

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ

AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

**“Ailə biznesinin kiçik və orta sahibkarlığın inkişafında rolu”
mövzusunda**

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

Həsənov Mətin Ceyhun

BAKİ - 2019

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

BMDM-in direktoru

i.ü.f.d., dos. Əhmədov Fəriz Saleh

_____ **imza**

“ ___ ” _____ **2019-cu il**

“Ailə biznesinin kiçik və orta sahibkarlığın inkişafında rolu”
mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İxtisasın şifri və adı: 060405 “ Sənayenin təşkili və idarə olunması”

İxtisaslaşma: İstehsalat və xidmət sahələrinin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi

Qrup: 510

Magistrant

Həsənov Mətin Ceyhun

_____ **imza**

Elmi rəhbər

i.ü.f.d., b/m Şamxalova Samirə Oqtay

_____ **imza**

Proqram rəhbəri

i.ü.f.d., B/m Hübətova Suqra İnqilab

_____ **imza**

Kafedra müdiri

i.e.d., prof. Kəlbiyev Yaşar Atakişi

_____ **imza**

BAKİ – 2019

İXTİSARLAR VƏ İŞARƏLƏR

AI	Avropa İttifaq
AIŞ	Azərbaycan İnvestisiya Şirkəti” ASC
ABŞ	Amerika Birləşmiş Ştatları
AZPROMO	Azərbaycanda İxracın və İnvestisiyaların Təşviqi Fondu
ÜDM	Ümumi Daxili Məhsul
SKMF	Azərbaycan Respublikasının Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu

The role of family business in the development of small and medium entrepreneurship

Summary

In the age of competition, which is even more aggravated since the sixties of the 20th century, each country strives to develop its national economy. Entrepreneurship has a special place in the development of the national economy. When we look at the economies of developed countries, we can see that this idea has once again been confirmed. In particular, we observe small and medium-sized entrepreneurship as the locomotive of these countries. Most developing countries take steps to develop these sub-genres. Looking at international practice, we are witnessing the important role of family business in developing entrepreneurship in the world's developed economies.

The aim of the dissertation work is to analyze the current situation in our country by taking into account the local characteristics, to study the role of family business in the dynamic and sustainable development of the national economy? To explore the role of family business, specific suggestions and recommendations.

While preparing the dissertation, analysis and synthesis methods were used, including methods such as comparative analysis, grouping, SWOT, and various methods.

The research information base generalized annual reports of the State Statistical Committee of Azerbaijan, Ministry of Economy, the Ministry of Finance, the results of research works of local and foreign research institutes, proposals and recommendations.

Worldwide commercial enterprises owned and managed by families are nearly around 80 percent. It is true that some of these companies are the only small owners who will never grow up or will not pass from generation to generation. But it is true that many of these companies are among the largest and most successful enterprises in the world. Family companies produce half of the USA gross domestic product and also employ half of the workforce. In Europe, family businesses dominate small and medium-sized companies and are the most of large companies in the same countries.

Key words: family business, ownership, small and medium entrepreneurship

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ.....	7
I Fəsil AİLƏ BİZNESİNİN İNKİŞAF METODOLOGİYASI VƏ ONUN İQTİSADİYYATA TƏSİRİ	11
1.1. Ailə biznesi, onun əsas xüsusiyyətləri və yaradılma səbəbləri.....	11
1.2. Ailə biznesinin yaranma zəruriliyi	14
II Fəsil AİLƏŞİRKƏTLƏRİNİN DÜNYA İQTİSADİYYATINDA YERİ VƏ AZƏRBAYCAN İQTİSADİYYATINDA AİLƏ BİZNESİ.....	18
2.1. Dünyada Ailə şirkətlərinin iqtisadi artımı.....	18
2.2. Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində Ailə biznesinin qiymətləndirilməsi	28
III Fəsil AİLƏ BİZNESİNƏ DƏSTƏYİN SƏMƏRƏLİ TƏŞKİLİ YOLLARI .	46
3.1. “ ABAD” sahibkarlığın inkişafında alət kimi	46
3.2. Ailə biznesinə mane olan faktorlar və onların aradan qaldırılması yolları.....	51
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR	72
İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT	74
Cədvəllərin siyahısı	77
Şəkillərin siyahısı	77

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı. XX əsrin altmışıncı illərindən etibarən daha da kəskinləşən rəqabət mübarizəsi şəraitində hər bir ölkə öz milli iqtisadiyyatını inkişaf etdirmək üçün səy göstərir. Heç şübhəsiz ki, milli iqtisadiyyatın inkişafında sahibkarlıq özünəməxsus yer tutur. İnkişaf etmiş ölkələrin iqtisadiyyatına nəzər saldıqda bu fikrin bir daha öz təsdiqini tapdığıнын şahidi oluruq. Xüsusilə də, kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin həmin ölkələrin lokomotivi kimi çıxış etdiyini müşahidə edirik. İnkişaf etməkdə olan ölkələrin bir çoxu məhz bu subyektlərin inkişaf etdirilməsi üçün addımlar atırlar.

