər iki önəmli qrupa ayrılır. Həmin xərclərə sabit və dəyişən xərclər aid edilir. Dəyişən xərclər istehsal həcmindən asılı olan xərclərdir. Ümumiyyətlə, istehsalın həcmnin artması dəyişən xərcləri də artırır. Başqa sözlə desək, dəyişən xərclər ilə istehsalın həcmi düz mütənasibdir. Sabit xərclər isə istehsal prosesinin həcmindən asılı olmayaraq sabit qalan xərclərdir. Belə xərclər istehsalın artıb-azalmasından asılı olmayaraq daim eyni həcmdə olma xərclər hesab olunurlar.

Təyinatına görə də xərcləri iki əsas qrupa bölmək olar. Belə ki, təyinatından asılı olaraq xərclər inzibati-təsərrüfat və texnoloji xərclərə bölünür. Texnoloji xərclər innovativ tədbirlərin istehsala cəlb olunması nəticəsində yaranan xərclərdir. Başqa sözlə desək, istehsal prosesinə elmi-texniki tərəqqidə ən son nailiyyətlərinin cəlb edilməsi nəticəsində yaranan xərclər texnoloji xərclər hesab edilir. İnzibati-təsərrüfat xərcləri isə istehsal prosesinin gerçəkəşdirilməsi ilə bağlı olaraq təsərrüfat sahələrinin idarə olunmasına sərf olunan xərclər hesab olunur (I.M.Pandey., 2010: 200).

Məqsədəuyğunluq vəziyyətinə görə xərcləri iki əsas qrupda birləşdirmək olar. Belə ki, birinci qrupa istehsal xərclərini, digər qrupa isə qeyri-istehsal xərclərini aid etmək olar. İstehsal xərcləri məhsul istehsalı prosesində yaranan xərclər hesab olunur. Hətta məhsulun istehsal olunduğu andan istehlakçıya çatdırılan anadək olan xərclər istehsal xərcləri hesab olunur. Qeyri-istehsal xərcləri istehsal sahələrindən kənar yaranmış xərclərdir. Belə xərclərin əsasında istehsal prosesinin dayanması nəticəsində yaranmış xərcləri, eyni zamanda da zay məhsul istehsal olunması nəticəsində formalaşmış xərcləri misal çəkmək olar.

Maya dəyərinə daxil edilməsi formasına əsasən xərclər dolaylı və birbaşa (bilavasitə) xərclərə bölünür. Birbaşa və yaxud da bilavasitə xərclər dedikdə konkret bir məhsulun istehsalı prosesində həmin məhsulun maya dəyərinə daxil edilmiş xərcləri başa düşürük. Dolaylı xərclər isə bir neçə məhsul istehsalına sərf edilən məsrəflərin ümumi kütləsi başa düşülür. Dolaylı xərclərə ən ideal nümunə kimi istehsalın idarəedilməsi nəticəsində yaranan xərcləri göstərmək olar (Glen A., 2012: 201).

Maya dəyərinə məxsus olma xüsusiyyətinə və yaranma dövrünə əsasən xərclər iki önəmli qrupa ayrılır. Həmin xərclərə cari xərclərə və gələcək xərcləri aid etmək olar. Cari xərclərin əsas xarakterik xüsusiyyəti onunla izah olunur ki, cari xərclər gəlir əldə etmək məqsədilə çəkilən xərclərdir və bu xərclərə əsasən məhsulun istehsal və satışı ilə bağlı yaranmış istənilən xərc dayanır. Gələcək zamanı əhatə edən xərclər dedikdə isə, cari ildə məhsul istehsalına çəkilən, lakin gələcək dövrdə iqtisadi səmərə verə biləcək xərclərin məcmusu başa düşülür.

1.2. Türkiyədə səmərəli iqtisadi inkişafın əldə edilməsində kiçik və orta biznes subyektlərinin rolu

Məlum olduğu kimi, Türkiyənin iqtisadi inkişafının əsasında sahibkarlıq fəaliyyəti dayanır. Digər ölkələrdən fərqli olaraq Türkiyədə sahibkarlıq fəaliyyətinin digər paraqrafda qeyd etdiyimiz hər üç növü inkişaf etmişdir. Belə ki, üstün rəqabət mübarizəsi şəraitində hər bir müəssisə özünün dayanıqlı inkişaf səviyyəsini təmin etməkdədir. Hətta ölkə xaricindən də sahibkarlıq fəaliyyətini

həyata keçirmək məqsədilə gələn kifayət qədər çoxsaylı millətlərə də rast gəlmək mümkündür. Ölkənin demək olar ki, bütün ərazilərində sahibkarlıq fəaliyyətinə rast gəlmək mümkündür. Bəzi sahibkarlar öz biznesini istehsal üzərində qurmuşlarsa, digərləri bunu satış və yaxud da təchizat sahələri ilə əlaqədar həyata keçirməkdədir.

Məlum olduğu kimi, Türkiyədə turizm fəaliyyəti də kifayət qədər yüksək səviyyədə inkişaf etməkdədir. Ölkənin ən aparıcı və ən geniş əhali kütləsinə malik olan şəhəri İstanbulda müxtəlif təbəqələri əhatə edən turizm şirkətlərinə, habelə otellərə rast gəlmək mümkündür. Demək olar ki, əhalinin ən az təminatlı səviyyəsindən ən yüksək maddi imkanlara malik olan təbəqələrini belə əhatə edə biləcək otellərə rast gəlinməkdədir ki, bu da öz-özlüyündə sahibkarlıq fəaliyyətinin hər üçü növünün inkişafına şərait yaradır.

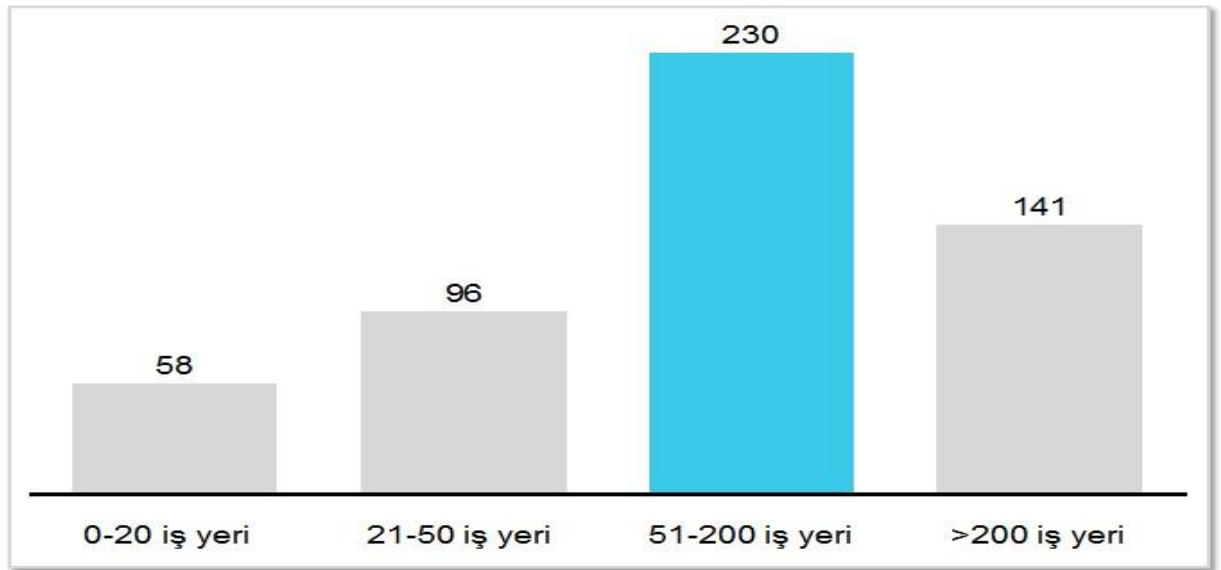
Digər bir tərəfdən isə sahibkarlıq fəaliyyətinə dövlət dəstəyinin tamamilə yüksək səviyyədə olması, burada təbəqələşmənin qarşısını almaqla kiçik sahibkarlara öz fəaliyyətlərini davamm etdirməkdə imkan yaratmış olur. Belə bir dövlət dəstəyini arxasına alan sahibkarlar isə rəqabət mübarizəsində digər rəqib müəssisələrlə bərabər imkanlar daxilində öz fəaliyyətlərini uğurla həyata keçirə bilirlər.

Dünyanın inkişaf etmiş dövlətlərin bir çoxunda KOS subyektləri iqtisadi artım və məşğulluğun təmin olunmasında əsas mövqeyə sahibdirlər. Odyr ki, Dünya Bankının məlumatlarına görə, inkişaf etmiş dövlətlərdə KOS-un ÜDM və məşğulluqda olan payı uyğun olaraq 50 və 60 faizdən yüksəkdir. Odur ki, dünyanın inkişaf etməkdə olan dövlətləri də iqtisadi dayanıqlılığın gücləndirilməsi, rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması və iqtisadi fəallığın təmin olunması üçün KOS-un inkişaf istiqamətində sistemli tədbirlər aparır. Beləliklə, rəqabətli bazar əlaqələri formalaşır ki, bu isə bazarda tələb-təklif tarazlığının əmələ gəlməsinə, qiymətlərin sabitləşməsinə, istehsal edilən məhsul ilə xidmətlərin rəqabətqabiliyyətliliyinin yüksəlməsinə, iqtisadi tənzimləmə vasitələrinin effektiv tətbiqi, iqtisadiyyatın dayanıqlılığı və xarici təsirlərin çevik absorbsiyasına zəmin yaradır. Məhz buna görə də indiki qlobal kontekstdə inkişaf

etmiş, eyni zamanda inkişaf etməkdə olan dövlətlər KOS tərəfindən iqtisadiyyatların böhranlara çevik uyğunlaşmağına nail olmağına çalışmışdır.

Türkiyədə ortahəcmli müəssisələr məşğulluğun əsas təminatçısı qismində çıxış edir. KOS sahəsində qlobal trendlərdən biri də kiçik müəssisələrin dayanıqlılığını təmin etməklə onların orta müəssisələr səviyyəsinə çatdırılması cəhdləridir. Bununla da müəssisələrin dayanıqlılıq və beləliklə, rəqabətqabiliyyətlilik göstəricilərinin yaxşılaşdırılmasına nail olmaq hədəflənir.

Şəkil 5. Orta sahibkarlıq fəaliyyətinin məşğulluğa təsiri



Mənbə: “Endavour” məlumat bazası

KOS üzrə müşahidə edilən başqa qlobal trendlər aşağıdakılardan təşkil

olunmuşdur:

- Türkiyə təcrübəsi əsasında demək olar ki, KOS subyektlərində risk faktorunun çox olması onların maliyyə vasitələrinə çıxış perspektivlərini məhdudlaşdırır. Bundan çıxan nəticədir ki, Türkiyədə KOS-un maliyyələşdirilməsi ilə bağlı olaraq zəmanət fondunun yaradılması və girovsuz maliyyələşmə mexanizmlərinin tətbiq edilməsi, risklərin sığortalanması və s. kimi spesifik yanaşma tətbiq etməkdədirlər;
- Türkiyə dövləti KOS subyektlərinin qlobal qiymət zəncirlərinə qoşularaq, transmilli şirkətlərin istehsal hazırladıqları məhsulların müxtəlif komponentlərinin təchizatçısı olaraq fəaliyyət göstərməsinə dəstək üçün fərqli təşəbbüslər

gerçəkləşdirir. Odur ki, transmilli şirkətlər öz mallarının komponentlərinin belə ki, çox hissəsini dünyanın müxtəlif coğrafiyalarında olan kiçik və orta müəssisələrə sifariş verərək istehsal edirlər. Bununla yanaşı, KOS subyektləri qlobal qiymət zəncirində yüksək əlavə dəyər əmələ gətirən sektorların iştirakçısına çevrilmişlər;

- KOS subyektlərinə göstərilmiş dəstəyin doğru koordinasiyanın təmin olunması və əlverişli şəraitin yaradılması üçün dünyanın əksər dövlətlərində KOS subyektlərinə xidmət göstərən mərkəzləşdirilmiş qurum qurulur;

- KOS subyektləri bazarlardakı mövqelərinin qorunub saxlanması, istehsal məsrəflərinin azaldılması üçün horizontal və vertikal klasterlər qurulur. Odur ki, həmin klasterlər tərəfindən KOS subyektləri öz məsrəflərinin optimallaşdırılmasının hesabına miqyas effektin əldə edirlər.

Statistik məlumatlara əsasən, KOS subyektlərinin ixracda payı hələ də çox kiçikdir. 2013-cü ildə ölkəmizdə kiçik müəssisələrin yalnız 2 faizi ixrac fəaliyyəti ilə məşğul olmuşdur. Müqayisə üçün qeyd etməliyik ki, Türkiyədə bu göstərici 30,5 faiz olmuşdur. Orta sahibkarlıq subyektlərində bu göstərici 1 faiz təşkil etdiyi halda, Türkiyədə bu cür müəssisələrin payı 51,2 faiz olmuşdur.

Şəkil 6. KOS subyektlərinin ixracda payı

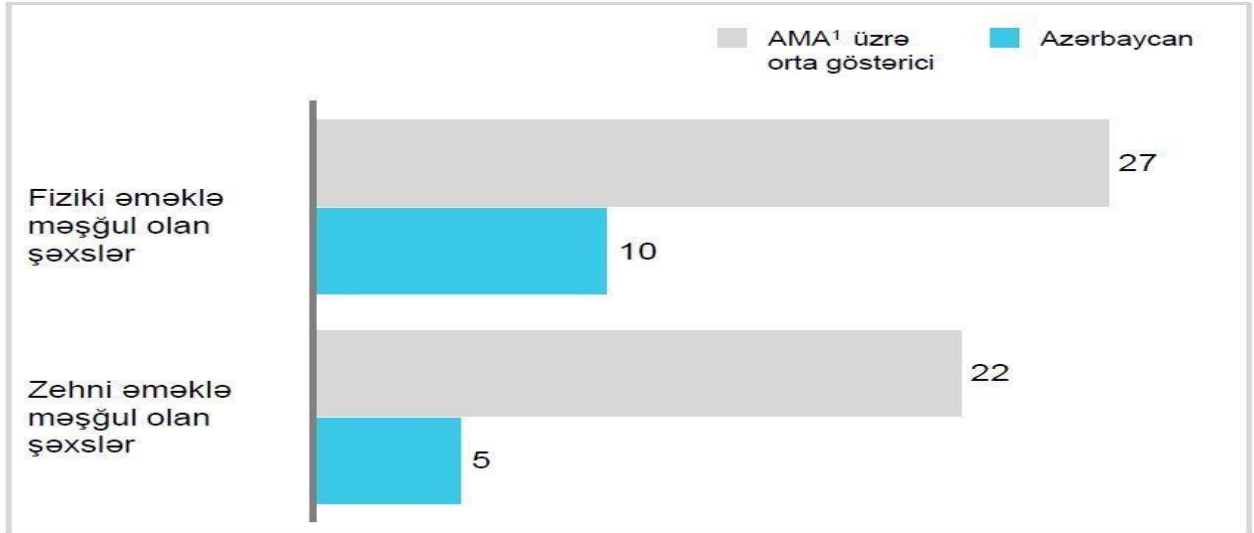
Qeyri-neft ixracı (ÜDM-də payı, faizlə, 2014-cü il)	Kiçik sahibkarlıq subyektləri arasında ixrac fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrin payı (faizlə)	Orta sahibkarlıq subyektləri arasında ixrac fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrin payı (faizlə)
Gürcüstan 16,9	Türkiyə 30,5	Türkiyə 51,2
Qazaxıstan 8,6	AMA ¹ regionu üzrə orta göstərici 15,0	AMA ¹ regionu üzrə orta göstərici 25,6
Rusiya 8,2	Ukrayna 11,8	Ukrayna 20,0
İran 6,5	Moldova 10,3	Gürcüstan 15,2
Azərbaycan 2,1	Gürcüstan 2,9	Moldova 12,2
Nigeriya 1,7	Azərbaycan 2,0	Azərbaycan 1,0

Mənbə: Malların ticarətinə dair BMT-nin məlumat bazası, Dünya Bankı, Müəssisə Araşdırmaları

Türkiyədə sahibkarlıq fəaliyyətinin yüksək sürətlə inkişaf etməsinin ən əsas səbəbi məhz ölkədə sahibkarların düşüncə tərini və istehsal və ya idxal-ixrac əməliyyatlarına yanaşma tərzinin fərqliliyi ilə əlaqədardır. Sahibkarın düşüncə

tərzinin genişləndirilməsi ölkədə sahibkarlıq fəaliyyətinin də inkişafında mühim rol oynayır.

Şəkil 7. Sahibkarın düşüncə tərzinin genişləndirilməsi



Mənbə: Malların ticarətinə dair BMT-nin məlumat bazası, Dünya Bankı, Müəssisə Araşdırmaları

Türkiyədə sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmaqla əlaqədar olaraq bəzi məhdudiyyətlər də həyata keçirilməkdədir. əslində bu məhdudiyyətlər sahibkarlıq fəaliyyətinin genişləndirilməsində yerli sahibkarlara edilmiş dəstəklə əlaqədardır. Məlum olduğu kimi Türkiyədə xarici investorlar da çoxluq təşkil edir və hətta Suriya və digər ölkələrdən gələn vətəndaşlar da sahibkarlıq fəaliyyətini həyata keçirməkdədirlər. belə olan şəraitdə isə yerli sahibkarların rəqabət mübarizəsi kəskin şəkildə artır və bəzən bu onların rəqabətdə digər ölkə sahibkarlarına uduzmasına gətirib çıxarda bilər. Belə olan halda isə çıxış yolu kimi dövlət yerli sahibkarlara dəstək proqramından istifadə edir. Bu proqram xarici sahibkarlara müəyyən qədər məhdudiyyət qoyur. Belə ki, bəzi ölkə sahibkarları türkiyədə özlərinin sahibkarlıq fəaliyyətlərini həyata keçirərkən əmlaka sahib ola bilməzlər. Belə ki, bu tip ölkə sahibkarları öz fəaliyyətlərini ya dövlətdən ya da yerli vətəndaşlardan əmlak kiralamaqla həyata keçirə bilərlər. bu tipli ölkələrə isə aşağıdakıları misal çəkmək olar:

- Ermənistan;
- Suriya;
- Şimali Koreya;
- Nigeriya;

- Kuba;
- Yəmən.

Bəzi ölkə sahibkarları isə öz fəaliyyətlərini həyata keçirərkən əmlaka sahib ola bilirlər, lakin onlara da müəyyən məhdudiyyətlər qoyulmaqdadır. Belə ki, Ermənistan, Suriya, Şimali Koreya, Nigeriya, Kuba və Yəmən sahibkarları öz fəaliyyətlərini yalnız icarə əsasında həyata keçirə bilərlərsə, aşağıda adları çəkilən digər ölkə sahibkarlara əmlaka sahib ola bilər, lakin müxtəlif məhdudiyyətlər tətbiq edilməklə həmin əmlaka sahib ola bilirlər. Həmin ölkələr isə aşağıdakılardan ibarətdir:

- Çin;
- İordaniya;
- Fici;
- Şərqi Timor;
- Danimarka.

Bəzi ölkə vətəndaşlarına isə aşağıdakı sahələr üzrə sahibkarlıq fəaliyyəti göstərməkdə müxtəlif məhdudiyyətlər qoyulmuşdur:

- Mərakeş, Misir və Latviya sahibkarları kənd təsərrüfatı sahələri üzrə özlərinin sahibkarlıq fəaliyyətləri ilə məşğul ola bilirlər, lakin heç bir kənd təsərrüfatı əmlakına sahib ola bilməzlər;

- Əfqanıstan sahibkarları isə yalnız xüsusi razılıq əsasında hər hansısa bir əmlaka sahib ola bilirlər, lakin bu ölkə sahibkarlarına kənd təsərrüfatı üzrə əmlaka sahib olmaq və ümumiyyətlə kənd təsərrüfatı sahələri üzrə sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmaları qeyri-mümkündür;

- Albaniya sahibkarları isə Türkiyədə yalnız mənzil və ofis binalarına sahib ola bilirlər və istedikləri sahibkarlıq işləri ilə məşğul olmaq imkanlarına malikdirlər. Lakin istənilən sahibkarlıq fəaliyyəti üzrə əmlaka yalnız icarə əsasında malik ola bilirlər.