Ölkəmiz müstəqillik əldə etdikdən sonra dövlətin qarşıya qoyduğu prioritetlərdən biri də məhz sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi olmuşdur. Bu sahənin inkişaf etdirilməsi üçün müxtəlif dövlət proqramları qəbul olunmuş, fondlar yaradılmış, başqa dolaylı və birbaşa yollardan istifadə olunmuşdur.

Beynəlxalq təcrübəyə nəzər saldıqda, dünyanın inkişaf etmiş iqtisadiyyata malik ölkələrində sahibkarlığın inkişaf etdirilməsində ailə biznesinin əhəmiyyətli rola malik olduğunun şahidi oluruq. Bir çox inkişaf etmiş ölkənin ÜDM-ində ailə şirkətlərinin 70, 80 və bəzi hallarda 90 faiz paya malik olduğunu görürük. Təsadüfi deyil ki, ailə biznesini iqtisadiyyatın “onurğa sütunu” adlandırırlar.

Ona görə də, ölkəmizdə sahibkarlığın inkişaf etdirilməsində beynəlxalq təcrübənin araşdırılmasına, yəni ailə şirkətlərinin əsas xüsusiyyətlərinin, onların güclü və zəif tərəflərinin araşdırılmasının, onların keçdiyi inkişaf mərhələlərinin araşdırılmasına ehtiyac vardır. Bütün qeyd edilənlər bir daha onu göstərir ki, dissertasiya işi respublikamızda milli iqtisadiyyatın davamlı inkişafın təmin olunması nöqtəyindən nəzərindən əsaslı əhəmiyyət kəsb edən aktual bir məsələyə həsr edilmişdir.

Problemin öyrənilmə səviyyəsi. Azərbaycanda sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında elmi və praktiki əhəmiyyətli araşdırmalar olsa da, sahibkarlıq fəaliyyətində ailə biznesinin əhəmiyyəti və rolu ilə bağlı demək olar ki, elə də dərin bir araşdırma

olmamışdır. Ailə biznesi ilə bağlı aparılmış araşdırmalardan biri Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin Doktorantura şöbəsinin müdiri i.e.n., dos. Həmid Həmidovun “Ailə biznesi sahibkarlığın inkişafında uğurlu modeldir” mövzusunda yazısıdır.

Qeyd etmək vacibdir ki, aparılan araşdırmalar başlıca olaraq sahibkarlıq fəaliyyətin nəzəri və hüquqi əsaslarının araşdırılması ilə əlaqəli olmuş, lakin sahibkarlığın inkişafında ailə biznesi lazımı qədər tədqiq edilməmiş və uyğun olaraq Azərbaycanın iqtisadçı alimlərinin də elmi tədqiqat və ya araşdırma işlərinin mövzusu olmamışdır. Yerinə yetirilən bu araşdırmaları yüksək dəyərləndirməklə bərabər qeyd etməliyə ki, qloballaşma şəraitində mövcud və gələcək məqsədlər nəzərə alınaraq milli iqtisadiyyatın inkişafının və gücləndirilməsinin təmin olunmasında ailə biznesinin (şirkətlərinin) rolu xüsusi tədqiqat obyektinə olmamışdır. Tədqiqatda ölkə iqtisadiyyatının inkişafının və gücləndirilməsinin təmin edilməsində xüsusi rola malik olan sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişaf etdirilməsində ailə biznesinin rolu, dünya təcrübəsi nəzərə alınaraq ailə şirkətlərinin əsas xüsusiyyətləri, onların iqtisadiyyatdakı payı, keçdikləri inkişaf mərhələləri dərinlən öyrənilmişdir. Bütün bunlar tədqiqat işində araşdırılaraq məsələnin aktuallığını, əhəmiyyətini əyani şəkildə göstərir və onun tədqiqatın predmeti kimi seçilməsini şərtləndirmişdir. Qeyd edilənlər müəllifə dissertasiya işinin məqsəd və vəzifələrini müəyyənləşdirməyə imkan vermişdir.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri. Dissertasiya işinin məqsədi Respublikamızda milli iqtisadiyyatın dinamik və dayanıqlı inkişafının təmin olunmasında, sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişaf etdirilməsi və bununla bağlı olaraq ailə biznesinin rolunu tədqiq etmək, bu sahədə beynəlxalq təcrübənin araşdırılması və yerli xüsusiyyətlər nəzərə alınmaqla ölkəmizdə bu sahədəki mövcud vəziyyəti təhlil etmək, mövcud problemləri aradan qaldırmaq üçün konkret təklif və tövsiyələr irəli sürməkdən ibarətdir.

Tədqiqat işinin qarşısına qoyulan məqsədə çatmaq üçün aşağıda sadalanan vəzifələrin yerinə yetirilməsi nəzərə alınmışdır:

– milli iqtisadiyyatın dinamik və dayanıqlı inkişafının təmin edilməsində eyni zamanda onun təşəkkülü və inkişafında sahibkarlığın rolunun və əhəmiyyətinin əsaslandırılması ;

– dünya praktikasına əsasən sahibkarlığın inkişaf etdirilməsində ailə şirkəti anlayışını ümumiləşdirmək və bunun Respublikamızda istifadə imkanlarını müəyyənləşdirmək ;

– ailə şirkətlərinin əsas göstəricilərini, xüsusiyyətlərini iqtisadiyyatdakı rolunu öyrənmək ;

– Respublikamızın sahibkarlıq fəaliyyətinin vəziyyətini və inkişaf perspektivlərini dəyərləndirmək ;

Tədqiqatın obyektı və predmetin. Sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişaf etdirilməsində ailə şirkətlərinin rolunun araşdırılması ilə bağlı məsələlər tədqiqatın predmetini, dünya təcrübəsinə əsasən ailə şirkətlərinin əsas xüsusiyyətləri, onların iqtisadiyyatdakı payı, ölkəmizdə bu sahənin mövcud vəziyyəti və gələcək perspektivlər isə tədqiqatın obyektini təşkil etmişdir.

Tədqiqat metodları. Dissertasiya işi hazırlanarkən müxtəlif metodlardan, o cümlədən müqayisəli təhlil, qruplaşdırma, SWOT(GZİT) kimi metodlar başda olmaqla, analiz və sintez metodlarından da istifadə olunmuşdur.

Tədqiqatın informasiya bazası. Tədqiqatın informasiya bazasını Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin, İqtisadiyyat, Maliyyə Nazirliklərinin, Mərkəzi Bankın ümumiləşmiş illik məcmuə və hesabatları, yerli və xarici elmi-tədqiqat institutlarının tədqiqat işlərinin nəticələri, təklif və tövsiyələri təşkil edir.

Dissertasiya işinin strukturu və həcmi. Buraxılış işi giriş, 3 fəsil, 6 paragraf olmaqla, ümumilikdə 77 səhifədən ibarətdir. Girişdə mövzunun aktuallığından, eləcə də tədqiqatın məqsədi və vəzifəsindən, onun strukturundan danışılır. Birinci fəsildə ailə biznesi(şirkəti) anlayışının mahiyyəti, əlamətləri, ailə şirkətlərinin yaradılmasının və idarə olunmasının hüquqi əsasları, ailə şirkətlərin fəaliyyətinin tənzimlənməsi sahəsində beynəlxalq təcrübə, 2-ci fəsildə ailə şirkətlərin fəaliyyətinin

əsas istiqamətləri, ailə şirkətlərinin fəaliyyətinin nəticələri və problemləri, ailə şirkətlərin Azərbaycanda olan fəaliyyətinin mahiyyəti və xüsusiyyəti əhatə olunmuş, 3-cü fəsildə isə ailə biznesinə dəstəyin səmərəli təşkili yollarından, “ABAD” təcrübəsindən və bu sahənin inkişafına mane olan faktorlardan, onların aradan qaldırılması yollarından bəhs olunmuşdur. Sonda isə nəticə, təkliflər və istifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısı qeyd olunmuşdur.

I Fəsil AİLƏ BİZNESİNİN İNKİŞAF METODOLOGİYASI VƏ ONUN İQTİSADİYYATA TƏSİRİ

1.1. Ailə biznesi, onun əsas xüsusiyyətləri və yaradılma səbəbləri

Ailə şirkəti anlayışına ayrı-ayrı ədəbiyyatalarda müxtəlif yanaşmalar mövcuddur. Bu yanaşmalar mülkiyyətə, idarəetmədəki paya və s. görə fərqlənir. Qəbul olunmuş bir yanaşmaya görə, ailə üzvlərinin bir müəssisənin fəaliyyətində iştirak (rəhbərlik) etməsi, həmin biznesin (şirkətin) ailə şirkəti olmağa adlandırılması üçün kifayət edir (Renato Tagiuru, John A.Davis; “On the goals of successful Family companies; 1996: s.123). Başqa bir yanaşmaya görə, ailə şirkəti idarəetmənin tək bir ailənin əlində olduğu və iki və daha çox ailə üzvünün bu prosesdə iştirak etdiyi müəssisələrdir (Rosenblatt, “Farm families in economic crisis”, 1990: s.24).

Ümumilikdə digər müəlliflərin də yanaşmalarını nəzərə alaraq belə bir tərif verə bilərik: “Ailə şirkəti qan qohumluğu, niğah və s. bu kimi faktorlarla bir-birinə bağlı olan insanların şirkətin fəaliyyətində, qərarların qəbulu prosesində iştirak etdiyi və bu prosesin nəsildən-nəsilə ötürüldüyü şirkətlərdir.”