Türkiyədə sahibkarlıq fəaliyyətinə dövlət dəstəyinin yüksək səviyyədə olması bu sahənin inkişafında müstəsna rol oynayır. Belə ki, dövlət tərəfindən qəbul

edilmiş bəzi prioritet proqramlar mövcuddur ki, bu proqramlar dövlətə olan borcların yumşaldılması ilə əlaqədardır.

Borcların bağışlanması və sosial islahatları ehtiva etmiş İslahatlar Paketi ölkə borclarının təzədən qiymətləndirilməsindən tutmuş sənədsiz tikililər probleminə, təqaüdçülərin hədiyyələrindən tutmuş "Bağ-Kur" dəstəyinə kimi çox geniş bir spektri əhatə etməkdədir. Həmin İslahatlar Paketi illərlə baş verən sağalmaz yaraya çevrilmiş əksər problemi həll edəcək, həmçinin iqtisadiyyatın canlanmasına və dinamizmin yüksəlməsinə səbəb yaradacaq.

Birinci növbədə, paketdə yer verilmiş dövlət borclarının ödənilməsi məsələsi kiçik sahibkarlar, sənayeçilər və işləyənlər nöqtəyi-nəzərdən səmərəli detalları ilə nəzərdən keçirilməkdədir. Paketdə sığorta haqqı ilə vergi və nəqliyyat cəzası borclarının ödənilməsində fürsətlər təqdim edilir.

Digər yandan, anbarlarda ötən illərə aid olan, ancaq sənədlərdə əks edilməyən məhsulların bəyan üsuluna görə tənzimlənməsi təmin ediləcək. Həmçinin, borcu olanların 90 faiz güzəştə borclarının ödəmələri asanlaşdırılacaqdır.

Digər bir islahat gənclərə məxsusdur. Son dövrlərdə Türkiyədə gənc sahibkarlığın dəstəklənməsi, həvəsləndirilməsi ilə xeyli önəmli addımlar atılmışdır. Həmin addımların davamında islahatlar paketində də görmək olar. Bu dəfə öz işinə başlamış gənclərin bir il müddətində "Bağ-Kur" sığorta haqlarının dövlət tərəfindən ödənilməsi haqqında qərar qəbul edildi.

Həmin islahatlar cavanların dinamizminin sahibkarlıqla birləşməyini təmin etməkdədir. İslahatların cavanların məşğulluq səviyyəsinin yüksəlməsi və gənclər arasındakı işsizliyin azaldılması yönündə konkret bir addım olması barizdir.

Digər yandan, İslahatlar Paketində yaşlılar ilə təqaüdçülərə də böyük müjdələr vardır. Təqaüdçülərə iki bayram ərzində 1000 lirəlik mükafat verilməsi, 65 yaşdan böyük olan və 266 lirə təqaüd alanların maaşlarının 500 lirəyə yüksəldilməsi gəlir bölgüsü məsələsində cəmiyyətin kövrək təbəqəsinə daxil olmuş yaşlıların maraqlarının həmişə gözlənildiyini göstərir.

İqtisadiyyat üzrə sağalmaz yaraya və maneəyə çevrilmiş sənədsiz inşaatlar məsələsi də həll edilir. Buna görə də problemlı binaların müəyyən olunması, onlara qeydiyyat sənədinin verilməsi sayəsində şəhərsalma prosesi lap sağlam olaraq davam edəcəkdir. Bu islahatla dövlət səmərəli məbləğdə gəlir qazanacaq.

Xəzinə ərazisinə dair tənzimləmələr də fermerlərin üzünü güldürəcək. Kəndlər üzrə xəzinə ərazisini istifadə etmiş fermerlər həmin əraziləri 10 il müddətinə satın alacaqlar. Hətta bunun 10 il müddətində uzadılması üçün imkan yaradılacaqdır. Kəndlərdə olan iqtisadi fəaliyyətlərin davamlılığı cəhətdən bu tənzimləmələr səmərəli üstünlükləri ortaya qoyacaq.

Vətəndaşı, həmçinin real sektoru sevinc yaradacaq islahatlar paketinin gerçəkləşdirilməsi vətəndaşların alıcılıq qabiliyyətini yüksəldəcək və bazarı canlandıracaqdır. Sahibkarlara borcları ilə əlaqəli təqdim edilən imkanlar onların yeni təşəbbüsləri üçün cıgır açacaq.

Sərmayəçilərin daha aktiv fəaliyyətlər həyata keçirməsi və sürətli sərmayə proseslərinə daxil olmağı sərmayələrdə səmərəli yüksəlişə səbəb olacaq. Bu, 2019-cu ilin iqtisadi böyüməsində sərmayələrdən gələn payın da çoxalmasına xidmət edəcəkdir.

Olduqca uğurlu islahatları nəzərdə tutmuş bu paket iqtisadiyyatın subyekti sayılan bütün vətəndaşları əhatə etməkdədir. Nəticədə, vətəndaşın, sənayeçi və sahibkarın istək və tələbatına yönəlmiş islahatlar həyata keçiriləcək.

Bu gün istər hər hansı sahibkarın borcları ilə əlaqəli yaşadığı qeyri-müəyyən məqamların həll olunması, istər təqaüdüçülərin alacaqları mükafatlarla gəlirlərinin çoxalması, istərsə də kənddəki fermerlərin iqtisadiyyata töhfə verməsi yönündən effektiv islahatlar tətbiq edilməyə başlayır.

FƏSİL II. TÜRKİYƏDƏ VƏ AZƏRBAYCANDA KİÇİK VƏ ORTA BİZNES SUBYEKTLƏRİNİN MÜASİR VƏZİYYƏTİ

2.1. Türkiyədə kiçik və orta biznesin iqtisadi təşkilinin xarakteristikası

KOS ölkə iqtisadiyyatında vəzifəsindən çox danışıılır. KOS-ın ümumilikdə bütün dövlətlərin iqtisadiyyatında yeri çox mühimdir. İnkişaf etmiş dövlətlərdə bu özünü lap qabarıq göstərir. Misal üçün, ABŞda, Yaponiyada, İngiltərədə, Almaniyada, Polşada, Macarıstanda KOS əhalinin məşğulluğunda və dövlətlərin ÜDM-ində payı 50 faizdən artıqdır. Türkiyə Statistika İnstitutu hesablamalarına əsasən, dövlətin istehsal sahəsində kiçik və orta müəssisələrin sayı 3 mln-dan çoxdur və bu ümumi müəssisələr üzrə 98,0 - 99,0 faizdən ibarətdir. Yaponiyadakı məşğul əhalinin 75 faizdən çoxu KOS subyektlərində çalışmaqdadır.

(<https://jabrayilvaliyev.com/2016/06/10/kicik-v%C9%99-orta-sahibkarliq-r%C9%99q%C9%99ml%C9%99rin-dili-il%C9%99/-> 2018).

Qeyd olunana dövlətlərin bir çoxu dünyanın bir çox məşhur brendlərinin vətəni sayılmaqla yanaşı, dünya miqyasında elmi-texniki tərəqqi lokomotivləri hesab edirlər. Əksər mütəxəssislər söyləyirlər ki, əgər böyük şirkətlər dövlətdə elmi-texniki tərəqqi və istehsal potensialı səviyyəsini aşkar edirlərsə, KOS dövlətdəki iş həyatındakı ən kütləvi forması olaraq dövlətin sosial iqtisadi stabilliyi və inkişafı təmin edirlər. Ancaq o qeyd edir ki, Azərbaycan Respublikasında KOS-ın dövlət iqtisadiyyatında yeri son dövrlər artmasına baxmayaraq, indi də arzu edilən səviyyəsindən xeyli uzaqdır. Yalnız onu qeyd etmək gərəkdir ki, respublikada kiçik müəssisələr tərəfindən istehsal edilən məhsul ÜDM-in 6 faizindən aşağıdır.

(<https://jabrayilvaliyev.com/2016/06/10/kicik-v%C9%99-orta-sahibkarliq-r%C9%99q%C9%99ml%C9%99rin-dili-il%C9%99/-> 2018).

Bütün inkişaf etmiş dövlətlər bu və başqa formada kiçik sahibkarlığı dəstəkləməkdədir. Türkiyədəki KOSGEB isimli təşkilatın fəaliyyəti, proqramları ilə yaxından tanış olmuşduq. KOSGEB kiçik və orta sahibkarlığa dəstək məqsədilə təsis olunmuş tək dövlət təşkilatıdır. Onun başlıvca vəzifəsi kiçik sahibkarlıq sahəsi üzrə ölkənin siyasətini işləyib hazırlamaq, milli və beynəlxalq təcrübənin

təhlilinə əsasən Türkiyənin kiçik və orta sahibkarlığının inkişafı üzrə hərtərəfli yardım göstərir. KOSGEB kiçik və orta müəssisələrlə əlaqəli ölkənin iqtisadi siyasətinin təkmilləşdirilməsində xeyli böyük rol oynamaqdadır. Kiçik biznesin Türkiyə olan roluna müvafiq olaraq dövlətdə qeyri-kommersiya ölkə və ictimai struktur ilə birliklərin əsasında kiçik və orta sahibkarlığa dəstək və xidmət edən xeyli inkişaf etmiş infrastruktur formalaşmışdır. Hal-hazırda KOS ilə əlaqəli məsələlərlə məşğul olan öbir sıra təşkilatlar daxildir. Onlara KOSGEBi, Elm, Sənaye-Texnologiya Nazirliyini, İnkişaf Nazirliyini, Xəzinədarlıq Müşavirliyini, İqtisadiyyat Nazirliyini, Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirliyini, Maliyyə Nazirliyini, Türkiyə Elmi və Texnoloji Araşdırma Şurasını və İnkişaf agentliklərini aid etmək olar. Həmçinin bəzi qeyri-hökumət təşkilatları balaca biznesin dəstəklənməsi və inkişaf etdirilməsi üçün yaxından iştirak etmişdilər. Bunlara Türkiyə Palatalar və Birjalar Birliyini, Türk Tacirlər və Sənətkarlar Konfederasiyasını, Türkiyə Texnoloji İnkişaf Fondunu və Türkiyə Kiçik və Orta Ölçülü Müəssisələr üzrə Sərbəst Peşə Sahiblərini və Menecerlər Fondunu aid etmək olar. Və ya ABŞ-da 1953-cü il Prezident yanında Small Business Administration – SBA yaradılıbdır. Həmin təşkilatın başlıca məqsədi ölkənin həmin sahədə siyasətinin gerçəkləşdirilməsidir, dövlət üzrə 100-dən çox nümayəndəliyi vardır və təşkilatda 4 mindən çox adam işləyir. ABŞ-ın kiçik biznes barədə qanununda qeyd edilir ki, dövlətin milli rifahı və dövlətin təhlükəsizliyi, inkişaf etmiş kiçik və orta sahibkarlıqlar olmasa qeyri-mümkündür və ölkə həmin KOS-ları həmişə dəstəkləməlidir. (<https://jabrayilvaliyev.com/2016/06/10/kicik-v%C9%99-orta-sahibkarliq-r%C9%99q%C9%99ml%C9%99rin-dili-il%C9%99/> - 2018).

Ümumiyyətlə, iqtisadi sahədə belə yaxud başqa şəkildə uğur qazanmış dövlətlərin təcrübələri bunu söyləməyə əsas verir ki, KOS-ların inkişafı ölkə üçün strateji əhəmiyyət kəsb etməkdədir.

İqtisadi azadlıq, dırnaqarası yox, gerçək azad sahibkarlığın təcəssümü və gerçək iqtisadiyyatda ağırlığı ilə düz mütənasib sayılır.

Beləliklə, ilk olaraq qeyd edək ki, Avropada Kiçik sahibkarlıq biznesində 99 faizini təşkil edir. Ölkəmizdə həmin rəqəm 1.8-2 faizi keçmir (ÜDM-dəki payı) məşğulluqdakı payı 7.9 faizə qədərdir.

Türkiyədəki rəqəmlərdən bəzisini qeyd etsək, missal üçün ümumi təşəbbüslərin 99.8%-i KOBİ-lərdir, istihdamda-məşğulluq üzrə payı 76 faiz, əlavə dəyər yaratması payı 27 faiz, 2014-ci ildə ixracın 56%-dən artığını kiçik və orta şirkətlər edibdir və s. (<https://jabrayilvaliyev.com/2016/06/10/kicik-v%C9%99-orta-sahibkarliq-r%C9%99q%C9%99ml%C9%99rin-dili-il%C9%99/> - 2018).

Avropa Birliyi dövlətlərində Kiçik və orta sahibkarlığa məxsus şirkətlər 3 qrupa ayrılır. Mikro şirkətlər, Kiçik şirkətlər və Orta şirkətlər. Mikro təşəbbüslər (şirkətlər) üzrə işçi sayı 10 nəfərdən aşağı, illik dövriyyəsi də 2 milyon Euro-yadək olanlar sayılmaqdadır. Kiçik şirkətlər üzrə işçi sayı 50 nəfərdən aşağı, illik dövriyyəsi 10 milyon Euro-yadək olanlardır. Orta böyüklükdə olan şirkətlərə də işçi sayı 250 nəfərdən aşağı, illik dövriyyəsi də 50 milyon Euro-yadək mövcud biznes subyektləri daxil edilir.

Türkiyədəki KOBİ klassifikasiyası aşağıda göstərilən kimidir (<https://jabrayilvaliyev.com/2016/06/10/kicik-v%C9%99-orta-sahibkarliq-r%C9%99q%C9%99ml%C9%99rin-dili-il%C9%99/> - 2018):

- Mikro işlətmelerde işçi sayı-0-dan 10-adək, illik dövriyyədə-1 milyon TL-dən aşağı (təxminən 340000 USD),
- Kiçik işlətmelerdeki işçi sayı-50 nəfərdən aşağı olanlar və dövriyyəsində 2012-ci ildəki dəyişikliklər ilə 8 milyon TL-dən aşağı (təqribi 2.7 milyon USD),
- Orta böyüklükte olan işlətmelerdeki işçi sayı 250 nəfərdən aşağı, dövriyyəsi isə 40 mln TL-yədək (tahmini 13,6 milyon dollar)

Ölkəmizdə bu ayırım biraz mürəkkəbləşdirilmiş və sahələrə əsasən fərqliləşdirilmişdir. İlk olaraq fiziki şəxs-hüquqi şəxs bölümü ilə məsələ qəliz vəziyyətə düşür. İkinci də Avropa, Türkiyə və bir çox dövlətlərdəki tək sadə klassifikasiya kimi yox sahələr üzrə fərqliləşdirilibdir.

2.2. Azərbaycanca kiçik və orta biznes subyektlərinin formalaşma xüsusiyyətləri

“Biznes” anlayışına dünyanın hər bir ölkəsində rast gəlmək mümkündür. Gəlir gətirən fəaliyyət sahəsi və həmin sahə ilə məşğul olan insanlar qrupu hər bir ölkədə müxtəlif anlayışlarla ifadə olunur. Belə ki, ingilis dilli ölkələrdə belə iş növü “biznes”, həmin işlə məşğul olan insanlar isə “biznesmen” adlandırılır. MDB və digər ölkələrdə isə gəlir gətirən fəaliyyət sahəsi “sahibkarlıq”, həmin fəaliyyət üzrə məşğul olan insanlar qrupu isə “sahibkar” adlanırlar (T.Hüseynov., 2009: səh.9).

İqtisadi ədəbiyyatlarda “biznes” anlayışına müxtəlif səpkili yanaşmalar vardır. Belə ki, Alan Xoskinqin fikrincə, “Biznes təbii nemətlər hasilatı, əmtənin istehsalı, yaxud əldə olunması və satışı, başqa əmtəələrin dəyişdirilməsində xidmətlərin edilməsi, maraqlı şəxslərin, yaxud firmaların qarşılıqlı gəlirinə xidmət, pul üçün fiziki şəxslərin, firmaların və təşkilatların gerçəkəşdirdikləri fəaliyyətdir” (T.Hüseynov., 2009: səh.10). Alan Xoskinqə görə biznes bir proses olaraq, özündə maliyyə və uçot, istehsal, elmi tədqiqat, layihə işlərini, maddi-texniki təminat və kadr, marketinq və bu kimi digər iqtisadi kateqoriyaları özündə ehtiva edir.

Digər bir xanım nəzəriyyəçi N.Y.Kruqlova isə “biznes” anlayışına kommersiya fəaliyyəti və yaxud da mənfəətin alınmasına birbaşa yönəldilmiş fəaliyyət kimi baxır və biznes fəaliyyətinin aşağıdakı fəaliyyət növlərindən ibarət olduğunu qeyd edir:

- əmtəə bazarlarında fəaliyyət;
- xarici ticarət fəaliyyəti;
- istehsal vasitələri bazarında fəaliyyət;
- qiymətli kağızlar bazarındakı fəaliyyət;
- azad iqtisadi zonalar üzrə fəaliyyət;
- mənfəət qazandıran vasitəçilik fəaliyyəti.

Yuxarıda qeyd etdiklərimizə əsasən söyləyə bilərik ki, hər bir biznes müəssisə şəklində özünün təşkilati-hüquqi formalarına malik olur. Müəssisə və yaxud da təşkilat bazarda mövcud olan oxşar mühitdən ayrılmağa səy edərək firma adı və ya

atributları şəklində özünün xarakterik cəhətlərini yaratmış olur. Beləliklə, “biznes” anlayışı öz mahiyyətini bir xeyli genişləndirərək yalnız fəaliyyət prosesi olmur, eyni zamanda da mülkiyyət obyektinə çevrilmiş olur. Həmin mülkiyyət obyektini isə satmaq, almaq, girov qoymaq, sığortalamaq və s. kimi funksiyaları həyata keçirmiş olur. Belə olan halda isə biznes saziş və ya əmtəə obyektinə çevrilmiş olur.

Yuxarıda qeyd etdik ki, gəlir gətirən fəaliyyət növü bəzi ölkələrdə “biznes”, digərlərində isə “sahibkarlıq” fəaliyyəti hesab olunur. Əslində isə “biznes” ilə “sahibkarlıq” məfhumları bir-biri ilə sıx bağlı olsalar da eyni əhəmiyyət kəsb etmirlər. bu iki anlayış arasında fərqlər mövcuddur.

“Biznes” və “sahibkarlıq” anlayışları müxtəlif təkamül yolu keçərək öz mahiyyətlərinə aydıqlıq gətirmişlər. sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında dünyanın müxtəlif iqtisadçılarında müxtəlif fikirlər hələ çox qədim dövrlərdən formalaşmağa başlanmışdır. Belə ki, “sahibkarlıq” anlayışını ilk dəfə elmə fransız iqtisadçısı və bank sahibi Riçard Kantilyon gətirmişdir. Riçard Kantilyon ticarəti əsas götürərək “sahibkar” anlayışına kəndli, həmçinin də ticarətçi və sənətkar kimi baxırdı. R.Kantilyon sahibkarı kapital sahibi kimi qəbul edirdi. Riçard Kantilyona görə kapital həm borc kapitalı, həm də şəxsi kapital hesab edirdi. Sahibkarlığı isə R.kantilyon risk şəraitində mənfəət əldə olunması sahəsində göstərilən fəaliyyət növü hesab edirdi (T.Quliyev., 2001: səh.273).

Klassik iqtisadiyyatın yaradıcısı A.Smit isə “Xalqların sərvətinin təbiəti və səbəbləri barədə tədqiqat” adlı əsərində sahibkarlıq fəaliyyətindəki dəqiq xarakterik xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirməyə cəhd etmişdir. A.Smit belə hesab edirdi ki, sahibkar kapitalın yeni mülkiyyətçisidir və mənfəət qazanmaqdan ötrü hər cür riskə getmək imkanına malik olan şəxsdir.

Alman iqtisadçısı olan V.Zombart sahibkarlıq fəaliyyətini dərinlən araşdırmış və belə qərara gəlmişdir ki, sahibkar “ticarətçi”, “iqtisadçı” və “təşkilatçı” anlayışlarını özündə ehtiva edir (T.Quliyev., 2001: səh.274).