Ölkə iqtisadiyyatında dəyər qazandırma, məşğulluğu artırma, istehlakçıların tələbatlarını qarşılamağa özünə məxsus yeri olan müəssisələrin yaradılma səbəbləri müxtəlifdir. Ailə şirkətlərinin yaradılmasının 3 əsas səbəbi vardır. Birinci səbəb mövcud iqtisadi, mədəni və sosial vəziyyətlə bağlıdır. İçində yaşadığımız mövcud şərtlərin bir qismi insanları yeni şirkətlər qurmağa təşviq etdiyi halda, digər bir qismi isə yeni şirkət qurmağa maneə olur. Yəni, iqtisadi imkanların olması, fəaliyyət göstəriləcək sahəyə uyğun bilik və bacarıqları olan insanların (şəriklərin) olması, yaxın dostların şirkət sahibi olması və onların bu sahədə əldə etdiyi uğurlar və s. insanları yeni şirkətlər qurmağa təşviq etdiyi halda, maliyyə çətinlikləri, ətrafında güvəniləcək insanların olmaması, həmçinin iqtisadi və siyasi sabitliyin olmaması insanların yeni şirkət qurma arzularına mənfi təsir edir. Ailə şirkətlərinin yaradılmasının ikinci səbəb, şirkətin idarə olunmasında (qərarların qəbulunda, strategiyaların

hazırlanmasında və s) birbaşa iştirak etmə, öz işinin ağası olmaq, yəni müstəqil hərəkət etmək, başqalarını sövq etmə və onları idarə etmək istəyidir. Həmçinin insanların öz rəhbərləri ilə yaşadığı anlaşılmazlıqlar, arzu edilən kariyeraya sahib olmada çalışdıqları şirkətlərin uyğun olmaması və daha çox qərar qəbul etmə səlahiyyətinə sahib olma və s. bu kimi arzulardır. Üçüncü səbəb isə, insanın ailəsinin mal varlığını, mülkünü və gələcəyini qorumaq, övladlarına miras qoyma, onlara iş imkanları yaratmaq istəyi ilə bağlıdır. Kelin E.Gersick - in fikrincə, təşəbbüskar şəxs, ailəsinin gələcəyini təminat altına almaq və ailəsinin dolanışıqı üçün şirkət qurmağa təşəbbüs edə bilər. (Kelin E.Gersick., “Generation to generation”, 1997: səh. 135-137). Beləliklə, ailə üzvləri həmin şirkətdə çalışır və əldə olunan gəlir ailənin ehtiyaclarını qarşılamaq üçün istifadə olunur.

Ailə şirkətlərini digər şirkətlərdən fərqləndirən özünəməxsus xüsusiyyətlər vardır və şirkətləri xarakterizə edən əsas xüsusiyyətlərə nəzər salaraq. Ailədə ən azı iki nəsil idarəetmə ilə məşğul olur. Əsasən ata-oğlu, qardaşlar və digər ailə üzvləri arasında bu proses davam edir. Şirkətin fəaliyyət strategiyası ailənin maraqları ilə bağlı olur. Şirkətə rəhbərlik edən şəxslərin övladları idarəetmədə daha çox rol alırlar. Bu onların gələcəkdə şirkətə rəhbərlik edəcəyindən qaynaqlanır. Həmçinin, belə şirkətlərdə inamın ixtisaslaşmadan daha çox nəzərə alındığı hallara da rast gəlinir. Adətən ailə şirkətlərində təsisçi şəxs həm də ən yüksək vəzifəli rəhbər şəxs olur. Bu onların öz qurduqları şirkətləri başqalarına əmanət etməyi sevməməsi ilə əlaqədardır.

Ailə biznesinin müxtəlif mərhələlərini varlığında təsvir etmək və analiz etmək üçün bir neçə model yaradılmışdır. Əsas üç səviyyəli model istifadə olunur; Bu modeldə ailə həyatı dövrü aşağıdakı mərhələlərə əsaslanır:

- Təsisçi(lər);
- Övladlar arasında ortaqlıq;
- Qohumlar arasındakı ortaqlıq;

Ailə şirkətinin keçdiyi inkişaf yolundakı üç əsas mərhələnin bu modelin dərin təhlilinə imkan və şərait yaratmasına baxmayaraq ailə subyektlərinin mülkiyyətində,

sərəmcamında olan şirkətlərin hər birinin adı çəkilən üç inkişaf mərhələsindən keçməsi mütləq bir qayda kimi qəbul edilməməlidir. Çünki, bəzi şirkətlər iflas və ya digər şirkət tərəfindən mülkiyyət hüququnun alınması səbəbindən fəaliyyət dövrünün ilk illərində gözdən itir.

Təsisçi(lər) : Bu, ailə biznesinin ilkin mərhələsidir. Bu halda, şirkətin təsisçiləri (şirkətləri) bütövlükdə mülkiyyətə sahibdir və idarə olunur. Qurucuların əksəriyyəti bir sıra xarici müşavirlərdən və ya biznes tərəfdaşlarından məsləhət almaq üçün müraciət edə bilərlər, lakin əsas qərarların əksəriyyətini özləri təşkil edəcəklər. Bu mərhələ adətən qurucunun, qurucuların özləri, şirkətin uğurlu olması və nisbətən sadə idarəetmə strukturu ilə xarakterizə olunur. Ümumiyyətlə, digər mərhələlərlə müqayisədə, bu mərhələdə məhdud sayda korporativ idarəetmə mövcuddur, çünki şirkətin nəzarəti və mülkiyyəti eyni şəxsin (qurumun) təsisçisi, təsisçiləri tərəfindən cəmləşdirilir. Görünür, qurucunun, qurucunun həyatında həll edilməli olan ən vacib məsələ, bir varisi tapmaq planıdır. Təsisçilər ailə biznesinin növbəti mərhələsini davam etdirmək üçün şirkətin gələcək lideri uğur qazanmaq və hazırlamaq üçün lazımı hərəkət planını almalıdır.

Övladlar arasında ortaqlıq: Bu mərhələdə mülkiyyət və idarəetmə məsələləri təsisçilərin, qurucuların uşaqlarına yönəldilir. Ailənin daha çox üzvü şirkətin işinə cəlb olunduğundan, şirkətin biznesin erkən yaşı ilə müqayisədə idarəetmə məsələləri nisbətən sadədir. Uşaqla qarşılaşdığınız ümumi problemlərdən bəziləri aşağıdakılardır: uşaqlar arasında razılığın pozulmaması, rəsmi biznes prosesləri və prosedurları, ailə üzvləri arasında səmərəli informasiya vasitələri yaratmaq və əsas idarə vəzifələrində varislər üçün bir plan tapmaq.

Qohumlar arasındakı ortaqlıq: Bu mərhələdə şirkətin rəhbərliyi daha da çətinləşir, ailənin daha çox üzvləri, o cümlədən onların övladları, əmiləri, analar, bacılar və qardaşları yoldaşları tərəfindən doğrudan və ya dolayısı ilə şirkətin işləri ilə məşğul olurlar. Bu üzvlərin əksəriyyəti şirkətin idarə olunması və ümumi strategiyanın müəyyənləşdirilməsi ilə bağlı müxtəlif fikirlərə malik ola bilər, çünki o, müxtəlif nəsillərə və ailənin müxtəlif şöbələrinə aiddir. Əlavə olaraq, əvvəlki mərhələdə olan

uşaqlar arasında mövcud olan hər hansı münaqişə sonrakı nəslin əmisi, bibi, ana, uşaq evinə təsir göstərə bilər. Nəticədə ailənin idarə olunması ilə bağlı məsələlərin əksəriyyəti bu mərhələdədir. Bu mərhələdə ailə qarşısında duran bir sıra məsələlər arasında: ailə üzvünün şirkətdə istifadəsi, ailənin özəllikdə iştirakı, dividend payı, dividend siyasəti, ailə üzvünün şirkətdə mövqeyi, ailədə münaqişələrin həlli ailə vizionu və ailə missiyası. Hər mərhələdə ailə işi ilə düzgün idarə oluna biləcək müxtəlif problemlər və problemlər var. Qurucular tərəfindən edilən qeyri-adi səylər sayəsində, ailənin bir çox şirkətləri erkən inkişafda uğur qazanırlar; bu səylər şirkətin bütün aspektlərini əhatə edir. Bununla belə, uzun müddətli və müvafiq idarəetmə strukturlarının və mexanizmlərinin yaradılması zəruri bir məsələ halına gəlir; bu strukturlar və mexanizmlər təsirli ünsiyyət vasitələrinə, ailə biznesində iştirak edən hər bir şəxsin məsuliyyətlərinin dəqiq şəkildə müəyyənləşdirilməsinə və bu şəxsdən gözlənilən nəticələrə səbəb olacaqdır.

1.2. Ailə biznesinin yaranma zəruriliyi

Ailə şirkətlərinin yaradılmasını zəruri edən bir sıra amillər vardır. Bu amilləri daha yaxşı anlamaq üçün ailə şirkətlərinin güclü və zəif tərəflərinə nəzər salmaq lazımdır. Ayrı-ayrı ədəbiyyatlarda ailə şirkətlərinin zəif cəhətlərinə onların güclü cəhətlərindən daha çox yer ayrılmışdır. Əvvəlcə gəlin ailə şirkətlərinin yaradılmasına təsir edən müsbət amillərə nəzər salaq. Ailə şirkətlərinin öz işlərini daha çox dəstəkləyən bir mühiti, elastik iş qrafiki və fərdi məsuliyyəti tələb etməsi ilə seçilir. US News və World Report jurnalı tərəfindən, 1986-cı ildə aparılan bir araşdırmaya görə, ən böyük 47 ailə şirkətindən 31-i, Dow Jones indeksi nəzərə alındıqda, digər şirkətlərə görə daha yaxşı nəticə göstərmişdir. Bu uğurun mənbəyi, ailənin idarəetmə üsuludur. Beləki, ailə üzvləri bir-birlərini yaxşı tanımaqla, bir-birlərinin zəifliklərini və bacarıqlarını daha yaxşı bilir, bir birilərinə hörmətlə yanaşırlar. Ailə içində çox çevik bir kommunikasiya və məlumat mübadiləsi vardır.