Avstriya iqtisadçısı Y.Şumpeter isə bu cür düşünürdü ki, sahibkar istehsal amillərindən istifadə edərək iqtisadi inkişafı təmin etmiş insan və ya insanlar

qrupudur. Y.Şumpeter isə sahibkarlıq fəaliyyətinin aşağıdakı əsas funksiyalarının olduğunu qeyd etmişdir (T.Hüseynov., 2009: səh.11):

- yeni, istehlakçıya və ya alıcıya hələ aydın olmayan maddi nemətin və yaxud da əvvəlki nemətin yeni keyfiyyətdə istehsal edilməsi;
- istehsal prosesinin əvvəllər istifadə edilməmiş yeni üsul və metodlar əsasında qurulması;
- köhnə satış bazarlarının möhkəmləndirilməsi və ya yeni satış bazarlarının müəyyən edilməsi və mənimsənilməsi;
- xammalın yeni növlərinin və yeni xammal mənbələrinin aşkara çıxarılması;
- satışın və istehsal proseslərinin yeni təşkilati-hüquqi formalarının müəyyən edilməsi.

Yuxarıda qeyd edilənlər əsasında sahibkarlıq fəaliyyətinə bu cür bir tərif vermək olar ki, sahibkarlıq fəaliyyəti mürəkkəb bazar kanyukturası əsasında ağılla risk edib mənfəət götürə bilmək qabiliyyətidir.

Sahibkarlıq fəaliyyəti kimi iqtisadi ədəbiyyatlarda “biznes” məfhumuna da müxtəlif təriflər verilmişdir. Bu təriflərdən bəzilərini aşağıda qeyd edək (https://www.finansist.az/upload-files/Maliyy_menecmenti.pdf - 2018)

- Tərif 1. Biznes özünün kapitalı, biliyi və eləcə də bacarığından istifadə olunması ilə mənfəətin və gəlirin alınmasına yaxud da artırılmasına istiqamətlənmiş insan fəaliyyətidir.

- Tərif 2. Biznes insanlar üçün işlərin yerinə yetirilməsi, xidmətlərin edilməsi və eləcə də zəruri məhsulların istehsalı prosesidir.

- Tərif 3. Biznes istehlakçıların və ya alıcıların mövcud tələbatlarının ödənilməsi sahəsində yaradılan və bu tələbatın ödənilməsini təmin edən istehsal prosesidir.

- Tərif 4. Biznes yüksəkkeyfiyyətli məhsul istehsalı, işlərin görülməyi və xidmətlərin göstərilməyi sahəsində puldan pul götürmək qabiliyyətidir.

Yuxarıda qeyd etdiyimiz tərifləri birləşdirərək biznesə belə bir yekun tərif verə bilərik:

“Biznes-istehlakçılarının və ya alıcıların mövcud tələbatlarının ödənilməsinə istiqamətlənmiş və mənfəət, gəlir əldə etmək məqsədilə təşəbbüskar insanlar arasında yaranmış işgüzar münasibətlərin məcmusudur” (Khan və Jain., 2015: səh.41)

Bazar iqtisadiyyatının mühim elementlərindən olan sahibkarlıq fəaliyyəti kiçik biznes vasitəsilə təzahür edir. Kiçik biznes istehlak bazarında ümumi milli məhsulun artım tempinə, onun struktur və quruluşunun müəyyən edilməsinə, eləcə də rəqabət mühitinin yaradılmasına və formalaşmasına imkan yaradan başlıca amillərdən biridir.

Bazar prinsipləri əsaslanaraq fəaliyyətdə olan yeni iqtisadi sistemi təkmilləşdirmək yönündə tənzimləyici siyasət aparən hökumətimiz kiçik biznesin təşəkkülü və inkişafı ilə əlaqəli xeyli məqsədyönlü, sistemli tədbirlər həyata keçirir. Ancaq bu sahədə hələ də müəyyən problemlər qalmaqda davam edir. Bununla bərabər kiçik biznesin əhəmiyyətli fəaliyyətinin təmin olunması üçün dövlətin strateji siyasəti davamlı olmalı, doğru aydınlaşdırılmalı, təsərrüfat işi ilə məşğul olan sahibkarların arasında ola biləcək inhisarçılıq meyili bazar prinsiplərinə əsasən aradan qaldırılmalı, haqsız rəqabətin qarşısının alınması və aradan qaldırılması tədbirləri ön plana çəkilməlidir.

“Kiçik biznes” anlayışı adından məlum olduğu kimi bazar iqtisadiyyatı subyektləri tərəfindən aparılan sahibkarlıq fəaliyyətidir.

Dünya ölkələrinin təcrübəsinə əsasən deyə bilərik ki, balaca müəssisələr bir çox vaxt işçilərin say tərkibinə uyğun olaraq müəyyən edilir. Ümumilikdə isə əsaslı olaraq iqtisadi fəaliyyətlə məşğul olan kiçik biznes kateqoriyasına aid olan subyektləri işçi heyəti, nizamnamə kapitalı, aktivlərin böyüklüyü və dövriyyənin həcmi göstəricilərinə uyğun olaraq, müəyyən edilirlər. Lakin valyutaların dövrliyi zaman yaranan dəyişikliklər və bəzi başqa səbəblərdən dolayı bölgünün işçilərin sayına üzrə aparılması lap məqsədəuyğun hesab olunmuşdur.

Bunu da qeyd etmək gərəkdir ki, biznesin müxtəlif meyarlara əsasən bölgüsünü hər bir beynəlxalq təşkilat və yaxud da hər bir ölkə özünün müstəqil müəyyənləşdirdiyi əsaslarla həyata keçirir. Məsələn, Dünya Bankının

hesabatlarından aydın olur ki, işçi sayı 50 nəfərə qədər olan müəssisələr kiçik biznes müəssisələri hesab olunur.

Avropa Şurasının hesabatlarına istinad etsək isə aşağıdakı xüsusiyyətləri özlərində ehtiva edən müəssisələr kiçik biznes müəssisələri və yaxud da kiçik sahibkarlıq subyektləri hesab olunurlar (R.A.Hill., 2009: səh.602):

- İşçilərinin sayı 50 nəfərə qədər olanlar;
- İllik dövriyyəsi 4 milyon ekyu olanlar;
- Balanlarının məbləği 2 milyon ekyu olanlar.

Azərbaycan Respublikasında isə kiçik biznes müəssisələrini və ya sahibkarlıq subyektlərini işçilərin sayı ilə illik dövriyyə göstəriciləri əsasında müəyyən edirlər. belə ki, bu meyarlar əsasında:

- Sənaye və tikintidə işçilərinin sayı 40 nəfərdən və illik dövriyyəsi 200 min manatdan az olan;
- Kənd təsərrüfatı fəaliyyəti sahəsində işçilərinin sayı 15 nəfər və illik dövriyyəsinin həcmi 100 min manatdan az olan;
- Topdansatış fəaliyyətini həyata keçirən müəssisələrdə işçilərin sayı 10 nəfərdən və illik dövriyyəsinin məbləği 300 min manatdan az olan;
- İqtisadiyyatın digər sahələrində fəaliyyət göstərən və işçilərinin sayı 5 nəfərdən və illik dövriyyəsinin həcmi 100 min manatdan az olan müəssisələr kiçik sahibkarlıq subyektləri və yaxud da kiçik biznes müəssisələri hesab olunurlar.

Müəssisələrin həcmi bu və ya başqa sahənin xarakterik xüsusiyyətlərindən, bu sahənin texnoloji vəziyyətindən, eləcə də fəaliyyət sahəsinin səmərəliliyindən asılıdır. Elə sahələr mövcuddur ki, onlar yüksək əmək tutumu və kapitalla, istehsala sahib olur. Bu səbəbdən də böyük həcmli müəssisələrin yaradılması kiçik bizneslə müqayisədə daha az səmərəlidir.

Kiçik biznesin səmərəli fəaliyyət göstərməsi imkanları iri biznes subyektləri ilə müqayisədə bir sıra üstünlüklərə malikdir. Sözügedən həmin üstünlüklər aşağıdakılardan ibarətdir:

- Yerli bazarlara daxın yaxın məsafədə yerləşməsi;

- İstehlakçıların və ya alıcıların tələbatlarına maksimum dərəcədə uyğunlaşma;

- İri biznes subyektləri üçün əlverişli və faydalı olmayan xırda partiyalarla məhsul istehsalının təmin edilməsi;

- İdarəetmənin vahid mərkəzdən həyata keçirilməsi və paralel idarəetmə səviyyələrinin aradan qaldırılması.

Kiçik biznesin fəaliyyəti və bu fəaliyyətin genişləndirilməsi iqtisadiyyatın sağlamlaşdırılmasında mühim əhəmiyyət kəsb etməkdədir. Belə ki (R.A.Hill., 2009: səh.602):

- Kiçik biznes sağlam rəqabət mühiti yaradır;
- Kiçik biznes fəaliyyəti təzə iş yerlərinin açılmasına zəmin yaradır;
- Kiçik biznes struktur yenidənqurmasının əsasında dayanır;
- Kiçik biznes fəaliyyəti istehlak sektorunun genişləndirilməsinə şərait yaradır;

- Kiçik biznesin uğurlu fəaliyyəti tələbatçılar sektorunun genişləndirilməsində müstəsna əhəmiyyət kəsb etməkdədir;

- Kiçik biznes fəaliyyəti nəticəsində bazar müxtəlif mallar və xidmətlərlə zənginləşir və onun məntiqi nəticəsi kimi qıtlıq və “eyni məhsul” anlayışları aradan qalxmış olur;

- Kiçik biznes fəaliyyəti ixrac imkanlarının genişləndirilməsində əhəmiyyətli rol oynayır;

- Kiçik biznes fəaliyyəti yerli xammal resurslarından səmərəli istifadə olunmasında xüsusi əhəmiyyət kəsb etməkdədir.

Kiçik biznesin inkişaf etdirilməsi nəticəsində iqtisadiyyatın möhkəmliliyi və davamlılığı artmış olur. Bir çox nəzəriyyəçilərin fikirlərinə əsaslansaq, bazar iqtisadi sisteminə keçmiş ölkələrdə kiçik biznes fəaliyyətinin inkişaf etdirilməsi həmin ölkələrdə yeni iqtisadiyyatın formalaşması və ya yeni iqtisadi sistemə inteqrasiya prosesinin əsasında durur.

Kiçik biznesin sürətli inkişafının eyni zamanda da sosial-iqtisadi əhəmiyyəti vardır. Sözügedən həmin sosial-iqtisadi səmərə aşağıdakılarla ifadə olunmaqdadır:

- Yerli təsərrüfat sferasına asanlıqla adaptasiya olma qabiliyyəti;
- Kiçik sahibkarlıq fəaliyyətinin böyük azadlığa sahib olmağı;
- Qəbul olunmuş qərarların yüksək sürətlə və operativliklə icra edilməsi;
- İqtisadi fəaliyyətlə məşğul olduqları dövr ərzində istehsal və idarəetmə xərclərinin az olması;
- Şəxsin və ya kiçik müəssisə rəhbərinin öz şəxsi fikir və ideyalarının həyata keçirilməsi imkanlarının əhatəli olması;
- İlkən kapitala tələbatın aşağı olması;
- Müştərilərin, istehlakçıların və alıcıların tələbatlarına uyğun olaraq qısa bir zaman kəsiyində məhsulun forma və keyfiyyətində dəyişikliklərin edilməsi imkanlarının mövcud olması;
- Sahibkar və ya şəxsi kapitalın daha geniş dövriyyəsi.

İqtisadi cəhətdən inkişaf edən əksər dövlətlərdə kiçik biznesin əhəmiyyətini müəyyən etmək üçün müxtəlif meyarlar, əsas xarakterik xüsusiyyətlər müəyyən edilmişdir. Məhz, kiçik sahibkarlığın iqtisadiyyat üzrə oynadığı ən mühim rol kimi məşğulluqda və ümumi daxili məhsulda payı əsas götürülür.

Qeyd etdiklərimizlə yanaşı, ölkədə biznes fəaliyyəti, xüsusilə də kiçik biznesin inkişaf etdirilməsi əhalinin gəlirlərinin artmasında, həyat səviyyəsinin və maddi rifah halının yüksəldilməsində mühim rol oynayır. Eyni zamanda da kiçik biznes fəaliyyətinin təmin edilməsi və inkişaf etdirilməsi bazarların müxtəlif çeşidli mallarla zənginləşməsinə və istehlakçıların tələbatlarının ödənilməsinə pozitiv töhvəsini verir. Hazırda istehsal prosesində baş verən fasiləsiz dəyişikliklər, əhalinin maddi, eləcə də mənəvi tələbatlarının artması biznes fəaliyyətinin inkişafını zəruriyyətə çevirən əsas amil kimi formalaşmaqdadır.

Məlum olduğu kimi ölkəmiz artıq bazar iqtisadiyyatı sisteminə tam keçid etmişdir. Keçid iqtisadiyyatının ilk illərində ölkəmizdə yoxsulluq, mallara,

xidmətlərə tələbat yüksək olmuş və əhalinin tələbatının ödənilməsi sahəsində müxtəlif problemlər yaranmışdır. Bu problemlərin aradan qaldırılmasında biznes fəaliyyətinin inkişafının müstəsna rolu olmuşdur. Son dövrlərdə əhalinin maddi vəziyyətinin yüksəlməsi, layiqli həyat səviyyəsinin təmin olunması, eləcə də pul gəlirlərinin artmasının və bunun nəticəsində tələbatların ödənilməsinin təmin edilməsi biznes fəaliyyətinin inkişafı sayəsində baş vermişdir.

Azərbaycan Respublikası hökuməti tərəfindən “2003-2005-ci illərdə yoxsulluğun azaldılmağı və iqtisadi inkişafı üzrə Dövlət Proqramı” təsdiq olunmuş və həmin sözügedən Dövlət Proqramında biznesin inkişaf etdirilməsi dövlət siyasətinin əsas prioritet yönlərindən biri kimi aşkar edilmişdir. Aparılmış düzgün dövlət siyasətinə əsasən ölkədə yoxsulluğun səviyyəsi 2003-cü ildə olan 49 faizdən 2006-cı ildə 29 faizə düşmüşdür. Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabinetinin 2008-ci il üçün illik hesabatında isə yoxsulluğun həddi bir qədər də azalaraq 19 faiz göstərilmişdir (“Müəssisələr barədə” Azərbaycan Respublikası Qanunu -1996).

“2008-2015-ci illər ərzində Azərbaycanda kasıblığın azaldılmağı və davamlı inkişaf etməsi Dövlət Proqramı”nda elm, təhsil, sosial müdafiə, səhiyyə, ətraf mühitin mühafizəsi və digər bu kimi sahələrdə nəzərdə tutulan tədbirlərin müvəffəqiyyətlə həyata keçirilməyi ölkədə yoxsulluğun azaldılması sahəsində mühüm rol oynamışdır. Həyata keçirilmiş məqsədyönlü tədbirlərin nəticəsi kimi, 1-i yanvar 2016-cı il tarixinə ölkədə yoxsulluq səviyyəsi 2008-ci ilə nəzərən təqribən 4 dəfə azalaraq 4,9 faizə enmişdir (T.Ə.Hüseynov, 2005: səh.4).

Kiçik biznesin inkişaf etdirilməsi həmçinin də regionların inkişafında önəmli rol oynayır. Məhz regionlarda kiçik biznes subyektlərinin yaradılması və ya kiçik biznesin inkişafına şəraitin yaradılmağı təzə iş yerlərinin açılması deməkdir. Bu səbəbdən də kiçik biznesin yaradılması üçün regionlara üstünlük vermək daha məqsədemüvafiqdir.

Belə ki, Bakı şəhəri ilə müqayisədə regionlarda, ayrı-ayrı bölgələrdə işsizlik səviyyəsi daha yüksəkdir.

Rayonlarda işsizliyin yüksək səviyyədə olması son nəticədə əhalinin Bakı və Sumqayıt şəhərlərinə hərəkət etməsi ilə nəticələnir. Son nəticədə isə Bakı və

Sumqayıt şəhərlərində demoqrafik vəziyyət yaranır və sosial-iqtisadi problemlər artmağa doğru gedir. Lakin regionlarda kiçik biznesin yaradılması sosial gərginliyin aradan qaldırılmasına və regionlarda da əhalinin işlə təmin olunması, maddi rifah halının yüksəldilməsinə səbəb olacaqdır.

Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin 2004-cü il 11 fevral tarixli fərmanı əsasında “Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişaf Dövlət Proqramı (2004-2008-ci illər)” qəbul olunmuşdur. Həmin proqram keçid iqtisadiyyatı mühitində dövlətin bütün ərazisində işgüzar şəraitin yaranmasına, investisiya qoyuluşunun stimullaşdırılmağına, qeyri-neft sektorunun inkişafına, məşgullüğün artırılmağına, yoxsulluğun azaldılmağına və uzunmüddətli iqtisadi artışı təmin olmasına yönəldilmişdir (H.B.Allahverdiyev, K.S.Qafarov, və Ə.M.Əhmədov, 2007: səh. 74).

Qeyd etməliyik ki, Azərbaycan dövlətinin sosial-iqtisadi siyasətinin əsas məqsədi orta və uzunmüddətli prioritetlərə müvafiq olaraq ölkənin, eyni zamanda onun müxtəlif regionları, bölgələri üzrə əhalinin həyat səviyyəsinin, maddi rifah halının ardıcıl şəkildə yüksəltmək, sosial bərabərsizliyi və yoxsulluğu azaltmaq, iqtisadi artım tempinin yüksəldilməsinin təmin olunmasından ibarətdir.

Sözügedən proqramın qarşısında duran ən mühim vəzifə ölkə əhalisinin məşgullüğünü artırmaq üçün beş il ərzində 600 min əlavə iş yerlərə açılmağı olmuşdur. Proqrama əsasən regionlarda və bölgələrdə xeyli sayda kiçik və orta ölçüdə müəssisələr tikilib işə buraxılmış və mövcud müəssisələrin fəaliyyəti bərpa olunmuşdur ki, bunun da nəticəsində 730 mindən artıq yeni iş yerləri açılmışdır (“İnvestisiya fəaliyyəti barədə” Azərbaycan Respublikası Qanunu: 995).

Azərbaycanda kiçik və orta biznes subyektləri üzrə fəaliyyət mexanizminin təhlilini apararkən diqqət çəkən əsas məsələlərdən biri də kiçik və orta biznes subyektləri üzrə əsas makro-iqtisadi göstəricilərinin təhlilidir. Azərbaycanda fəaliyyətdə olan kiçik və orta biznes subyektlər üzrə əsas makroiqtisadi göstəricilərini təhlil etməzdən öncə Azərbaycanda mövcud olan kiçik və orta biznes subyektləri sayını illər üzrə təhlil edək.

Hal-hazırkı vəziyyətdə kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri fəaliyyətində müəyyən qədər problemlərin olduğu hər birimizə məlumdur. Son dövrlərin statistikasına da nəzər salsaq görürük ki, orta və kiçik sahibkarlıq subyektlərinin sayı kifayət qədər azalmağa doğru gedir. Belə ki, tədqiq etdiyimiz 2016 və 2017-ci illərdə statistik göstəricilərini nəzərdən keçirək. Bunun üçün aşağıdakı cədvəldən istifadə edəcəyik.

Cədvəl 1. Azərbaycan fəaliyyətdə olan kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin sayı

Göstəricilər	2014			2015		
	Cəmi	o cümlədən		Cəmi	o cümlədən	
		Hüquqi şəxslər	Fərdi sahibkarlar		Hüquqi şəxslər	Fərdi sahibkarlar
Sahibkarlıq subyektlərinin ümumi sayı	125497	8450	117047	154621	14974	139647
Kiçik sahibkarlıq subyektlərinin sayı	123647	6600	117047	152367	12720	139647
Orta sahibkarlıq subyektlərinin sayı	1850	1850	-	2254	2254	-
Göstəricilər	2016			2017		
	Cəmi	o cümlədən		Cəmi	o cümlədən	
		Hüquqi şəxslər	Fərdi sahibkarlar		Hüquqi şəxslər	Fərdi sahibkarlar
Sahibkarlıq subyektlərinin ümumi sayı	191695	20932	170763	169603	23752	145851
Kiçik sahibkarlıq subyektlərinin sayı	187598	16835	170763	165386	19535	145851
Orta sahibkarlıq subyektlərinin sayı	4097	4097	-	4217	4217	-

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

Cədvəl 1-dən də məlum olduğu kimi Azərbaycanda 2014-cü ildə sahibkarlıq subyektlərinin sayı 125497 vahid olmuşdur ki, bunun da 8450 vahidi hüquqi şəxs olmaqla sahibkarlıq fəaliyyətini həyata keçirtmiş, 117047 müəssisə isə fiziki şəxs statusu daşımaqla sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmuşdur. 2014-cü ildə kiçik sahibkarlıq subyektlərinin sayı 123647 vahidə bərabər olmuş, orta sahibkarlıq subyektlərinin sayı isə 1850 vahid olubdur. 2015-ci il isə kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri üzrə ümumi sayı 154621 vahid olmuşdur ki, bunun da 2254 vahidi orta sahibkarlıq subyektlərinin payına, 152367 vahidi isə kiçik sahibkarlıq

subyektlərinin payına düşmüşdür. 2016-cı ildə Sahibkarlıq subyektləri sayı 191695 vahid olmuşdur ki, bunun da 187598 vahidi kiçik sahibkarlıq subyektlərinin sayı, 4097 vahidi isə orta sahibkarlıq subyektlərinin payına düşmüşdür.

Sahibkarlıq fəaliyyəti göstərən müəssisələrin 20932 vahidi hüquqi şəxs statusunda fəaliyyət göstərmiş, 170763 şəxs isə fiziki şəxs qismində sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olublar. 2016-cı ildə kiçik sahibkarlıq işləri ilə məşğul olan hüquqi şəxslərin sayı 16835 vahid, fiziki şəxslərin sayı isə 170763 vahid olmuşdur. 2016-cı ilin göstəricilərinə nəzər yetirsək görərik ki, orta sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan hüquqi şəxslərin sayı 2016-cı ildə 4097 vahid olubdur, ancaq 2016-cı il fiziki şəxs statusunda heç bir vahid belə orta sahibkarlıqla məşğul olan olmamışdır. 2017-ci ilin eyni göstəricilərinə nəzər salsaq görərik ki, 2016-cı ilə nəzərən 2017-ci ildə orta və kiçik sahibkarlıqla məşğul olanların ümumi sayı 12 faiz azalaraq 169603 vahid olmuşdur.

Bunun da 165386 vahidi kiçik sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olanların sayı, 4217 vahidi isə orta sahibkarlıqla məşğul olanların sayından ibarət olmuşdur. Hüquqi şəxs statusunda olan kiçik sahibkarlıq subyektlərinin sayı 19535 vahid, orta sahibkarlıq subyektlərinin sayı isə 4217 vahid olmuşdur. Fiziki şəxs statusu altında kiçik sahibkarlıqla məşğul olanların sayı 145851 vahid olmuşdur, lakin fiziki şəxs statusunda orta sahibkarlıqla məşğul olan olmamışdır. 2016-cı ilə baxanda 2017-ci ildə kiçik sahibkarlıqla məşğul olan insanların sayında da azalma müşahidə olunmuşdur. Bunun da başlıca səbəbi olaraq bazardakı rəqabətə tab gətirməyən müəssisələr bazarı tərk etmişdir.

Lakin orta sahibkarlıq subyektlərinin sayında artım müşahidə olunmuşdur. Bunun da ilkin səbəbi kimi kiçik sahibkarlıq subyektlərinə rəqabət mübarizəsində qalib gələn müəssisələrin orta sahibkarlıq subyektlərinə çevrilməsini misal göstərmək olar.

Aşağıdakı cədvəldə isə 2014-2017-ci illərdə kiçik biznes subyektləri ilə orta biznes subyektlərinin əsas makro-iqtisadi göstəricilərinin təhlili verilmişdir.

Cədvəl 2.-dən də aşkar olur ki, 2016-cı il kiçik sahibkarlıqla məşğul olan hüquqi şəxs sayı 16835 vahid, fiziki şəxslərin sayı isə 170763 vahid olmuşdur.

2016-cı ilin göstəricilərinə nəzər yetirsək görürük ki, orta sahibkarlıqla məşğul olan hüquqi şəxs sayı 2016-cı ildə 4097 vahid olub, amma 2016-cı ildə fiziki şəxslər statusunda heç bir vahid belə orta sahibkarlıqla məşğul olan olmamışdır. 2017-ci ilin eyni göstəricilərinə nəzər salsaq görürük ki, 2016-cı ilə nəzərən 2017-ci il orta və kiçik sahibkarlıqla məşğul olanların ümumi sayı 12 faiz azalaraq 169603 vahid olmuşdur. Bunun da 165386 vahidi kiçik sahibkarlıqla məşğul olanların sayı, 4217 vahidi isə orta sahibkarlıqla məşğul olanların sayından ibarət olmuşdur.

Cədvəl 2. Kiçik və orta biznes subyektlərinin əsas makro-iqtisadi göstəriciləri

Göstəricilər	2014			2015		
	C əmi	o cümlədən		C əmi	o cümlədən	
		Kiçik	O rta		Kiçik	O rta
Yaradılmış əlavə dəyər*, milyon manat	3 587,2	292 8,0	6 59,2	3 410,1	300 0	4 10,1
İşçilərin sayı, min nəfər	2 81,0	100 ,9	1 80,1	4 20,5	120 ,5	1 88,2
Orta aylıq nominal əməkhaqqı, manat Average monthly nominal wages, manat	3 38,6	322 ,2	3 49,1	3 52,8	331 ,5	3 65,9
Əsas kapitalla investisiyalar, milyon manat	2 830,2	182 8,6	1 001,6	3 298,6	206 4,8	1 233,8
Məhsul buraxılışı, milyon manat	5 831,2	466 6,1	1 165,1	6 269,6	488 4,7	1 384,9
Göstəricilər	2016			2017		
	C əmi	o cümlədən		C əmi	o cümlədən	
		Kiçik	O rta		Kiçik	O rta
Yaradılmış əlavə dəyər*, milyon manat	3 587,2	292 8,0	6 59,2	3 807,6	305 1,9	7 55,7
İşçilərin sayı, min nəfər	2 81,0	100 ,9	1 80,1	2 90,1	101 ,9	1 88,2
Orta aylıq nominal əməkhaqqı, manat Average monthly nominal wages, manat	3 38,6	322 ,2	3 49,1	3 52,8	331 ,5	3 65,9
Əsas kapitalla investisiyalar, milyon manat	2 830,2	182 8,6	1 001,6	3 298,6	206 4,8	1 233,8
Məhsul buraxılışı, milyon manat	5 831,2	466 6,1	1 165,1	6 269,6	488 4,7	1 384,9

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

Hüquqi şəxs statusunda olan kiçik sahibkarlıq subyektlərinin sayı 19535 vahid, orta sahibkarlıq subyektlərinin sayı isə 4217 vahid olmuşdur. Fiziki şəxs statusu altında kiçik sahibkarlıq işi ilə məşğul olanların sayı 145851 vahid olmuşdur, lakin fiziki şəxs statusunda orta sahibkarlıq işi ilə məşğul olan olmamışdır. 2016-cı ilə nəzərən 2017-ci ildə kiçik sahibkarlıqla məşğul olan fiziki şəxslərin sayında da azalma müşahidə olunmuşdur. Bunun da ilkin səbəbi kimi bazardakı rəqabətə tab gətirməyən müəssisələr bazarı tərk etmişdir. Lakin orta sahibkarlıq subyektlərinin sayında artım müşahidə olunmuşdur. Bunun da başlıca səbəbi kimi kiçik sahibkarlıq subyektlərinə rəqabət mübarizəsində qalib gələn müəssisələrin orta sahibkarlıq subyektlərinə çevrilməsini misal göstərmək olar.

2.3. Müasir dövrdə Azərbaycan və Türkiyə kiçik və orta biznes subyektlərinin qarşılaşdığı problemlər və onların həlli üçün təkliflər

İstehlakçıların və yaxud da alıcılar artan tələbatlarının daim ödənilməsini təmin etmək məqsədilə keyfiyyətin idarə edilməsini elmi və nəzəri cəhətdən əsaslandırılmış prinsiplər əsasında həyata keçirmək lap məqsədə uyğun sayılır. Kiçik biznes müəssisələrində, eləcə də firmalarında keyfiyyətin idarə edilməsində prinsiplərin vəhdəti demək olar ki, yoxdur. Bu tip müəssisələrdə keyfiyyətin idarə edilməsi sistemi metodoloji deyil, pragmatik xarakter daşıyır. Belə ki, bunların əksəriyyəti qarşıya qoyulmuş məqsədlərə çatmaq üçün menecerlərin davranışlarının formalaşmasına yönəldilmiş qaydalar və yaxud da postulatlar şəklində təzahür edir.

Keyfiyyətin idarə edilməsinin müasir standartları nəzər yetirərək, Amerikada fəaliyyət göstərən kiçik biznes müəssisələrinə məxsus olan keyfiyyətin idarə olunması sahəsində müvəffəqiyyətsizliyin səbəbini beş “öldürücü” amillə izah edə bilərik. Həmin səbəblər aşağıdakılardan ibarətdir (N.Qriqori Mənyu., 2010: səh.312):

- Qarşıya qoyulmuş daimi məqsədlərin mövcud olmaması;
- Qısa müddətdə mənfəət götürməyə istiqamətlənmiş kor-təbii fəaliyyət;
- İşçilərin iş keyfiyyətlərinin hər il qiymətləndirilməsində həyata keçirdikləri nöqsanlar;

- Yuxarı səviyyə rəhbərlərin fəaliyyətində yüksək axıcılıq;
- Rəhbərliyin keyfiyyətdən daha çox aşkar kəmiyyət göstəricilərinə yüksək meyl nümayiş etdirməsi.

Böyük Britaniyada fəaliyyətdə olan kiçik biznes müəssisələrində keyfiyyətin idarə edilməsinin əsas prinsipləri olaraq aşağıdakıları xüsusi fərqləndirirlər (Ə.M.Cavanşir., 2014: səh.249)

- Müəssisələrin bütün işçi heyətinin keyfiyyətin idarə edilməsində iştirakının təmin edilməsi;
- Keyfiyyətin idarə edilməsi sahəsində kompleks qərarların qəbul edilməsi və kompleks axtarışdan istifadə edilməsinin təmin olunması;
- İşçi heyətinin hər bir üzvünün fəaliyyətini hər şeydən əvvəl keyfiyyət probleminin həllinə yönəldilmənin təmin olunması;
- İstehsal olunacaq məhsulun yüksək keyfiyyətdə olmasını təmin etmək məqsədilə genişmiqyaslı iş metodlarından və qaydalarından istifadə etmək.

Keyfiyyətin idarə edilməsi sistemində əsas ümumsistem idarəetmə prinsiplərinin rəhbər tutulması məqsədə müvafiq hesab olunur. Həmin ümumsistem idarəetmə prinsiplərinə aşağıda qeyd edilənləri daxil etmək olar (“İnvestisiya fəaliyyəti barədə” Azərbaycan Respublikası Qanunu:1995):

- Qarşıya qoyulmuş hədəflərə çatmaq naminə müvafiq yarım sistemlərin formalaşdırılmasına əsaslanan məqsədyönlülük;
- Formalaşmış sistemin elementlərə və yarım sistemlərə bölünməsi əsasında bölünən xarakterdə olması;
- Müvafiq idarəetmə səviyyələrinə, eləcə də şöbəyə, sahəyə, sexə, briqadaya və s.-ə səlahiyyətlərin həvalə edilməsini nəzərdə tutan sistemin çoxsəviyyəli strukturunun formalaşması ilə ilə bağlı olaraq gerçəkləşdirilən iyerarxiylik;
- Formalaşmış bütün yarım sistemlərin, məhsulun həyat dövrünün mərhələlərinin, elementlərin, iyerarxiy səviyyələrin və eləcə də keyfiyyətin idarə edilməsində istifadə olunan iqtisadi, təşkilati, istehsal, elmi-texniki, sosial və başqa

belə tədbirlər kompleksinin qarşılıqlı əlaqələndirilməsi əsasında formalaşan komplekslik;

- Formalaşdırılmış keyfiyyətin idarəetmə sistemlərinin müəssisənin bütün digər idarəetmə sistemləri ilə qarşılıqlı əlaqələndirilməsinin köməyi ilə həyata keçirilən qarşılıqlı fəaliyyət (bir qrup məqsədlərin digərlərinə nisbətən prioritetliyini müəyyənləşdirməklə yaxud bir neçə sistemin qarşılıqlı əlaqəli məqsədlərini qəbul etməklə, onlara çatmaq üçün qarşılıqlı əlaqəli proseslər həyata keçirməklə);

- Yarım sistemdə, sistemdə, eləcə də elementlərdə tam ümumfunksional tsiklin yerinə yetirilməsi ilə, planlaşdırma və proqnozlaşdırma, işin təşkili və koordinasiya və s. də daxil edilməklə həyata keçirilən keyfiyyətin idarə edilməsinin ümumi funksiyalarının qapalılığı və yaxud da idarəetmə sisteminin qapalılığı;

- Keyfiyyətin idarə edilməsi üzrə bütün işlərin mütəmadi olaraq yerinə yetirilməsini, eləcə də onların uzunmüddətli olmasını təyin edən sisteməliklik;

- Sistemin yaradılmasında və onun fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsində istifadə olunan varislik.

Keyfiyyətin idarə edilməsinin bütün ümum sistem prinsipləri arasında idarəetmənin ümumi funksiyalarının yerinə yetirilməsinə diqqət etmək önəmli əhəmiyyət kəsb edən başlıca məsələlərdəndir. Onun tərkibi aşağıdakı funksiyalardan təşkil olunmuşdur:

- Rəqabət qabiliyyəti və keyfiyyət sahəsində müəssisənin məqsədlərinə çatmaq naminə kollektivin səylərinin təmin edilməsi üzrə menecerlərin qərarlar hazırlaması kimi xüsusi prosesi ifadə edən planlaşdırma;

- Keyfiyyət və məqsədlərə çatmaq üçün və rəqabət qabiliyyəti sahəsində nəzərdə tutulan planların yerinə yetirilməsi üçün təşkilati xarakterli bütün işlərin strukturlaşdırılmasına, horizontal və vertikal istiqamətdə paylanmasına əsaslanan təşkilətmə;

- Müəssisə işçilərinin bölüşdürülmüş planlara, tələblərə və funksiyalara uyğun olaraq planlaşdırılmış və ya planlaşdırılmamış bütün növ işlərin qüsursuz və yüksək keyfiyyətlə yerinə yetirilməsi üzrə əməyin səmərəliliyinin artırılmasına şərait yaradan sübutlar, dəlillər və yaxud da motivasiya. Motivasiya tədbirləri aşağıdakı yarım bəndlərə bölünür:

- Xarici həvəsləndirmə və yaxud da maddi və ya mənəvi həvəsləndirmə;
- Psixoloji həvəsləndirmə.
- Müəyyən zaman ərzində nəzərdə tutulan işlərin müəyyənləşdirilməsi, rəqabət qabiliyyətinin və keyfiyyətin yüksəldilməsi və təminatı üçün planlaşdırılanların izlənməsi, planlaşdırılanlarla əldə edilən nəticələrin müqayisəsi, planlaşdırılanlardan kənar çıxmaların müşahidə olunduğu zaman təshihedici, “yumşaq” tədbirlərin görülməsini özündə ehtiva edən nəzarət.

Keyfiyyətin yüksəldilməsi və təminatı zamanı yerinə yetirilən qapalı idarəçilik tsiklinin funksiyalarının bir variantına xarici ölkələrdə RDSA (Deminq tsikli) adlandırılan nümunəni göstərmək olar (H.B.Allahverdiyev, K.S.Qafarov, və Ə.M.Əhmədov., 2007: səh.261):

Burada:

- R- işin planlaşdırılması;
- D- plan üzrə yerinə yetirilmiş iş
- S- planlaşdırılanlarla əldə olunmuş real nəticələrin uyğunluğunun yoxlanılması;
- A- planlaşdırılanlarla faktiki nəticələr arasında kənar çıxma müşahidə olunarsa zəruri tənzimlənmə tədbirlərinin həyata keçirilmə mexanizmi.

Bir sıra yapon müəssisələrində (məsələn, “Komatsu”) məhsulun keyfiyyətinin idarə edilməsinin ümumi funksiyaları belə tərkibdə istifadə edilir:

- Planlaşdırma;
- yerinə yetirmə;
- yoxlama;
- fəaliyyət (tənzimləmə).

Rusiya Federasiyasında isə keyfiyyətin idarə edilməsi sistemlərinin idarəetmə tsiklinin funksiyalarına işlərin təşkili, planlaşdırma, fəallaşdırma və həvəsləndirmə, koordinasiya və tənzimləmə, nəzarət və təhlil və uçot daxildir, bunlar da bir çox xüsusiyyətlərinə görə göstərilən nümunələrdəki funksiyalara uyğun gəlir (Ə.M.Cavanşir., 2011: səh.146).

Müəssisələrlə sistemli keyfiyyətin idarə edilməsinin mühim prinsipi “məhsuldar” yanaşma adlandırılıla bilər, yəni müəssisədə keyfiyyət sistemində konkret növdə məhsulun keyfiyyətini təmin edən yarım sistemlər daxil edilməlidir. Beynəlxalq standartlara, o cümlədən ISO 9000 seriyalı standartlara uyğun olaraq belə «məhsuldar» sistemlər yalnız müqavilə əsasında tədarük edilən məhsullar üçün yaradılmalıdır. Kİ üzrə bu beynəlxalq standartların tələblərinə görə müəssisə tərəfindən müqavilənin hər hansı şərtlərindən kənar hızırılan məhsullar üçün Kİ-ni keyfiyyətin ümumi idarə edilməsinin yarım sistemi çərçivəsində həyata keçirmək kifayətdir.

Keyfiyyətin ümumi idarə edilməsinin yarım sistemində idarəetmənin dörd səviyyəsini ayırmaq olar:

- sıfır - ən yüksək təşkilati-məqsədli sahibkar idarəçilik səviyyəsi (sahibkarlıq idarəçiliyinin ən yüksək halqası, buraya ən yüksək idarəçilik orqanlarının üzvləri - sahibkarlar daxildir);
- birinci - ən yüksək təşkilati-məqsədli icraedici idarəçilik səviyyəsi (ən yüksək icraedici halqa);
- ikinci - əlaqələndirici-nəzarətedici icraçı idarəçilik səviyyəsi (orta idarəetmə halqası);
- üçüncü - texniki-əməliyyat icraçı idarəçilik səviyyəsi (aşağı icraetmə halqası).

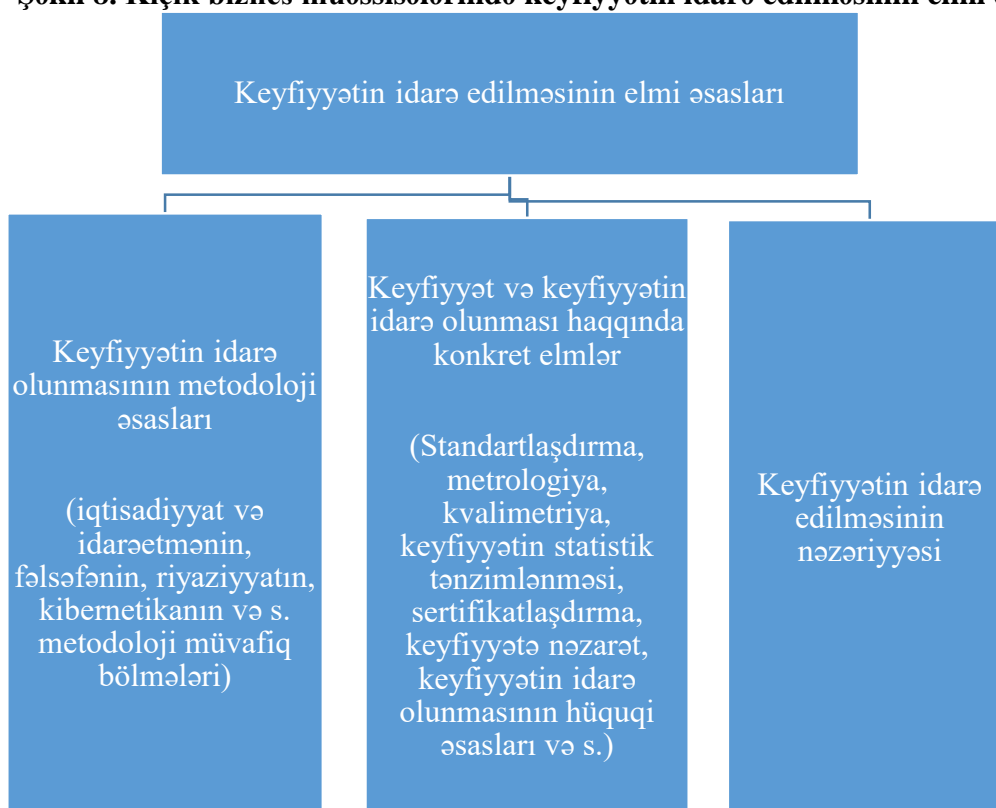
Kiçik biznes müəssisələrində keyfiyyətin idarə edilməsi sahəsində siyasət, öhdəliklər və eləcə də məqsədlər sənədləşdirilməlidir, keyfiyyətin idarə edilməsi sahəsində bütün məqsədlər və öhdəliklər (strateji, taktiki və operativ) yazılı şəkildə qeyd olunmalıdır. Məqsədlər və siyasət ayrı-ayrı sənədlərdə və ya, məsələn keyfiyyət sisteminin əsasverici sənədində əks oluna bilər. Keyfiyyət sahəsində

müəssisənin öhdəlikləri , bir qayda olaraq, məhsulun tədarükünə aid müqavilələrdə göstərilə bilər.