Ailə şirkətlərinin məşğulluq siyasəti böyük müəssisələrdən fərqlənir. Uzunmüddətli məşğulluq ailə şirkətlərinin xüsusiyyətlərindən biridir. Məsuliyyətini

dərk edərək çalışan, müəssisəyə fayda verən işçi, bütün iş həyatını o firmada keçirəcəyinə əmin olduğu halda, şirkətlərinə daha loyal olur, özlərini o ailənin bir üzvü kimi hiss edirlər. Bu da öz növbəsində müvəffəqiyyətə gətirib çıxarır. Ailə üzvlərinin sıx təcrübəsi ailə müəssisələrində üstünlük təşkil edir. Ailənin üzvləri çox kiçik yaşdan iş prosesinə daxil olurlar. İşin təbiətinə uyğun olan ailə üzvləri olduqda, onlar başqalarının sərəncamında deyil, ailənin sahib olduğu şirkətdən daha yüksək tempdə işləyəcəklər. Ailənin üzvləri bizneslə bağlı məlumatları erkən yaşda əldə edirlər. Ona görə də, işə və biznesə uyğunlaşma problemi demək olar ki, yoxdur. Bu təcrübə onları sonradan işə qəbul olunan mütəxəssislərdən daha uğurlu edir.

Təşkilat strukturunun qeyri-müəyyənlik və sərmayə resurslarına məhdudiyət qoyulması faktı ilə yanaşı, ailə müəssisələrinin dezavantajlarının mənbəyi daha çox strukturlu deyil, psixoloji baxımdan daha çoxdur. Bunlara üst rəhbərlik liderlik tərzini və şirkətin inkişaf mərhələləri və ailə içində olan münaqişələrin iş mühitinə çatdırılması arasında uyğunsuzluq kimi məsələlər daxildir. Ailə müəssisələrinə mənfəət təsir göstərən xüsusiyyətlər aşağıdakı mövzularda qruplaşdırıla bilər:

Nepotizm - Ailə müəssisələrində ailələrin prioritetləri, idarəetmə (biznes) qaydalarının üstələyir. Xüsusilə, sahibkar-menecerlər ailə üzvlərini və ya qohumlarını işə götürürlər və onların bilik və ya bacarıqlarından asılı olmayaraq, zəifliklərini nəzərə almırlar. Bir çox ailə şirkətləri bacarıqlarından və təcrübəsindən asılı olmayaraq, əsas vəzifələrə ailədən birini gətirir və kadr seçimi, qiymətləndirmə kimi amillərdən istifadə etmir. Yetkin olmayan bir şəxsin sərəncamında işləmək digər ailə üzvü üçün narahatlıq yaradır. Təqdimat və alınan pay arasındakı bərabərsizlik olduqda, işçilər ədalətsiz bir mühitdə çalışdıqlarını düşünürlər. Bu şəraitdə etibarın olmaması işin təmin olunmasına, motivasiya və performansına təsir göstərir. Xüsusilə, qeyri-ailə idarəçilərdən yüksək göstəricilər gözləyən ailə şirkətləri üçün, əmək haqqının ailə üzvlərinin lehinə olması faktı, işçilərin müəssisədən ayrılmasına səbəb olur.

Ailə şirkətlərində zaman içində innovasiyaya müqavimət inkişaf edir. Şirkəti uzun illər idarə edən ailə üzvləri dəyişiklik və riskdən qorxur. Ailənin ənənəvi və

mühafizəkar münasibəti müəssisəyə təsir göstərir və bir çox imkanlar qiymətləndirilə bilmir. Quruluş illərində ailə biznesinin çevikliyi və tez qərar vermə üstünlüyü, zamanla mühafizəkar olmaq və mövcud vəziyyətin qorunub saxlanması əlverişsizliyə çevrilə bilər. İllərdir davam edən və nəsildən-nəslə ötürülə biləcək bir sıra davranış standartlarının yaradılması ailə təsərrüfatında əhəmiyyətli bir mənfilik ola bilər. “Mənim atam və babam bunu etdi, onlar müvəffəq oldu. Hesab edirəm ki, məndə uğurlu ola bilərəm” kimi davranışlar, şirkətlərin inkişafına mənfəət təsir göstərə və onların rəqabət qabiliyyətini azalda bilər.

Ailə şirkətlərinin həyat dövrü haqqındakı araşdırmalar, təşkilatların inkişafı və davranışlarını izah edir. Ailə müəssisələrindəki dəyişikliklər ümumiyyətlə dörd həyat dövrünü əhatə edir:

- Yaradılma mərhələsi ;
- Böyümə və İnkişaf mərhələsi ;
- İkinci nəsilə ötürmə mərhələsi ;
- Professional idarəetmə mərhələsi ;

Yaradılma mərhələsi ailə şirkətlərinin həyatının ilk mərhələsidir və qurucu (təsisçi) şəxs bu mərhələdə təşkilati mədəniyyəti formalaşdırmağa çalışır. Kapitalın tapılması, bazarda pay ala bilmək bu mərhələnin ən əhəmiyyətli işləridir. Yeni komanda qurmaq lazımdır. Həmçinin, planlaşdırma və koordinasiya zəifdir, lakin qurucu şəxsin bir çox fikiri vardır. Təsisçinin ən əsas məqsədi şirkəti ayaqda saxlaya bilməkdir.

Böyümə və İnkişaf mərhələsində şirkət böyüməyə və inkişaf etməyə başlayır. Bu mərhələdə təsisçi ayrı-ayrı problemlərlə üzləşməyə başlayır. İş həyatındakı dəyişikliklər şirkəti strateji qərarlar almağa vadar edir. Rəqabət üstünlüyünü qorumaq üçün şirkətin böyüdülməsinə ehtiyac yaranır. Təsisçi şirkət dəyərlərini işçilərə və gələcək nəsillərə aşılamağa çalışır. Ailədən və ailə xaricindən potensial rəhbərlər axtarır ki, bu da öz növbəsində işçilər arasındakı rəqabəti artırır.