Keyfiyyət sistemləri menecerlərinin məqsədlərin, onlara çatmağın yollarının, fəaliyyət növləri və onların gerçəkləşdirilməsinin, həmçinin məhsulun keyfiyyət və rəqabət qabiliyyəti sahəsində qəbul edilən öhdəliklərin pozitiv başa düşülməsini təmin etməsi məqsədəuyğundur.

Kiçik biznes müəssisələrində keyfiyyətin idarə edilməsinə elmi yanaşma aşağıdakı sxem vasitəsilə izah olunmuşdur:

Şəkil 8. Kiçik biznes müəssisələrində keyfiyyətin idarə edilməsinin elmi əsasları



Mənbə: (A.B.Abbasov, 2011).

Ümumiyyətlə keyfiyyətin idarə olunması bir sıra idarəetmə obyektlərinə təsir prosesi olduğu üçün ona bütövlükdə idarəetmə elmi çərçivəsində baxılmalıdır. Bu cür yanaşma keyfiyyətin idarə olunması barədə bütün biliklər toplusunun strukturunu göstərməyə imkan yaradır (şəkil 8). Keyfiyyətin idarə olunmasının sadə modelini (idarəetməyə müasir yanaşma nəzərə alınmaqla) məqsəd, siyasət və

öhdəliklər, idarədən və idarəolunan yarım sistemlər daxil olan sosial-iqtisadi təşkilati-texniki açıq sistem kimi göstərmək olar.

Hər bir sahibkarlıq subyektini öz fəaliyyətində digər rəqibləri ilə rəqabət mübarizəsində qalib olmağa çalışır. Nəzərə alsaq ki, tədqiqatın obyektində kiçik sahibkarlıq müəssisələri dayanır, o halda əmin şəkildə deyə bilərik ki, bu rəqabət kifayət qədər önəm daşıyır. Məhz, hər bir təsərrüfat subyektini uzunömürlü fəaliyyət göstərməsi üçün daha çox alternativ olmayan məhsulla bazara daxil olmağa çalışır. Yalnız bu halda özünün istehsal etmiş olduğu məhsula tələb yarada və asanlıqla həmin məhsulu realizə edə bilər (H.B.Allahverdiyev, K.S.Qafarov və Ə.M.Əhmədov ., 2007: səh.222).

Böyük sahibkarlıq subyektləri ilə müqayisədə kiçik sahibkarlıq müəssisələri iqtisadi artım və dayanıqlılıq, eləcə də rentabellilik baxımından daha çox əziyyət çəkirlər. Ümumiyyətlə, müasir iqtisadi mühitdə böyük müəssisələr rəqabətdəki kiçik təsərrüfat subyektlərini asanlıqla uda bilir. Onun üçün də hər bir kiçik biznes fəaliyyətini gerçəkləşdirən təsərrüfat subyektini mümkün olduğu qədər bazarda rəqabətə tab gətirməyə çalışır. Burada isə qarşıya çıxan başlıca məsələ istehsal edilmiş malın yüksək keyfiyyətə malik olması ilə izah olunur. Yalnız yüksək keyfiyyətli məhsul istehsalı nəticəsində müəssisə bazarda istədiyi mövqeni tuta bilər, istehsal etdiyi məhsula qarşı bazarda tələb formalaşdırıla bilər və onun da nəticəsi kimi həmin məhsulu asanlıqla realizə edə bilər.

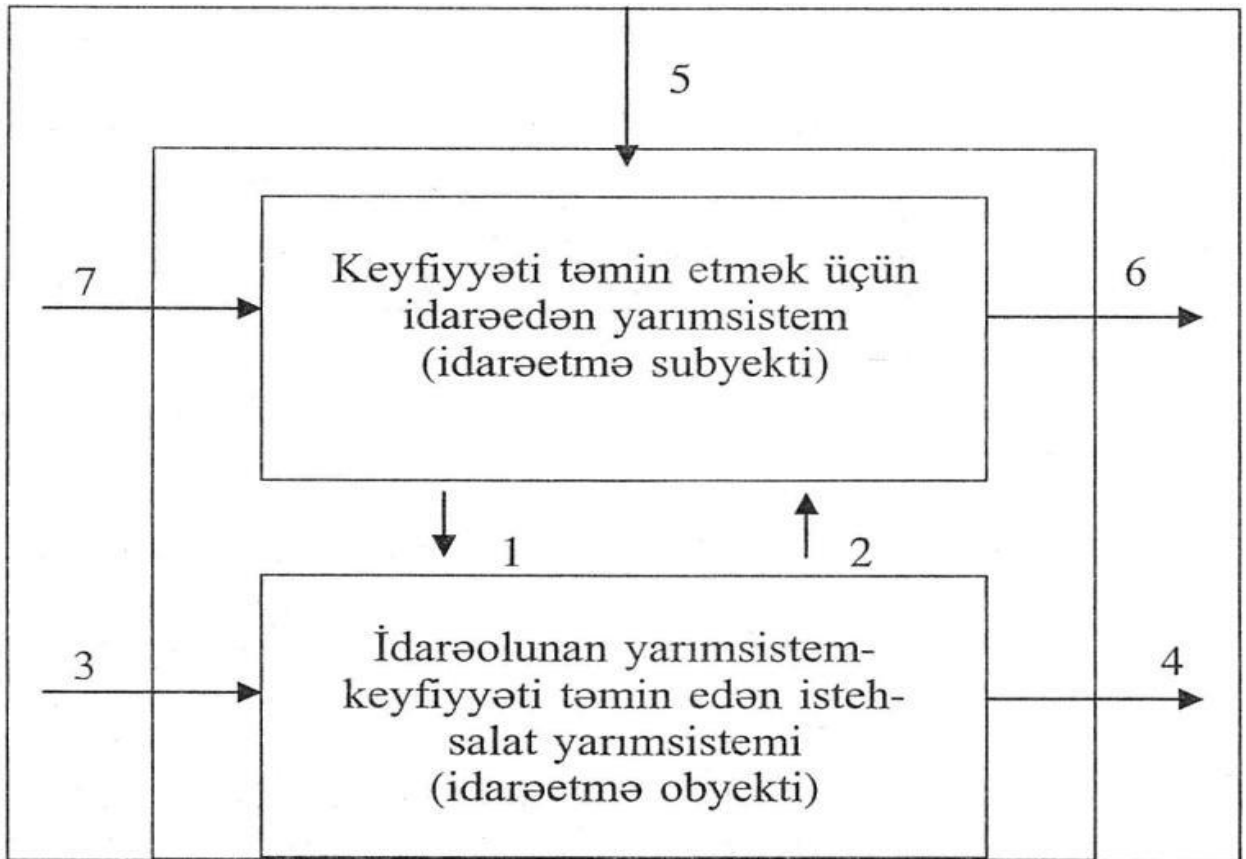
Məhz yuxarıda qeyd etdiyimiz əsas amilləri nəzərə alsaq, demək olar ki, məhsulun keyfiyyəti kiçik sahibkarlıq müəssisələri, eləcə də kiçik bizneslə məşğul olan firma və təşkilatlar üzrə həyati əhəmiyyət daşıyır və onların rəqabətdə uduzmaları və uzunmüddətli və dayanıqlı işləməsinin əsasında dayanır.

Azərbaycanda kiçik bizneslə fəaliyyət olan müəssisələr öz fəaliyyətlərində keyfiyyətin düzgün idarə edilməsini əsas prioritet kimi qəbul etmişlər və istehsal prosesi üzrə keyfiyyətin düzgün idarə olunması və həmçinin keyfiyyətin idarə edilməsi əsas xarakterik xüsusiyyətlərinin mənimsənilməsi yönündə bəzi tədbirlər həyata keçirir və bu sahədə səlahiyyətli dövlət orqanları ilə qarşılıqlı münasibət göstərirlər. Apardığımız təhlildən məlum olur ki, Azərbaycanda fəaliyyət göstərən,

xüsusən də kiçik bizneslə məşğul olan təsərrüfat subyektlərində keyfiyyətin idarə olunmasının aşağıdakı modeli tətbiq olunmaqdadır.

Sistemin layihələrinin araşdırılmağı prosesində, layihə hazırlamada bütün qaydalara əməl olunduqda, həqiqətən kompleks keyfiyyətin idarə edilməsinin realizə olunmasına, keyfiyyət sahəsi üzrə müəssisənin çoxşaxəli fəaliyyətinin əlaqələndirilməyinə şərait yaranmışdır. Beləliklə də, əsas rolu sistemin layihəsinin daha əhəmiyyətli sənədlərindən biri sayılan - kompleks plan oynamalıdır.

Şəkil 9. Müəssisənin (təşkilatın) keyfiyyətin idarəetmə sisteminin sadə modeli:



Mənbə: (A.B.Abbasov, 2011).

Şəkil 9-u təhlil edək. Şəkil 9-da göstərilənlər:

- 1-birbaşa əlaqə kanalı vasitəsilə keyfiyyətin idarə edilməsi üçün idarəedən təsir ilə məlumat;

- 2-əksinə əlaqə kanalı ilə idarə edilən yarım sistemin keyfiyyətinin durumu barədə informasiya;
- 3-sistemin girişindəki keyfiyyət;
- 4-sistemin çıxışındakı keyfiyyət (malın, xidmətin, həyata keçirilən öhdəliklərin keyfiyyəti);
- 5-keyfiyyətin idarə olunmadığı xarici təsir;
- 6-xaric edilən informasiya ilə sənədlərdə (həllin) keyfiyyət;
- 7-ətrafın keyfiyyəti barədə informasiya.

Ümumiyyətlə, Azərbaycanda kiçik bizneslə məşğul olmuş müəssisələr səviyyəsində keyfiyyətin idarə edilmə sisteminin inkişaf etdirilməyində aparılmış işlərin tam kompleksini müsbət dəyərləndirmək olar.

Kompleks sistemlərin keyfiyyətinin idarə edilməsi layihələndirmə ilə tətbiq etmə üsulları ümumiyyətlə xalq təsərrüfatının bütün sahələri üzrə inkişaf edibdir. Elm ilə təcrübənin yaratdığı ən axırıncı tövsiyələr ilə fəaliyyətdə olan müəssisələr, bütünlükdə, keyfiyyətin yüksəlməyi və təmin olunması sahəsində yüksək göstəriciləri əldə edirlər. Keyfiyyətin idarə edilməsi sisteminin fəaliyyəti sayəsində yüksək keyfiyyətli malın buraxılış həcmi çoxalır və uyğun olaraq pis mal ilə reklamasiyaların sayı və s. azalır.

Digər ölkələrin təcrübəsindən aşar olur ki, son zamanlar daha səmərəli sistemlər İSO 9000 seriyalı standartlardakı tələblərini təmin etmiş sistemlər sayılır. Kompleks sənaye müəssisələri üzrə İSO-nun qüvvədə olan tələbinə uyğunluq dünya istehlakçılarının hamısı tərəfindən praktik olaraq qəbul edilir o zəmanətlə ki, istehsalçı sabit keyfiyyətli məhsul hazırlaya və müqavilə üzrə nəzərdə tutulan şərtlər ilə öhdəlikləri yerinə yetirər. Bu baxımdan da Azərbaycan kiçik biznes ilə məşğul olan təsərrüfat subyektlərinin də artıq dünya ölkələrinin bu sahədə mövcud praktikasını əldə rəhbər tutaraq öz fəaliyyətlərini həyata keçirirlər.

İSO və QOST standartlarında müəyyən çatışmamazlıqlara baxmayaraq, onların tələblərini indiki mərhələdə minimal gərəklik olaraq qəbul edilməsi məqsədəuyğundur. Keyfiyyətə ümumi başçılıq etmə İSO standartları ilə uyğunluqda keyfiyyət sahəsi üzrə siyasəti aşkar edir. O, keyfiyyət sahəsi ilə

rəqabət aparma bacarığı üçün rəhbərliyin məsuliyyətini, keyfiyyətin planlaşdırılmasını, işlərin aparılmasını, dəyərini və digər hərəkətləri tənzimləyir.

1. Ölkəmizdə kiçik biznes ilə məşğul olan təsərrüfat subyektlərinin istehsal prosesinə keyfiyyətin idarə edilməsini tətbiq etməkdə əsas məqsədləri aşağıdakılardan ibarətdir (Müflisləşmə və iflas barədə” Azərbaycan Respublikası Qanunu. 22 iyul 1994-cü il. №857):

- keyfiyyətin yüksəldilməyi sahəsində məqsəd ilə problemlər hər bir müəssisənin, firmanın, təşkilatın və s. iqtisadi siyasət mərkəzində olmalıdır. Onların fəaliyyətin məqsədi, ümumiyyətlə, aşağıda göstərilən olmalıdır: tələbatın təmin edilməsi və müştərilərin tələbatı; istehlakçının gözlədiyi keyfiyyətə (qiyməti nəzərə alaraq) minimal məsrəflərlə çatma; məhsulun tədarükü ilə qoyulmuş müddətdə istehlakçılara xidmət edilməsi;

- keyfiyyət sahəsində məqsədə nail olmağın əsas kriteri olaraq, müştərilərin tələblərinin təmin olunmasını qəbul etmək gərəkdir;

- keyfiyyət sahəsi üzrə məqsədlərə nail olmağın daha səmərəli üsulları kimi keyfiyyətin idarə olunmasına kompleks və sistemli yanaşmanın tanınması ilə tətbiqi;

- fasiləsiz və sistemlik öyrədilmə və ixtisaslı kadrların professional hazırlığı ilə təminatmə sahəsində və keyfiyyətin idarə edilməsində onların ixtisasının həmişə yüksəlməyi;

- keyfiyyətin yüksəlməyində, təmin olunmasında və yaxşılaşmağında bütün işçilərin hər zaman vicdanlı, yaradıcı işi mühimdir;

- məhsulu tədarük edən və icra edən hamıya, bütün işçilərin müştərilərə və sifarişçilərə dərin hörmət ilə münasibəti tələb edilir;

- fərqli vəzifə kateqoriyalı çalışanlara qayğı və hörmət imkanı yaratmaq vacib-dir və onların ehtiyacı, tələbatı, güzaranına diqqət gərəkdir, yəni ki insan amilini nəzərə almaq əsasdır.

Azərbaycanda kiçik sahibkarlıqla məşğul olan təsərrüfat subyektləri üzrə keyfiyyətin idarə edilməsini 4 idarəetmə dərəcəsinə bölmək olar:

- sıfır - yüksək sahibkarlıq istiqamətli təşkilati-məqsədli;

- birinci - yüksək təşkilati-məqsəd daşıyan icraedici (idarəetmədə yüksək hissə);
- ikinci - koordinasiya nəzarətli icraedici (orta idarəetmə hissəsi);
- üçüncü - texniki əməliyyat icraedici (idarəetmədə aşağı icra hissəsi).

Keyfiyyətin idarə edilməsini məhsulun həyat fəaliyyətinin bütün hissələrində, hər konkret növ mal üzrə fərdi sayıla bilər. Bununla da həyat dövriyyəsinin axır mərhələsində dayanmaq lazımdır. Keyfiyyətin idarə edilməsi məqsədi bazar şəraitində istifadə ya da ləğvetmə mərhələsinin ətraf mühitə zərərli təsirini ən aza endirmək ya da kənar etməkdir.

**FƏSİL III. AZƏRBAYCANDA KİÇİK VƏ ORTA BİZNES
SUBYEKTLƏRİNİN TÜRKIYƏ VƏ AZƏRBAYCAN
İQTİSADİYYATINDA QARŞILIQLI ƏLAQƏLƏRİNİN MÜASİR
MEYLLƏRİ**

3.1. Müasir dövrdə Azərbaycan və Türkiyə ilə qarşılıqlı iqtisadi əlaqələrin inkişaf meylləri

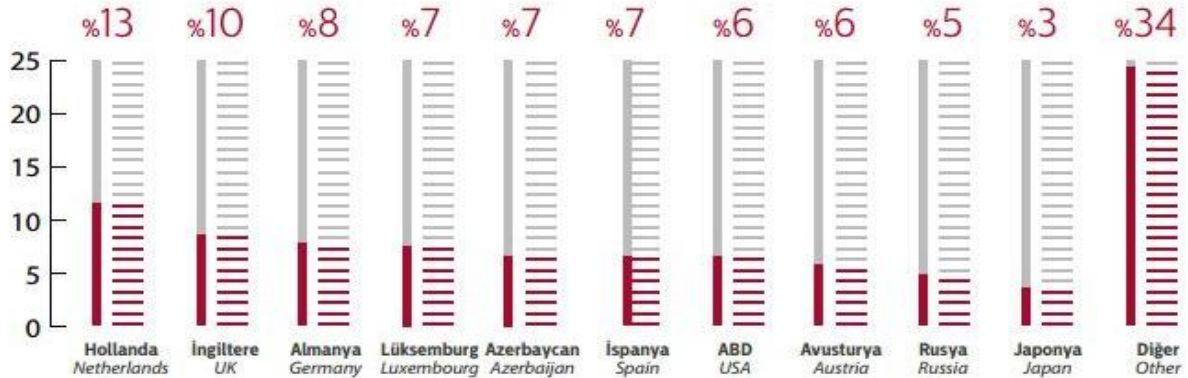
İnzabati amirlikdən bazar iqtisadiyyatına tam keçid ölkəmizin iqtisadiyyatında əvəzeolunmaz rol oynamışdı. Hazırda Azərbaycan Respublikası beynəlxalq iqtisadi əməkdaşlıq sistemində söz sahibi olan ölkəyə çevrilməkdə müvəffəqiyyətli xarici iqtisadi siyasət aparır. İnkişaf etmiş əksər dövlətlərdə olduğu kimi artıq ölkəmizdə də xaricə olunan investisiyalar iqtisadiyyat inkişafına özünün pozitiv töhvəsini verir. Hazırda Azərbaycanda müəyyən xarici dövlətlərə investisiya yatırımları etməkdədir. Xarici dövlətlərə olunmuş investisiya siyasətinin başlıca məqsədi qısamüddətli və yaxın zamanda mənfəət qazanmaq deyil, daha uzunmüddətli vaxtda qazanc əldə etməkdir. Burdan aydın olur ki, Azərbaycanın həmin investisiyalar əsasında qazanacağı mənfəət ölkəmizin uzun zaman iqtisadi subyekt kimi varlığını davam etdirməyinə, lap da inkişaf edərək başqa inkişaf etmiş dövlətlərlə açıq rəqabətə girmə bacarığını xeyli artırmış olacaqdır. Məhz bu cəhətdən Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İ. Əliyevin xaricə verilmiş investisiyalarla əlaqəli çıxışında deyilmişdir: “Xaricə vermiş olduğumuz milyardlarla ölçülmüş investisiyalar ölkəmizin istəklərini təmin edir. Gələcək zamanda bu, bizə lap da çox gəlir gətirəcəkdir. Ona görə ki, investisiyaların hamısı iqtisadi amillərə söykənməkdədir. Yəni, bu, kommərsiya istiqamətli investisiyalar sayılır. Düzdür, biz ondan da artıq mənfəət əldə edəcəyik. Lakin indi yox, 5 il, 10 il sonra. Bu səbəbdən də bu cəhətdən həmin investisiyaların xeyli böyük əhəmiyyəti vardır. Bu, ölkəmizin gələcəyi üçün qoyulan vəsait sayılır. Gələcək nəsillərimiz, bax, indi qoyulan bu sərmayənin nəticələrini görəcəklər, biz isə görəcəyik” (<https://muhasib.az/Muhasibat/mesref/mesref1.php> - 2018).