İkinci nəsillə ötürmə mərhələsinə daxil olan ailə şirkətləri əvvəlki mərhələlərdən çox fərqli problemlərlə üzləşirlər. Təsisçi artıq əvvəlki kimi tək və mütləq bir güc sahibi deyil. Şirkət müxtəlif qruplardan ibarətdir: ailə üzvləri, qeyri-ailə işçiləri və xarici investorlar. Bütün qrupların tələbləri də fərqlidir. Bu tələblər də öz növbəsində münaqişələr üçün zəmin yaradır. Mülkiyyət və mənfəət paylaşması kimi məsələlər şirkətin öz gələcəyi üçün planların hazırlanmasını tələb edir.

Professional idarəetmə mərhələsində şirkətin fəaliyyətini davam etdirmək üçün əlavə kapitala ehtiyacı var, belə ki, şirkət xalqa açılmaq qərarına gəlib. Ailə şirkətlərinin çox az bir hissəsi bu mərhələyə gəlib çıxıb bilər. Xalqın açılmaq, şirkətin səhmlərini qiymətli kağızlar bazarında qeydiyyatdan keçirərək satmasıdır. Lakin, qiymətli kağızlar bazarının kifayət qədər inkişaf etmədiyi hallarda, vasitəçi orqanlardan istifadə edərək bu proses həyata keçirilə bilər.

II Fəsil AİLƏ ŞİRKƏTLƏRİNİN DÜNYA İQTİSADİYYATINDA YERİ VƏ AZƏRBAYCAN İQTİSADİYYATINDA AİLƏ BİZNESİ

2.1. Dünyada Ailə şirkətlərinin iqtisadi artımı

Avropada sənaye inqilabından əvvəl istehsal prosesi insanların fərdi qabiliyyətləri və öz kapitaları ilə yaratdıqları kiçik sexlərdə həyata keçirilirdi. Bu kiçik sexlərdə mülkiyyət və fəaliyyət atadan oğluna keçirdi və bu sistem həyat, mədəniyyət və ehtiyac strukturuna uyğun idi. Bu dövrü təhlil edərkən istehsal və ticarətin çox inkişaf etmədiyi, eyni zamanda kiçik miqyaslı müəssisələrin kapital yığılmasına getmədiyi aydın olur. Cəmiyyətin həyat tərzinə və mədəni inkişafına uyğun olaraq onların ehtiyaclarının da dəyişməsi və bu ehtiyacların təmin olunması ilə bağlı aparılan elmi araşdırmalar, yeni bir iqtisadi sistemin başlanğıcı olmuşdur. Sənaye inqilabı ilə, zəngin şəxslər öz şirkətlərini qurdu və böyük sexlər və zavodlar açmağa başladılar. Bu dövrdə kiçik sexləri ilə rəqabət edə bilməyən iş adamları yeni zavodlarda işçi kimi işə başladılar. Bu dövrdə dövlət tərəfindən qurulan və idarə olunması dövlətə məxsus olan müəssisələr də yaradılırdı. Bu gün inkişaf etmiş ölkələrdəki söz sahibi müəssisələrin əksəriyyəti ailə şirkətləridir. Birləşmiş Ştatlarda 18 milyondan çox müəssisə fəaliyyət göstərir ki, bunların 90 faizindən çoxu ailə şirkətidir. 500 ən böyük şirkətin isə üçdə biri ailə şirkətidir. Aşağıda ayrı-ayrı ölkələrin iqtisadiyyatında ailə şirkətlərinin payı əks olunmuşdur (Cədvəl 1).

Cədvəl 1: Dünyadakı Ailə şirkətlərinin ölkə iqtisadiyyatında yeri

Ölkə	Ailə şirkətinin ölkədəki bütün müəssisələrə nisbəti	Ölkə ÜDM-dəki payı	Ölkədəki məşğulluqda payı
İtaliya	95%	-	-
ABŞ	90%	30-60%	60%
Almaniya	80%	66%	75%
Meksika	80%	-	-
Avstraliya	75%	-	50%

Mənbə: Bellet, W. (Nov. 1996). "The Family Connection", The Economist: 61;

Ailə şirkətlərinin həyat dövrü çox qısa və üçüncü nəsələ ötürülməsinin çətin olduğunu nəzərə alaraq, cədvəl 2-də ailə şirkətlərinin əsrlər boyu davamlılığını təmin etdiyini görmək təsirli olur. Dünyadakı ən qədim ailə şirkətlərindən olan şirkətlər həmişə ailənin əmlakını qoruyub saxlamışlar.