Azərbaycanın xarici dövlətlərə etmiş olduğu investisiyalar miqyasına nəzər salsaq görürük ki, investisiyaların bir çoxu yaxın qonşularımız olan Gürcüstan ilə Türkiyəyə qoyulmuşdur. Həmin ölkələrə qoyulmuş investisiyaların xeyli böyük payı neft və qaz layihələrinin gerçəkləşdirilməsi və bunun əsasında Azərbaycan nefti və qazının xaricə axınının təmin olunması məqsədi daşmışdır.

Yuxarıda dediyimiz kimi Azərbaycanın digər dövlətlərə qoyduğu investisiyalar arasında yaxın qonşularımızın xüsusi yeri var. Odur ki, Türkiyə iqtisadiyyatına investisiya qoymuş dövlətlərin siyahısına nəzər yetirsək görürük ki, ölkəmizdən Türkiyəyə qoyulmuş investisiyanın ümumi məbləği Türkiyəyə edilmiş investisiyaların hamısının 7%-ni təşkil edərək həmin siyahıda 4-6-cı yerləri tutmaqdadır. Söylədiyimizi əyani göstərmək məqsədilə Türkiyənin Statistika idarəsinin 2017-ci ildəki statistik göstəricilərinə nəzər yetirək. Sözügedən statistik göstəricilər aşağıda qurulan şəkil üzrə veriləndir.

(http://edf.az/ts_general/azl/ksid/downloads/franchising.pdf - 2018):

Şəkil 10. 2017-ci ildəki statistik göstəricilər



Mənbə: Türkiyənin Statistika İdarəsi

Qrafikdən də aydın olduğu kimi, Türkiyə iqtisadiyyatına qoyulmuş investisiyaların arasında birinci yerdə Hollandiyadır. Hollandiya 2017-ci ildə Türkiyəyə edilmiş investisiyaların 13%-ni gerçəkəşdirmişdir. İkinci yeri isə İngiltərə tutur. İngiltərədən Türkiyəyə 2017-ci il ərzində ümumi investisiya qoyuluşu 10% məbləğində investisiya yatırımı olubdur. Türkiyə ilə xarici iqtisadi münasibətləri lazımi dərəcədə güclü olan Almaniya həmin siyahıda üçüncü yerdə qərarlaşıb. 2017-ci ilin göstəricilərinə görə, Almaniyadan Türkiyəyə il boyu

ümumi investisiyanın 8 faizi məbləğində investisiya yatırımı olubdur. Və yekun olaraq dördüncü yerdə ölkəmiz qərarlaşıb. Respublikamızdan Türkiyəyə 2017-ci ildə qoyulmuş investisiya yatırımlarının məbləği ümumi investisiya yatırımının məbləğinin 7%-ni təşkil edir. Həmin göstəricidə sonrakı yerləri eyni faiz dərəcəsi ilə Lüksemburq ilə İspaniya tutsa belə investisiya qoyuluşu Türkiyə iqtisadiyyatına lap çox gəlir gətirə bilməsi faktoruna görə ölkəmiz eynifaizli başqa rəqiblərini qabaqlayıbdır. Diaqrama nəzər yetirsək görə bilər ki, cari ildə Türkiyəyə daxil olmuş investisiya yatırımlarının həcminə görə Azərbaycan iqtisadiyyatı lazımı qədər güclü olan, heç bir kapital sıxıntısı olmayan ABŞ-1 da üstələmişdir. Bütün bu qeyd edilənlər də onu göstərir ki, son zamanlarda Azərbaycan Respublikası da bir iqtisadi subyekt olaraq gələcəkdə mövcudluğunu davam etdirməsi, xarici iqtisadi münasibətlərdə üstün rola sahib olması nöqtəyi-nəzərindən uğurlu investisiya siyasətini aparır.

Investisiya siyasətinin əsasında kapital ixracı durur. Burdan da məlum olur ki, kapitalın dövlət iqtisadiyyatından çıxarılmağı maliyyə ehtiyatlarının azalma ilə yanaşı həmçinin gələcək dövrlər üçün lazımı qədər səmərəli olan mənfəət deməkdir. Respublikamızın xarici dövlətlərə qoymuş olduğu investisiya siyasətinə əsasən dediyimiz kimi, neft və qaz sahələrinə edilmiş investisiyalar təşkil etməkdədir. Odur ki, buna əyani nümunə olaraq TAP və TANAP adlı qaz kəmərləri, Bakı-Tbilisi-Ceyhan neft kəməri, Bakı-Tbilisi-Qars dəmir yolu xətti və başqalarını nümunə göstərə bilərik. Nümunə olaraq verdiyimiz hər dörd investisiya yatırımı Azərbaycanın, Gürcüstanın və Türkiyənin iqtisadi həyatında önəmli əlamət daşımaqla yanaşı, sözügedən bu dövlətlərin bir-birilə xarici iqtisadi münasibətlərinin genişlənməsində əsas rol oynayır.

Bakı-Tbilisi-Qars dəmir yolu xəttinin inşasına qoyulmuş investisiya dəmiryolu tərəfindən yükdaşımaların aparılması üçün beynəlxalq yüklərin Bakıdan Gürcüstanın Tbilisiyə və Axalkalasi şəhərlərindən keçməklə Türkiyənin Qars əyalətinə daşınması üçün gerçəkləşdirilmişdir. Həmin investisiya qoyuluşu ölkəmizin iqtisadiyyatına lazımı qədər mənfəət gətirəcəkdir. Odur ki, yükdaşımalar nəticəsində əldə edilmiş qazanc birbaşa şəkildə ölkə büdcəsinin gəlir hissəsinin

təkmilləşməsinə xidmət göstərəcəkdir. Uzunluğu 826 km olan həmin kəmərin inşasına 2007-ci ildən başlanılsa belə istimarı 2017-ci ildən gerçəkləşdiriləcəkdir və son olaraq hər üç ölkənin iqtisadiyyatında gəlirlilik cəhətdən qoyulan investisiyanın dönər sərmaye kimi geri qayıtmasına imkan yaradacaqdır.

Bakı-Tbilisi-Ceyhan neft boru kəməri isə Azərbaycan Respublikasının həyata keçirdiyi uğurlu investisiya siyasətinin məhsulu sayılır. Odur ki, uzunluğu 1773 km olan həmin neft boru kəmərinin çəkilməsi zamanı başlıca məqsəd ölkəmizin neftinin Xəzər dənizindən çıxarılmaqla Türkiyənin Ceyhan limanına çatdırılmasıdır. Həmçinin həmin boru xəttinə qoyulmuş investisiya dönər sərmaye hesab edilir və müəyyən zaman sonra çəkilmiş məsrəflərin tamamının ödənilməsinə təmin etmə iqtidarındadır. 2006-cı ildən etibarən istismara verilmiş Bakı-Tbilisi-Ceyhan boru xəttinin diametri Azərbaycan ilə Türkiyədə 42 düym (təqribən 106.68sm), Gürcüstanda da 46 düym (təqribən 116.84 sm) olmuşdur və başqa bir maraqlı fakt da bundan ibarətdir ki, boru xəttinin ölçüsü Türkiyənin Ceyhan limanına yaxın bölgədə bir qədər azalmaqla 34 düym (təqribən 86.36sm) təşkil edir. Bakı-Tbilisi-Ceyhan boru xəttinin özü Bakı şəhərində Səngəçal Terminalından başlayaraq 1773 km uzanmaqla Türkiyənin Ceyhan limanında qutarır və 449 km uzunluqda Azərbaycandan, 235 km Gürcüstandan və 1089 km uzunluqda da Türkiyədən keçir. Bakı-Tbilisi-Ceyhan neft boru xəttinin maliyyə qoyuluşunun çox hissəsini Azərbaycan təmin etdiyi üçün sözügedən həmin boru xəttinin ölkəmizin uğurlu investisiya siyasət məhsulu olduğunu deyə bilərik (<https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/> - 2018).

TANAP qaz kəmərinin çəkilməsi zamanı başlıca məqsəd təbii qazın Türkiyəyə şərq sərhədindən qərb sərhədinə çəkilməsini təmin etməkdir. Həmçinin sözügedən həmin boru kəməri bütün dövlət ərazisində dəyişilməz tranziti təmin etmə iqtidarındadır. TANAP layihəsi ölkəmizin qazının Türkiyə çıxma şərtilə Avropaya nəql edilməsini nəzərdə tutan birinci layihədir. TANAP layihəsinin gerçəkləşməsi 5 il müddətində reallaşacaqdır və 2014-cü ildən etibarən inşası başlanılıbdır. Dörd mərhələdə gerçəkləşdiriləcək TANAP layihəsinin birinci mərhələsi 2018-ci ildə sona çatacaqdır. İkinci mərhələnin də 2020-ci ildə sona

çatması nəzərdə tutulmuşdur ki, bu zaman boru kəmərinə buraxılış qabiliyyətinin 16 mlrd m³ olması nəzərdə tutulubdur. 2023-cü ildə sonlanacaq üçüncü mərhələ üzrə isə təbii qazın buraxılış həcmi 23 mlrd m³ olması proqnozlaşdırılıbdır. 2026-cı ildə də dördüncü mərhələnin gerçəkəşməsi başlanacaqdır ki, bu zaman da 31 mlrd m³ təbii qazın nəql edilməsi proqnozlaşdırılmışdır.

(<https://jabrayilvaliyev.com/2016/06/10/kicik-v%C9%99-orta-sahibkarliq-r%C9%99q%C9%99ml%C9%99rin-dili-il%C9%99/-2018>).

TANAP layihəsində üç əsas səhmdar vardır. Həmin səhmdarlar aşağıda qeyd edilmişdir:

- 58 faiz səhmə sahib olan “Cənub Qaz Dəhlizi” QSC;
- 30 faiz səhmə sahib BOTAŞ;
- 12 faiz səhmə sahib BP şirkəti.

Səhmdarların payına nəzər salsaq görərik ki, ölkəmiz açıq üstünlüyə sahibdir və layihənin investisiya məsrəflərinin böyük hissəsi ölkəmizin payına düşübdür. Ancaq bütün sözügedən investisiya məsrəflərinin dönər sərmayə olmasını nəzərə alıb barəsində danışdığımız TANAP layihəsi Azərbaycan iqtisadiyyatında lazımı qədər səmərəli və rentabelli olmasını söyləyə bilərik. TANAP layihəsi hər şeydən öncə, ölkəmizin qazının Avropaya (Türkiyə istisna) verilməsini nəzərdə tutan birinci boru kəməridir və bunun əsasında da qoyulmuş investisiyanın hamısının geri verilməsi və böyük həcmli mənfəətin qazanılması proqnozlaşdırılıbdır.

TANAP layihəsinin ilk dəyəri 11.7 mlrd ABŞ dolları məbləğində olsa belə, hazırda tələb edilən kapital məsrəfləri 8.5 mlrd ABŞ dolları həcmində müəyyən edilmişdir.

TANAP layihəsi Xəzər dənizinin ölkəmizə məxsus hissəsindəki və “Şahdəniz-2” yatağından hasil ediləcək təbii qazın ilk olaraq Türkiyəyə verilməsini və sonradan həmin ölkədən Avropaya nəql edilməsini nəzərdə tutan bir layihədir. TANAP boru kəməri Türkiyə, Gürcüstanın sərhəddində Cənub Qafqaz boru kəmərinə birləşəcəkdir, həmçinin Türkiyə Yunanıstanın sərhədində də Trans-Adriatik (TAP) qaz boru kəmərinə birləşməsi nəzərdə tutulmuşdur.

TANAP layihəsi “Cənub Qaz Dəhlizi” layihəsinin bir hissəsi sayılır. Respublikamız il boyu “Cənub Qaz Dəhlizi” layihəsinə 2 mlrd 809 mlnn ABŞ dəyəri məbləğində investisiya yatırmışdır və qeyd edilən həmin investisiya yatırımının 1 mlrd 566 mln ABŞ dolları qədər qismi isə sırf TANAP layihəsinə xərclənibdir ki, bu isə faiz olaraq 55%-dir.

(http://edf.az/ts_general/azl/ksid/downloads/franchising.pdf -2018).

Azərbaycan respublikasında xarici dövlətlər investisiyaları təkcə Türkiyə və Gürcüstanla məhdudlaşmayaraq bəzi postsovet dövlətlərin, misal üçün, Ukrayna ilə Moldovanı da əhatə etməkdədir. Əksər Şərqi Avropa ölkələri, ilk olaraq da onların enerji infrastrukturu üzrə sərmayə yatırımı ölkəmizin maraq mərkəzində saxlamış olduğu əsas məqamların içərisində yer alır.

3.2. Azərbaycanda kiçik və orta biznesin idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi istiqamətində Türkiyə nümunəsinin rolu

Hər bir ölkənin iqtisadi inkişafının əsasında kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyətini həyata keçirən müəssisələrin fəaliyyəti təşkil edir. Belə ki, ölkənin əsas büdcəsinin formalaşmasında KOS subyektlərin mühim rolu vardır. Bundan əlavə olaraq isə KOS subyektlərinin çoxluğu əhalinin iş yerləri ilə təminatında mühim vasitə hesab olunur. Buna görə də Azərbaycan da KOS subyektlərinin fəaliyyətinə dəstək proqramları həyata keçirtməklə bu sahənin tənzimlənməsinin, həmçinin də KOS subyektlərinin qarşısında dayanan bəzi əngəllərin aradan qaldırılmasına köməklik etməklə onların fəaliyyətinin stimullaşdırılmasını təmin edir.

Ölkəmizdə KOS inkişafı ilə bağlı strateji hədəflər hazırda müəyyənləşdirilib. Ümumiyyətlə, Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli fərmanı ilə təsdiq edilən “Azərbaycan Respublikasında KOS səviyyəsində istehlak məhsullarının istehsalına aid Strateji Yol Xəritəsi”ndə KOS subyektlərinin fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsinin əsas istiqamətləri müəyyən edilmişdir.

Qeyd etmək gərəkdir ki, yol xəritəsi KOS-da iqtisadi islahatlar və inkişafın qısa, orta və uzunmüddətli olaraq əsas istiqamətlərini müəyyən edir. Həmin sənəd 2020-ci ilə kimi strateji baxış, 2025-ci ilə kimi olan dövr üzrə uzunmüddətli baxış,

2025-ci ildən sonrakı zaman üçün hədəf baxışdan təşkil olunmuşdur. Strateji yol xəritəsi üzrə 2016-2020-ci illərdə inkişaf strategiyası ilə tədbirlər planında təkcə uyğun dövr üzrə strateji məqsəd və hədəflər yox, həmçinin həmin illərdə qarşıya qoyulmuş məqsədlərə çatmaq üçün müəyyən edilmiş prioritetlər, bu prioritetlər çərçivəsində gerçəkləşdiriləcək tədbirlər qeyd olunub və hər bir tədbirin ismi, əsas və başqa icraçıları, nəticə indikatorları ilə konkret icra müddəti əks edilib. Sözügedən prioritetlərin qısamüddətli vaxtda effektiv icrası orta və uzunmüddətli zamanda gerçəkləşdirilməsi nəzərdə tutulmuş sonrakı addımların əsasını təşkil edəcəkdir və beləliklə də icra prosesinin əhəmiyyəti təmin olunacaq. Yol xəritəsinin icrasında qeyri-hökumət təşkilatları, yerli və beynəlmiləl özəl sektor tərəfdaşlarıyla kommunikasiya və əməkdaşlıq mühitində təmin olunacaq.

Respublikada KOS-un inkişafı ilə bağlı strateji yol xəritəsində müəyyənləşdirilmiş strateji məqsədlərə çatmaq və müvafiq imkanlardan yüksək şəkildə istifadəni təmin etmək yönündə aşağıda qeyd edilənlər strateji hədəf olaraq müəyyən edilib:

- uzunmüddətli imkanda KOS-un ölkəmizin ÜDM-nə təsirini gücləndirmək üçün respublikada biznes şəraitinin və tənzimləyici bazanın lap da yaxşılaşdırılması;
- KOS subyektlərinin dayanıqlı şəbəkəsinin qurulması üçün maliyyələşmə vəsaitlərinə sərfəli və əhəmiyyətli çıxışın təmin olunması;
- dövlətin valyuta ehtiyatlarının çoxaldılması və respublikada istehsal edilən məhsulların beynəlxalq standartlara uyğun olmasının təmin olunması üçün KOS-un fəaliyyəti üzrə beynəlmiləlləşdirilməsi və xarici bazarlara çıxış imkannının artırılması;
- təcrübəli işçi qüvvəsinin hazırlanmasına, KOS subyektlərinin bacarıqlarının inkişaf etməsinə xüsusi diqqət ayıraraq regional bazarlar üzrə keyfiyyətli mal və xidmətlərin təklifinin çoxaldılması;
- KOS subyektlərinin rəqabət qabiliyyəti artırılmağı məqsədilə innovasiyaların təşviq edilməsi, həmin sahə ilə əlaqəli araşdırma və inkişafın gücləndirilməsi.

Yol xəritəsində qeyd edilir ki, əsas fəaliyyət Azərbaycan üzrə KOS subyektlərinə olan münasibətdə qanunvericilik bazasında təkmilləşdirilmə maliyyə və vergi siyasətində stimullaşdırıcı təsirinin gücləndirilməyi, maliyyə vəsitlərinə əlçatanlığın çoxaldılması, texniki və informasiya bazasının gücləndirilməyi və KOS subyektlərinin ərazi üçün optimal yerləşdirilməsi, daxili bazarın mühafizəsi, bazar infrastrukturalarının inkişafı, önəmli sənədlərin alınması zamanı “bir pəncərə” prinsipinin tətbiq olunması, həmin sahəni təmsil edən subyektlərin arasında qarşılıqlı işlərin gücləndirilməsi və s. şəkildəki istiqamətlərə yönəldiləcəkdir.

Müəyyən olunmuş strateji hədəflərə çatmaq üçün təqribən 700 milyon manat investisiya tələb edilir ki, beləliklə 2020-ci ildə iqtisadiyyatda təqribən 1 mlrd 260 mln manat əlavə dəyərin ilə 34 240 təzə iş yerinin açılması gözlənilir.

Azərbaycan üzrə kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin işinin yaxşılaşdırılması ilə bağlı olaraq Kiçik və Orta Biznes üzrə İnkişaf Agentliyi yaradılmışdır. Bu agentliyin əsas vəzifələri kiçik və orta sahibkarlara dövlət dəstəyini təmin etməklə onların fəaliyyətinin stimullaşdırılmasını təmin etməkdir.

Agentliyin qarşısına qoyulan başlıca vəzifələr və fəaliyyət yönlərinə toxunan sədr qeyd edib ki, ilk istiqamət motivasiya tədbirləri ilə əlaqəlidir. Odur ki, Agentlik kiçik və orta biznes subyektləri fəaliyyətini stimullaşdıran mexanizmlər tərəfindən bunu gerçəkləşdirəcək. Bu da öz-özlüyündə mövcud olan biznes subyektləri inkişafına, həmçinin yeni biznes subyektlərin əmələ gəlməsinə, ayrıca da yeni fikirlərin biznesə inteqrasiya edilməsinə təkan yaradacaq.

İkinci istiqamət isə sahibkarların maraqlarının qorunmasına istiqamətlənəcək. Bu, Agentliyə səlahiyyətli qurum kimi dövlət orqanlarındakı sahibkarların maraqlarını təmsil etmə, sahibkarların rastlaşdığı problemlərin həlli zamanı onlara yardım etmək kimi tədbirləri əhatə edəcəkdir. Üçüncü istiqamət KOB-un dəstəklənməsi ilə əlaqəli olacaq. Təhlillərdən aydın olur ki, biznesin effektiv təşkil edilməsi və davamlı fəaliyyəti bir yandan sahibkarlığa ölkə dəstəyi mexanizmlərinin əhəmiyyətliyi ilə müəyyən olunursa, digər yandan sahibkarların yaradılan biznes şəraitində öz fəaliyyətini doğru təşkili ilə şərtlənməkdədir. Buna görə də sahibkarların bilik ilə bacarıqlarının inkişafına istiqamətlənən müəyyən

dəstək xarakterli tədbirlər aparılacaq. Həmçinin Agentlik vasitəsilə yeni dəstək modulları hazırlanmaqla KOB Evləri vasitəsilə gerçəkləşdiriləcək. Başqa bir istiqamət KOB-un xarici bazarlara çıxış perspektivlərini genişləndirməyə istiqamətləndirəcək. Beşinci fəaliyyət istiqaməti isə KOB-un maliyyə mənbələrinə aydın mexanizmlər ilə çıxışına dəstək verməkdən təşkil olunacaq.

Beynəlxalq təcrübədən aşkar olur ki, kiçik və orta sahibkarlara göstərilmiş xidmətlərin “bir məkan” prinsipi üçün təşkili pozitiv nəticələr verməklə bərabər, həmçinin həmin xidmətlərin keyfiyyətinin təmin edilməsində önəmli rol oynayır. Məhz həmin amilləri nəzərə almaqla, Agentlik nəzdində dövlətin rayon və şəhərlərində KOB evlərinin qurulması planlaşdırılır. Həmin evlərin yaradılmasında başlıca məqsəd sahibkar razılığını təmin etməklə bərabər, edilən xidmətlərin operativ, şəffaf, nəzakətli, məsuliyyətli və rahatlıq prinsiplərinə müvafiq gerçəkləşdirilməsinə nail olmaqdır.

Başqa bir yenilik, sahibkarlıq inkişafında siyasətin əlaqələndirilməsi, KOB evlərindəki sahibkarlıq subyektlərinə göstərilən xidmətlərin təşkil edilməsi və operativliyin təmin edilməsi üçün həmin xidmətləri edən dövlət orqanları ilə təşkilatların səlahiyyətli nümayəndələrindən təşkil olunmuş Koordinasiya Qrupunun yaradılması ilə əlaqəli olacaq.

Bir digər önəmli yenilik “G2B” (dövlət–biznes) xidmətlərin elektron reyestrinin qurulmasından ibarət olacaqdır. Həmin reyestrlə sahibkarlara məxsus dövlət xidmətlərinin ümumilikdə sayı, prosedur və tələblər müəyyənləşdiriləcək, xidmətlər barədə məlumatlar bir mənbədə yığılacaq, şəffaflığın təmin olunması üçün sahibkarların həmin xidmətlər barədə ətraflı informasiya əldə etmə imkanı olacaq, həmçinin bir məzmunlu xidmətlərin müəyyən olunaraq təkrarlılığın ortadan götürülməsi ilə əlaqəli tədbirlər aparılacaq. Reyestr yaradılana kimi 35 qurumun 100-dən çox xidmətinin KOB evləri tərəfindən göstərilməsi nəzərdə tutulmaqdadır.

Bundan əlavə, aidiyyəti ölkə orqanlarının iştirakı vasitəsilə mikro, kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin vahid reyestri qurulması yönündə də iş aparılır. Reyestrə KOB-a aid geniş məlumatlar yığılacaq. Bu da öz-özlüyündə ,

sahibkarlara tərəf dəstək tədbirlərinin ünvanlılığının çoxaldılması, tənzimləmənin effektivliyinin artırılması chətdən önəmli addım olacaq.

Ölkəmizdə KOS fəaliyyətinin tənzimlənməsi və inkişaf etdirilməsində müxtəlif layihələr həyata keçirilməkdədir. Bunların içərisində xüsusilə seçilən layihələr var ki, bunlardan biri də “KOB dostu” layihəsidir.

“KOB Dostu”nun işləməsi müasir kiçik və orta biznes sahələrinin əmələ gəlməsinə, KOS inkişafı ilə regionun potensialının gerçəkləşdirilməsinə istiqamətləndiriləcək. Bunun üçün də potensial investisiya layihələri aşkar olunacaq və onların KOB-lar tərəfindən reallaşdırılması təşviq ediləcək . “KOB Dostları”nın fəaliyyətinin başqa mühim yönü KOB-lara onların davamlı inkişaf tələbinə müvafiq çoxsahəli dəstəyin verilməsidir. Odur ki, həmin istiqamətdə fəaliyyət hazırki ölkə dəstək mexanizmlərindən istifadə prespektivlərinin genişləndirilməsi və onlara KOB-ların əngəlsiz və rahat çıxışının təmin olunmasına, həmçinin Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyinin göstərmiş olacağı çoxsaylı dəstək mexanizmlərinin tətbiq edilməsinə istiqamətlənəcəkdir. “KOB Dostları” kiçik, orta biznesin hüquqlarının qorunması yönündə də fəaliyyət göstərəcək. Həmçinin, sahibkarlarla sıx münasibətlər qurulacaq və “KOB Dostları” onların inkişafının ehtiyaclarını sorğular ilə öyrənəcəkdir. Bu da göstərilən tələblərə ayrıca reaksiyanı təmin etmək üçün imkan yaradacaq. Masallı və ətraf rayonlarda fəaliyyətdə olan sahibkarlar “KOB Dostu”u xidmətlərindən istifadə edə bilərlər. Məlumat verilmişdir ki, dövlətin başqa şəhərləri ilə rayonlarında da sahibkarlara dəstək üçün “KOB Dostu” mərkəzləri qurulacaqdır. Ümumiyyətlə 10 iqtisadi bölgə üzrə 60 “KOB Dostu” şəbəkəsi yaradılacaqdır.

3.3. Kiçik və orta biznes subyektlərinin iqtisadi inkişafda françayzing əlaqələrinin qurulması problemləri

Françayzing (yaxud franşiza) - bir təşkilatın əmtəə nişanı, firma texnologiyaları, idarəetmə sistemində istifadə etmə hüququnu bir sıra şərtlərlə digər şirkətə satışı yaxud müvəqqəti təqdim olunmasıdır. Buradakı birinci şirkət/tərəf, sözügedən hüququ verənə – françayzer, hüququ alan şirkətə isə -

françayzi deyilir. Şirkətlər kommersiya təşkilatları yaxud sahibkarlıqla məşğul olan fərdi sahibkarlar ola bilər (http://edf.az/ts_general/azl/ksid/downloads/franchising.pdf - 2018).

“Françayzinq” deyilən həmin sistem sahibkarlıq subyektlərinə qarşılıqlı şəkildə razılaşma ilə fəaliyyətlərini lap da genişləndirmək şəraitini yaradır. Françayzinq sistemində əsasən iri və kiçik sahibkarlıq subyektlərindən təşkil olunan 2 tərəf vardır. Tərəflərdən birisi istehsal yaxud təqdim etdiyi məhsul və xidmətlərdən onların satışının təşkili yolu ilə o biri tərəfin də faydalanmasını təmin edir. Dediymiz kimi, françayzerlər əsasən böyük şirkətlər, françayzilər isə kiçik şirkətlər yaxud fərdi sahibkarlar olurlar. Bu cür bir sistemin tətbiq edilməsinin hər iki tərəf üzrə çox faydası var. Təqdim edilən məhsul və xidmətlərin satışının lap asan gerçəkləşdirilməsi və bu vaxt risk səviyyəsinin aşağı düşməsi françayzerlər üçün ən əsas faydalardır.

Françayzinq - françayzer ilə françayzi arasında yaradılmış şəffaf əlaqələr sistemidir (http://edf.az/ts_general/azl/ksid/downloads/franchising.pdf - 2018). Bu razılaşma əsasında qarşılıqlı maraqların təmin olunması ilə françayzerin bilikləri, imici, müvəffəqiyyəti, istehsal üsulları və marketinqi françayziyə verilir. Başqa formada desək, françayzinq - bir şirkət (françayzer) vasitəsilə digər bir şirkətə (françayziyə) patentləşdirilmiş fikrin, brenddən istifadəsi hüququnun, biznesin idarə olunması metodikasının, marketinq ilə reklam strategiyasının, eyni zamanda lazimi spesifik avadlıqların və başqa biliklərin qarşılıqlı razılaşmaya əsasən verilməsidir. Françayzer, françayzinin uğurlu biznesini təmin etmək üçün müxtəlif vasitələrlə kömək göstərir, françayzinin iqtisadi və hüquqi müstəqilliyinə xələl gətirməyərək onun bazardakı fəaliyyətinin idarə edilməsi hüququndan istifadə edir. Françayzerin hüququndan istifadə və göstərdiyi dəstəyə görə françayzi müəyyən haqlar ödəyir.

Françayzer sazişi fərdi xarakter daşıyaraq fəaliyyət şərtləri, françayzerin yürütdüyü siyasət ilə əlaqəli olur və digər sistemlərə tirajlanmır. Françayzinin fəaliyyət tarixi bu nəticəyə gətirir ki, françayzinq istehlakçı və satıcısı arasında təzə münasibətlər yaranır: françayzer lisenziya alanı bərabər hüquqlu partnyor kimi

tanıyır. Françayzilər arasındakı ən yaxşı xidmət səviyyəsi və ən çox satış həcmi, məsrəflərin azaldılmasının ən effektiv üsullarını təyin etmək üçün müsabiqələr keçirilir, iqtisadiyyatın özəyini təşkil edən müəssisə, firma, şirkət və s. kimi təşkilatlar üzrə istehsalın və xidmətin daha əhəmiyyətli qurulması modelləri seçilərək az xərclə lap çox və lap keyfiyyətli məhsul buraxılması üçün çalışılır. İstehsal məsrəfləri, gəlir, qiymət, maaş, tələb-təklif şəklində iqtisadi amillərdən lap konkret olaraq istifadə edilir və idarəetmədə lap çevik formalar tətbiq olunur.

Françayzinq şirkətlərin brendləşdirilməsi və biznesin genişləndirilməsində seçmə bir model olaraq çox maraqlıdır. Həmin sistem keyfiyyəti ilə bazardakı məşhur firmalara satış məntəqəsi olmayan ərazilərdə icarə və işçi qüvvəsi kimi əsas məsrəflər olmadan satışlarını çoxlatmaq imkanı yaradır.

Bunlarla bərabər, sahibkarlar-françayzilər üçün françayzinqin aşağıdakı üstünlüklərini də qeyd etmək olar.

(http://edf.az/ts_general/azl/ksid/downloads/franchising.pdf - 2018):

- Müvəffəqiyyətli biznes təcrübəsi;
- Təzə biznes-fikir;
- Təcrübəli kadrlar;
- Beynəlxalq münasibətlər.

Françayzinqin sənaye istiqaməti məhdud deyil. Mövcud təşkilatı model brend mallarının satışında (kosmetikadan avtomobil istehsalına kimi), həmçinin, əhaliyə xidmət və biznes sahələri üzrə də fəaliyyət göstərir, həmçinin orijinal texnologiya mallarının istehsal sahəsində istifadə edilir. Aşağıda françayzinqin daha çox istifadə edildiyi sahələrin xarakteristikası verilmişdir:

Ticarət. Françayzi françayzerin firma mallarının (kosmetika, ayaqqabı və geyimdən avtomobilə qədər) satışını gerçəkəşdirir. Mövcud vəziyyətdə mahiyyətə françayzer (istehsalçı və topdan satıcı) firma mağazaları şəbəkəsini yaradır.

Xidmətlərdə sahələr çox olduğundan françayzinq sistemi həmin sahədə lap geniş yayılmışdır: Buraya YDM-i, avtoservisi, avtomobil kirayəsini, turizmi, mehmanxana biznesini, ofis xidmətlərini, nəşriyyat avadanlıqları xidmətini,

kartriclərin doldurulmasını və yenidən qurulmasını daxil etmək olar; Kadrlar üzrə mütəxəssis və mövsümi işçi götürülməsi xidməti; mühasibatlıq və vergi konsalting xidməti; avtomatlaşdırılan mühasibat uçotu, sığorta, inşaat, mülk alqı- satqı və kirayəsi, yükdaşıma, mədəniyyət, təhsil və tərbiyə (sürücülük məktəbləri, uşaq bağçaları, texniki peşə tədrisi müəssisələri), məişət xidmətləri (gözəllik salonları, quru- kimyəvi təmizləmə xidmətləri), evə məxsus xidmətlər (təmizlik xidmətləri, ziyanlı həşəratlara qarşı mübarizə xidmətləri, qapı-pəncərə, mühafizə xidməti, ev tekstili), sağlamlıq, idman, istirahət, əyləncə və evə çatdırılma s.

İstehsalat. Bu sahəyə əsasən içki, qida, əczaçılıq, kosmetika, optika, uşaq malları, kənd təsərrüfatı malları istehsalı ilə kimya sənayesi daxildir.

Hazırda iş dünyasında istifadə olunan françayzinq biznes modelinin 4 əsas növü mövcuddur. Bunlar aşağıdakılardır.

(http://edf.az/ts_general/azl/ksid/downloads/franchising.pdf - 2018):

- Məhsul françayzinqi
- İstehsal françayzinqi
- Xidmət françayzinqi
- İşgüzar və ya sahibkarlıq françayzinqi

İşgüzar və sahibkarlıq françayzinqinin mahiyyəti brendin sahibi françayziyə yalnız bu və ya digər marka adı ilə fəaliyyət göstərməyi yox, həmçininəyni zamanda biznesin giriş mexanizmi və şirkətdə rəqabət şəraitinin təhlili dəstəyini verərək nəticə kimi françayzi şirkətin bir parçasına çevrilir. Bu formada müştərinin gözündə françayzer ilə françayzi vahid bir şirkət olaraq tanınmağa başlayır. Buna ən yaxşı örnək kimi “McDonalds” göstərmək olar.

Ölkəmizdə françayzinq biznes modeli tənzimləyən başlıca qanunverilicik aktı isə Mülki Məcəllə sayılır. Françayzinqlə dolayısı ilə bağlı qanunvericilik də Azərbaycan Respublikası əmtəə nişanları ilə coğrafi göstəricilər, patentlər, sahibkarlıq, müəllif hüquqları və başqa hüquqlar barədə qanunlardır.

Mülki Məcəllə üzrə françayzinq müqaviləsində hüquqi forma, şirkətlərin vəzifələri, kommersiya sirri, tərəfdaşlıq edərkən və sonradan loyallıq rəqabət və s.

müddəalar mövcuddur. Eyni zamanda franqayzinq hüququ əlaqələrinə tətbiq olunan aşağıda qeyd edilən müddəalar yer almaqdadır:

- Əgər franqayzinq müqaviləsində predmetin əqli mülkiyyətdən istifadəsi hüquqlarının verilməsi təşkil olunursa, ona müəlliflik hüququ ilə bağlı hüquqlar barədə, həmçinin patent hüququ barədə qanunvericilik üzrə müddəalar tətbiq olunur (Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsi, maddə 731.1.).

- Əgər franqayz əldə edən franqayz verənin yaxud franqayz verənlə əlaqəli hansısa müəssisənin məhsullarını yaymaqla həmişə məşğul olursa, həmin Məcəllənin ticarət nümayəndəliyi ilə konsessiya müqaviləsi barədə müddəaları tətbiq olunur (Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsi, maddə 731.1.).

- Əgər franqayzinq müqaviləsi iştirakçıları digər öhdəliklər (eyni zamanda alqı-satqı, əmlak kirayəsi, podrat ilə xidmətlər göstərilməsi) götürülmüşsə, iştirakçıların hüquq əlaqələrinə bu Məcəllənin göstərilən müqavilə növləri barədə müddəaları tətbiq olunur (Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsi, maddə 731.1.).

Franqayzinq fəaliyyəti hüquqi baxımdan tənzipləməsi hər bir dövlətdə fərqlidir. Qanunvericilik cəhətdən belə dövlətləri 2 qrupa bölmək olar (http://edf.az/ts_general/azl/ksid/downloads/franchising.pdf - 2018):

1) Amerika Birləşmiş Ştatlarında franqayzinq modeli tarixi 19-cu əsrdən başlamışdır. 1863-cü il “Zinger” tikiş maşınları firmanın distribusiyaya sistemində etmiş olduğu yenilik indiki franqayzinq məvhumuna uyğun gələn birinci nümunə sayılır. Bu cür nümunələrin içərisində 1888-ci il “General Motors” və 1902-ci il dərman sahəsində “Racall”ın etdiklərini də qeyd etmək olar. Franqayzinq sistemindəki əsl partlayışın olduğu zaman isə 1950-ci illərin axırlarıdır. Bu zaman ticarət etməyin müxtəlif bir üsulu olaraq məşhur franqayzinq, 1960-cı illərlə birgə sahibkarlığın inkişafını təmin etmiş önəmli bir vasitə olmuşdur. İllər keçdikcə inkişaf edən, yeni çalarlar əldə edən sistem azad bir ixtisas sahəsinə çevrilmişdi. Həmin proseslərin təsiri nəticəsində 1960-cı illər franqayzinq sahəsinin ilk birliyi sayılan IFA Beynəlxalq Franqayzinq Assosiasiyası yaradılmışdı. ABŞ başda olaraq bir çox inkişaf etmiş dövlətlərdə franqayzinq ətraflı olaraq hüquqi aktların mövzusu olmuşdur. Buna görə də ABŞ-da başqa bir franqayzinq investisiya

qanunu (Franchise Investment Law) ilə ticarət tənzimləmə qaydası (Trade Regulation Rules) vardır. Beləliklə də franşayzinq həmin ölkədə federal ölkənin və əyalətlərin qoymuş olduğu möhkəm qaydalara əsasən aparılır.

2) Avropada 1970-ci illərdən etibarən franşayzinq firmalarına rast gəlinməkdədir. Avropa dövlətləri qanuni tənzimləmə yolunu tutmadılar və franşayzinqin tətbiq edilməsini ümumi hüquq qaydaları ətrafında aparmaq üçün çalışdılar. Avropa dövlətlərində yaradılmış milli franşayzinq assosiasiyaları da Beynəlxalq Franşayzinq Assosiasiyası üzvü sayılır.

Franşayzinq Azərbaycanda yeni məvhum olduğuna görə onun haqqında informasiya azdır. Franşayzinq barədə qanun, onun hüquqi tənzimlənməsi barədə normativ hüquqi aktlar indi də hazırlanmayıb. Franşayzinq özü əqli mülkiyyətlə bağlı olduğu zaman ona “Əqli mülkiyyət və bağlı hüquqlar haqqında” qanun, həmçinin, “Patent barədə” qanun, məhsulların satışı ilə əlaqəli olduqda ticarət nümayəndəliyi ilə konsessiya barədə Mülki Məcəllənin qanunları, əgər franşayz alan digər xidmətlərin edilməsini (alqı satqısı, podrat, əmlak kirayəsi və .) öhdəsinə götürmüşsə, onda Mülki Məcəllədə həmin münasibətləri qaydaya salan müddəaları tətbiq edilir. Azərbaycan Respublikası azadlıq qazandıqdan sonra xarici investorların ölkəmizə marağı getdikcə çoxalmağa başlamışdı. «Əsrin müqaviləsi» bağlandıqdan sonra ölkəmiz bütün dünya miqyasında tanındı və bunun sayəsində dünyanın əksər məşhur böyük neft şirkətləri və transmilli korporasiyalar ölkəmizə investisiya qoymağa başlamışdılar. Hal-hazırda Respublikamızda “Coca-Cola”, “Pepsi” şirkəti, “Holiday Inn”, “Hyatt Regency” mehmanxanası, “McDonald’s”, “Pizza Hut” restoranı franşayzinq müqaviləsinə əsasən fəaliyyət göstərirlər. Franşayzinq müqaviləsinə əsasən fəaliyyət göstərmək, hansısa sahə üzrə iş yaratmaqdan daha əhəmiyyətli olduğu üçün, həmin sahə xeyli böyük sürətlə inkişaf edir. Franşayzinqdə hər kəsin tanıdığı, təzədən reklama ehtiyac duymayan məhsul istehsal edilir və satılır.

Franşayz verən franşayz alanın mənfəət qazanmasında maraqlıdır. Odur ki, onun mənfəəti franşayz verənin də mənfəəti deməkdir. Ona görə də, həmin, franşayzer franşayziyə yardım edir, açılışa yardım göstərir, çalışanlar üçün

ixtisasartırma kursları yaradılır, işin gedişini nəzarətdə saxlayır və françayz alanı müasir françayz sisteminin tərkib hissələri ilə tanış edir. Bundan əlavə, hər hansı ərazidə françayz alana françayz verən öz mallarının satışı və istehsalı üzrəinhisar hüququ verməkdədir (konsessiya müqaviləsində olduğu kimi). Bu cəhətdən françayzinq iqtisadiyyatda bazar qanunlarına adətən formalaşdırılması zamanı böyük perspektivlərə malikdir.

2013-cü ilin martından başlayaraq ölkəmizdə sahibkarlığın inkişafının dövlət proqramına dəstək üçün əlaqədar işgüzar və elmi dairələr üzrə (ASK, EDF, İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyi, ERC və s.) aparılmış məsləhətləşmələr, dəyirmi masa müzakirələrinin nəticəsi kimi 2014-cü il avqust ayında “Business Group” əsasında AFC təsis olunub.

AFC dünyada olan françayzinqlə əlaqəli təcrübənin ölkəmizdə tətbiqinə çalışmaqla bərabər ölkədaxili müvəffəqiyyətli brendlərin beynəlxalq bazarlar üzrə françayzinq biznes modeli vasitəsilə təmsil olunmasını təşkil edir. Bununla bərabər, dünyaca məşhur tanınmış brendlərin ölkəmizdə yerli sahibkarlarla işgüzar münasibətlər quraraq təmsil olunmasında də dəstəklər edir. Mərkəz eyni zamanda, investorlara təzə biznes konseptin hazırlanması və françayzinq biznes modelinin inkişaf xidmətini təklif etməkdədir. Azərbaycan Françayzinq Mərkəzi dünyada bütün oxşarlarına əsasən franşiza verən (françayzer) firmalarını birləşdirmiş bir mərkəz sayılır. Françayzinq Mərkəzinin başlıca məqsədi françayzinqin ölkəmizdə düzgün bir formada öyrənilməsini, sağlam bir formada inkişafının təmini, təməl əsasları aşkar etmək, tətbiqinə çalışmaqla, françayzinqin Azərbaycanın hüquq sistemi çərçivəsi üzrə yerini alması üçün mühim acib işlərin görülməsi və sistemdə inkişaf üçün məlumat bazası qurmaqdır. AFC fəaliyyət istiqamətlərinə görə aşağıdakılar mövcuddur:

- İşlə bağlı səfərlər;
- İxtisaslaşan sərqi-konfranslarda iştirak etmək;
- Biznes üzrə təlimlər;
- Biznes forumları;
- Mərkəzləşdirilən məlumat mərkəzi;

- Məsləhət xidmətləri;
- Marketing kommunikasiyaları (təbliğat-təşviqat);
- Sertifikat və lisenziya sənədləşdirməyi;
- İxracata dəstək;
- Layihələrin maliyyələşdirilməsinə dəstək.

Mərkəzin məqsədini və prinsiplərini mənimsəməklə bu istiqamətdə işləməyi qəbul etmiş françayzerlər (franşiza verən) yaxud françayzilər (franşiza alan), françayzinq modeli üzrə biznesi inkişaf etdirmək niyyəti olan fərdi və korporativ sahibkarlar, mərkəzin məqsədini anlamaq və prinsiplərinə tabe olma şərti ilə aşağıda qeyd edilən müvafiq 4 kateqoriya üzrə mərkəzə üzv olmaları mümkündür (http://edf.az/ts_general/azl/ksid/downloads/franchising.pdf - 2018):

- A KATEQORİYA ÜZVLÜYÜ Dünyada tanınmış və uğur əldə etmiş, ölkəmizdə fəaliyyətdə olan françayzinq brendləri üzv sayıla bilər. Potensial françayzi içərisində biznes və satış şəbəkəsin genişləndirir.

- A KATEQORİYA ÜZVLÜYÜ Dünya miqyasında məşhur və uğur əldə etmiş brendlərin ölkəmizdə fəaliyyət göstərmək niyyəti olan, françayzinin axtarışında olan üzvlər sayılır. tA kateqoriyasında olan üzvlər (potensial A kateqoriyası) respublikamızda ilk françayzini açdıqdan sonra avtomatik şəkildə A üzvlük kateqoriyasına daxil olmaqdadır.

- B KATEQORİYA ÜZVLÜYÜ ölkəmizdə uğur əldə etmiş və françayzinq biznes modeli, yerli və xarici bazar üzrə inkişaf etmək niyyəti olan brendlərdir.

- C KATEQORİYA ÜZVLÜYÜ ölkəmizdə maraqlı biznes sahəsi ilə əlaqəli biznes konseptin yaradılması və françayzinq modelində inkişaf etdirilən layihələr üzrə investor olaraq iştirak etmək istəyən sahibkarlar.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Ümumiyyətlə götürsək, iqtisadi inkişafa daha çox təsir göstərən əsas amillər məhz kiçik və orta sahibkarlıq fəaliyyətidir. Çünki dəfələrlə təkrar etdiyimiz kimi, hər bir dövlətin iqtisadiyyatı rəqabət qabiliyyəti üzərində formalaşmışdır. Rəqabət şəraitində iri müəssisələrin nisbətən orta və yaxud da kiçik müəssisələri udması səbəbindən iqtisadiyyatda birmərkəzli sistemlərin formalaşmağı sürətli şəkildə ola bilər ki, bu da müxtəlif tipli bazarların inhisarlaşmasına, monopolist bazarların yaranmasına gətirib çıxarda bilər. Monopolist bazarlarda isə məlum olduğu kimi bazar bir şəxsə əlində cəmləşir ki, bu da son nəticə etibarilə qiymətlərin süni şəkildə yaranmasına gətirib çıxardır. Qiymət bazarda tələb təklif əsasında formalaşmadıqca bazarlarda inhisar qiymətləri hökm sürməyə davam edir. Bu nöqtəyi-nəzərdən də hər bir iqtisadi inkişaf səviyyəsinə nail olmaq istəyən dövlətlərdə orta və iri sahibkarlıq fəaliyyətinə dəstək dövlət tərəfindən həyata keçirilməkdədir.

Divident dedikdə, səhm sahibinin sahib olduğu səhmlərdən əldə etdiyi qazanc anlaşılır. Başqa cür desək, dividend hər bir müəssisə və yaxud da təşkilatın səhmdarının və yaxud da təsisçisinin səhmlərindən əldə etdiyi elə qazanc başa düşülür ki. Bu qazanc xalis gəliri əhatə edir, yəni ki, vergilər və digər ödənişlər çıxıldıqdan sonra səhmdarın səhmdən götürdüyü xalis gəlir dividend hesab edilir.

Yuxarıda söylədiyimiz kimi, səhmdarlar qoyduqları kapitalı dividend şəklində əldə edirlər. dividendin səviyyəsi isə müəssisələrin fəaliyyətinin davamlılığından və eyni zamanda da müəssisələrin gəlirli, rentabelli fəaliyyətindən asılı olaraq müəyyən edilir. Müəssisə və yaxud da təşkilat nə qədər gəlirli fəaliyyət göstərərsə, səhmdarın dividenti də bir o qədər yuxarı olar. Məhz bu səbəbdəndir ki, hər bir müəssisədə maliyyə menecmentinin təşkili ilə yanaşı. dividend siyasətinin də həyata keçirilməsi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

Dissertasiya işinin tədqiqindən aydın olmuşdur ki, Türkiyənin iqtisadi inkişafının əsasında sahibkarlıq fəaliyyəti dayanır. Digər ölkələrdən fərqli olaraq Türkiyədə sahibkarlıq fəaliyyətinin digər paraqrafda qeyd etdiyimiz hər üç növü inkişaf etmişdir. Belə ki, üstün rəqabət mübarizəsi şəraitində hər bir müəssisə

özünün dayanıqlı inkişaf səviyyəsini təmin etməkdədir. Hətta ölkə xaricindən də sahibkarlıq fəaliyyətini həyata keçirmək məqsədilə gələn kifayət qədər çoxsaylı millətlərə də rast gəlmək mümkündür. Ölkənin demək olar ki, bütün ərazilərində sahibkarlıq fəaliyyətinə rast gəlmək mümkündür. Bəzi sahibkarlar öz biznesini istehsal üzərində qurmuşlarsa, digərləri bunu satış və yaxud da təchizat sahələri ilə əlaqədar həyata keçirməkdədir.

Dissertasiya işinin təhlili nəticəsində məlum olmuşdur ki, Türkiyədə turizm fəaliyyəti də kifayət qədər yüksək səviyyədə inkişaf etməkdədir. Ölkənin ən aparıcı və ən geniş əhali kütləsinə malik olan şəhəri İstanbulda müxtəlif təbəqələri əhatə edən turizm şirkətlərinə, habelə otellərə rast gəlmək mümkündür. Demək olar ki, əhalinin ən az təminatlı səviyyəsindən ən yüksək maddi imkanlara malik olan təbəqələrini belə əhatə edə biləcək otellərə rast gəlinməkdədir ki, bu da öz-özlüyündə sahibkarlıq fəaliyyətinin hər üçü növünün inkişafına şərait yaradır.

Digər bir tərəfdən isə sahibkarlıq fəaliyyətinə dövlət dəstəyinin tamamilə yüksək səviyyədə olması, burada təbəqələşmənin qarşısını almaqla kiçik sahibkarlara öz fəaliyyətlərini davamm etdirməkdə imkan yaratmış olur. Belə bir dövlət dəstəyini arxasına alan sahibkarlar isə rəqabət mübarizəsində digər rəqib müəssisələrlə bərabər imkanlar daxilində öz fəaliyyətlərini uğurla həyata keçirə bilirlər.

Dünyanın inkişaf etmiş dövlətlərinin bir çoxunda KOS subyektləri iqtisadi artışı və məşğulluğun təmin olunmasında önəmli mövqeyə sahibdirlər. Odur ki, Dünya Bankının məlumatları əsasında, inkişaf etmiş dövlətlərdə KOS-un ÜDM və məşğulluq üzrə payı uyğun olaraq 50 və 60 faizdən yüksəkdir. Belə ki, dünyada inkişafda olan dövlətləri də iqtisadi dayanıqlılığın artırılması, rəqabətqabiliyyətliliyin çoxaldılması və iqtisadi aktivliyin təmin olunması üçün KOS-un inkişafı üzrə sistemli tədbirlər aparır. Beləliklə, rəqabətli bazar əlaqələri formalaşır ki, bu da bazardakı tələb-təklif tarazlığının əmələ gəlməsinə, qiymətlərin stabilləşməsinə, istehsal edilən məhsul və xidmətlərin rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılmasına, iqtisadi tənzimləmə vasitələrinin effektiv tətbiqi, iqtisadiyyatın dayanıqlılığı və xarici təsirlərin çevik absorbsiyasına zəmin

yaradır. Məhz buna görə də indiki qlobal kontekstdə inkişaf etmiş, eyni zamanda inkişaf etməkdə olan dövlətlər KOS vasitəsilə iqtisadiyyatların böhranlara çevik uyğunlaşmasına nail olmağa çalışmaqdadır.

Dissertasiya işinin təhlili əsasında gəldiyimiz nəticələri aşağıdakı kimi ümumiləşdirə bilərik:

- Türkiyə təcrübəsi əsasında demək olar ki, kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri üzrə riskin çox olması onların maliyyə vsaitlərinə çıxış imkanlarını məhdudlaşdırmaqdadır. Bundan alınır ki, Türkiyədə KOS-un maliyyələşdirilməsi ilə bağlı olaraq zəmanət fondunun qurulması, girovsuz maliyyələşmə mexanizmlərinin tətbiq edilməsi, risklərin sığortalanmağı və s. kimi xüsusi yanaşma tətbiq etməkdədirlər;

- Türkiyə dövləti kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin qlobal dəyər zəncirlərinə qoşularaq, transmilli firmaların istehsal etdikləri malların müxtəlif komponentlərinin təchizatçısı olaraq fəaliyyət göstərməsinə dəstək üçün fərqli təşəbbüslər gerçəkləşdirir. Odur ki, transmilli firmalar öz mallarının komponentlərinin ümumiyyətlə, bir çox hissəsini dünyanın müxtəlif coğrafiyalarında yerləşmiş kiçik və orta müəssisələrə sifariş verərək istehsal edirlər. Beləliklə, KOS subyektləri qlobal dəyər üzrə yüksək əlavə dəyər əmələ gətirən sahələrin iştirakçısına çevrilirlər;

- KOS subyektlərinə olunan dəstəyin doğru koordinasiyanın təmin olunması və əlverişli şəraitin yaradılması üçün dünyanın əksər dövlətlərində kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinə xidmət göstərən mərkəzləşdirilən qurum yaradılır;

- KOS subyektləri bazarlardakı mövqelərinin mühafizəsi və istehsal məsrəflərinin azaldılması üçün horizontal və vertikal klasterlər yaratmışlar. Odur ki, həmin klasterlər ilə KOS subyektləri öz məsrəflərini optimallaşdırılmasının hesabına miqyas effektinə nail olmuşlar.

Türkiyədə sahibkarlıq fəaliyyətinə dövlət dəstəyinin yüksək səviyyədə olması bu sahənin inkişafında müstəsna rol oynayır. Belə ki, dövlət tərəfindən

qəbul edilmiş bəzi prioritet proqramlar mövcuddur ki, bu proqramlar dövlətə olan borcların yumşaldılması ilə əlaqədardır.

Borcların bağışlanmağını və sosial islahatları əks edən İslahatlar Paketi ölkə borclarının təzədən qiymətləndirilməsindən tutmuş sənədsiz tikililər məsələsi, təqaüdçülərin mükafatlarından tutmuş "Bağ-Kur" dəstəyinə kimi xeyli geniş bir spektri əhatə etməkdədir. Həmin İslahatlar Paketi illərlə davam etmiş sağalmaz yaraya çevrilmiş bir çox problemi həll edəcəkdir, həmçinin iqtisadiyyatın canlanması və dinamizmin yüksəlməsinə səbəb olacaq.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

Azərbaycan dilində

1. “Antiinhisar fəaliyyəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı-1996
2. Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsi.
3. “İnvestisiya fəaliyyəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı-1995
4. “Müflisləşmə və iflas haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu. 22 iyul 1994-cü il. №857
5. “Müəssisələr haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı-1996
6. Allahverdiyev H.B., Qafarov K.S., Əhmədov Ə.M., (2007) “Milli iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi”, 682 s.
7. Atakişiyev M.C., Nurəliyeva R.N., (2010) “Maliyyə menecmenti”, Bakı, 571 s.
8. Cavanşir Ə.M., (2014)., “Müəssisənin iqtisadiyyatı” 478 s.
9. Hüseynov T., (2009) “Firmanın iqtisadiyyatı”, 387 s.
10. Hüseynov T.Ə., (2005), “Müəssisənin iqtisadiyyatı”, 365 s.
11. İsayev A.S., (2009) “İstehsalın təşkilinin əsasları”, 331 s.
12. Qriqori Mənkü N., (2010) “Ekonomiksin əsasları”, Bakı, 437 s.
13. Quliyev T., (2001) “Menecmentin əsasları”, Bakı, 413 s.
14. Quşani R.N., Qurbanova T.T., (2013), “Maliyyə nəzarəti və audit”. Metodiki göstəriş, Bakı, 592 s.
15. Niftullayev V., (2002), “Sahibkarlığın əsasları”, Bakı, 283 s.

Rus dilində

1. Бальжинов А.В., Михеева Е.В., (2003), «Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия». 447 с.
2. В.С.Карелин., (2005) Финансы корпораций. Учебник, Москва, 193 с.

3. Герасимов Б.И., Коновалова Т.М., Спиридонов С.П., Саталкина Н.И., (2008), «Комплексный экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности организации», 451 с.
4. Грязновой А.Г. (2012) Финансы. Под ред. Москва, 280 с.
5. Дж. К. Ван Хорн. (2003), Основы управления финансами. Москва, Финансы и статистика. 175 с.
6. Джемс К., Ван Хорн, Джон М., (2006), Вахович. Основы финансового менеджмента – М: ООО «ИД Вильямс», 379 с.
7. Ионова А.Ф., Селизнева Н.Н., (2008), Финансовый анализ. Москва, 219 с.
8. Ковалев В.В., (2008), Курс финансового менеджмента. Учебник. - М.: ТК Велби. Проспект, 179 с.
9. Лытнев О.А., (2000), «Основы финансового менеджмента». 334 с.
10. Поляка Г.Б., (2003), Финансы. Учебник. Под ред. Москва, 176 с.
11. Садыгов М.М., Зейналов В.З., Садыгова Г.М., (2001), Рыночная экономика: финансы и налоги. Баку, 446 с.
12. Фролова Т.А., (2006), «Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия», 312 с.
13. Юрзинова И.Л., Незамайкин В.Н., (2008), Финансы организаций. Учебное пособие. Москва, 203 с.

İngilis dilində

1. Alan C.Shapiro., (2017), “Multinational Financial Management”. 10th Edition. 341 p.
2. Arthur J.Keown., (2000), “Financial Management. Principles and Applications”, 169 p.
3. Charles E.Menifield. “The Basics of Public Budgeting and Financial Management: A Handbook for Academics and Practitioners”. 201
4. Glen Arnold., (2012) “Corporate Financial Management”. Fifth Edition. Paperback, 237 p.

5. I.M.Pandey., (2010), “Financial Management”, 291 p.
6. Jeff Madura., (2017), “International Financial Management”. 13th Edition, 443 p.
7. John Tennent, (2014), “The Economist Guide to Financial Management”. 2nd Edition, 177 p.
8. Khan & Jain., (2005), “Basic Financial Management”.
9. R.A.Hill., (2009), “Strategic Financial Management”, 1 Edition, 259 p.
10. Robert C.Higgins., (2015), “Analysis for Financial Management”. 10th Edition, 698 p
11. S.B.Block, (2016), Geoffrey A.Hird, Bartley Danielson. “Foundation of Financial Management” 16th Edition, 541 p.

İnternet resursları

1. Maliyyə menecmentinin məzmunu və məqsədi. https://www.finansist.az/upload-files/Maliyy_menecmenti.pdf
2. Maliyyə menecmentinin əsasları.
https://www.muhasib.az/Maliyye/maliyye_esas.php
3. İstehsal xərcləri.
https://az.wikipedia.org/wiki/%C4%B0stehsal_x%C9%99rc1%C9%99ri
4. Məsrəflər, xərclər və maya dəyəri.
<https://muhasib.az/Muhasibat/mesref/mesref1.php>
5. Maliyyə nəzarəti. <https://jabrayilvaliyev.com/2016/06/10/kicik-v%C9%99-orta-sahibkarliq-r%C9%99q%C9%99ml%C9%99rin-dili-il%C9%99/>
6. <https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/Françayzinq-kiçik>
7. sahibkarlar üçün bələdçi.
http://edf.az/ts_general/azl/ksid/downloads/franchising.pdf

Cədvəllər siyahısı

Cədvəl 1. Azərbaycan fəaliyyətdə olan kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin sayı.....	39
Cədvəl 2. Kiçik və orta biznes subyektlərinin əsas makro-iqtisadi göstəriciləri.....	41

Şəkillər siyahısı

Şəkil 1. Divident siyasətinin növləri.....	13
Şəkil 2. Xərclərin əsas kateqoriyaları.....	16
Şəkil 3. İqtisadi elementlər üzrə xərclərin əsas növləri.....	17
Şəkil 4. Kalkulyasiya üzrə xərclər.....	17
Şəkil 5. Orta sahibkarlıq fəaliyyətinin məşğulluğa təsiri.....	21
Şəkil 6. KOS subyektlərinin ixracda payı.....	22
Şəkil 7. Sahibkarın düşüncə tərzinin genişləndirilməsi.....	23
Şəkil 8. Kiçik biznes müəssisələrində keyfiyyətin idarə edilməsinin elmi əsasları.....	47
Şəkil 9. Müəssisənin (təşkilatın) keyfiyyətin idarəetmə sisteminin sadə modeli.....	49
Şəkil 10. 2017-ci ildəki statistik göstəricilər.....	53