Cədvəl 2: Dünyanın ən köklü ailə şirkətləri

Sıra	Şirkətin adı	Ölkə	Qurulma tarixi	Fəaliyyət sahəsi
1.	Kongo Gumi	Yaponiya	578	İnşaat
2.	Hoshi	Yaponiya	718	Otelçilik
3.	Chateau de Gaulaine	Fransa	1000	Şərabçılıq
4.	Barone Ricasoli	İtaliya	1141	Şərabçılıq və Zeytun yağı
5.	Barovier & Toso	İtaliya	1295	Şüşə istehsalı
6.	Hotel Pilgram Haus	Almaniya	1304	Otelçilik
7.	Richard de Bas	Fransa	1326	Kağız istehsalı
8.	Torrini Firenze	İtaliya	1369	Qızıl işlənməsi
9.	Antinori	İtaliya	1385	Şərabçılıq
10.	Camuffo	İtaliya	1438	Gəmi inşaatı
11.	Baronnie de Coussergues	Fransa	1495	Şərabçılıq
12.	Grazia Deruta	İtaliya	1500	Seramika istehsalı
13.	Fabbrica D'Armi Pietro Beretta	İtaliya	1526	Silah istehsalı
14.	John Brooke & Sons	İngiltərə	1541	Tikiş
15.	Codorniu	İspaniya	1551	Şərabçılıq
16.	Fonjallaz	İsveçrə	1552	Şərabçılıq
17.	DeVergulde Hand	Hollandiya	1554	Sabun istehsalı
18.	Von Poschinger Manufaktur	Almaniya	1568	Şüşə istehsalı
19.	Wachsendustrie Fulda Adam Gies	Almaniya	1589	Şüşə istehsalı
20.	Bernberg Bank	Almaniya	1590	Şam istehsalı
21.	R. Durtneil & Sons	İngiltərə	1591	Bankçılıq
22.	J.P. Epping of Pippsvadr	Almaniya	1595	Ərzaq məhsulları
23.	Eduard Meier	Almaniya	1596	Ayaqqabı istehsalı
24.	Tissiman & Sons Ltd.	İngiltərə	1601	Dərziçilik
25.	Takenaka	Yaponiya	1610	İnşaat
26.	Mellerio dits Meller	Fransa	1613	Daş-qaş istehsalı
27.	Alldays Peacock	İngiltərə	1625	Sənaye avadanlığı
28.	Kikkoman	Yaponiya	1630	Soya Sosu istehsalı
29.	Sumitomo	Yaponiya	1630	Holding/conglomerate
30.	Akerblads	İsveç	1630	Otelçilik
31.	Van Eeghen	Hollandiya	1632	Gəmi daşımaçılığı
32.	Gekkeikan	Yaponiya	1637	Spirtili içki istehsalı
33.	Hugel et Fils	Fransa	1639	Şərabçılıq
34.	James Lock & Co.	İngiltərə	1642	Papaq istehsalı
35.	G.C. Fox & Co.	İngiltərə	1646	Gəmi daşımaçılığı
36.	R.H. Levey & Son	İngiltərə	1649	Cənazə evi
37.	William Adams & Sons	İngiltərə	1650	Torbaq çanaq istehsalı

Mənbə: www.familybusinessmagazine.com/oldestcos

Dünyadakı 200 ən iri şirkəti iyirmi iki ölkənin payına düşür və bu şirkətlər müxtəlif xüsusiyyətlərə malikdir. Onların çoxu ölkənin iqtisadiyyatına təsir göstərə biləcək və ölkənin sərhədlərini aşmış səviyyədədir. Dünyanın 200 böyük ailə şirkətinin 99-u ABŞ-ın, 17-si Fransanın, 16-sı isə Almaniyanın payına düşür. Yalnız, yeddi ABŞ şirkət ilk 25 sıralamasında iştirak edir. Koreyanın iqtisadiyyatında mühüm yer tutan ailə şirkətlərinin yalnız üçü ilk 25 sıralamasında yer alır. Bir çox Asiya və Avropa ailə şirkətləri holding orqanında fəaliyyət göstərdikləri üçün onları əmlak və idarəetmə baxımından müəyyənləşdirmək çətindir.

Bir çox qərb tədqiqatçıları Uzaq Şərqi Asiya mədəniyyətini monolitik adlandırırsalar da, ötən əsrdə iş dünyasında göstərdikləri yüksək texnoloji nailiyyətləri yüksək qiymətləndirirlər (Chau, 1991:s.161). Uzaq Şərqi Asiya ölkələrinin şirkətlərinin nailiyyətlərində onların mədəniyyətinə aid olan bir sıra ənənəvi dəyərlər (Yaponiyada) vacibdir. Samsung, Hyundai, Lucky Star və Daewoo kimi şirkətlər 100 milyard ABŞ dolları ümumi dövriyyəsi olan ailə şirkətləridir. Bu dörd nəhəng şirkət avtomobil istehsalı, gəmiqayırma, aviasiya sənayesi, elektronika və tikinti sahələrində dünyanın ən böyük ailə təşkilatıdır. Tayvanın “Formosa Plastics” şirkəti dünyanın ən böyük polivinilxlorid istehsalçısıdır, Evergreen Corporation, dünyanın ən böyük gəmi konteynerdaşıma şirkətidir. Hər ikisi də ailə şirkətləridir. Hong Kongun ən məşhur ailələri olan, Kardoorie, Y.K. Poo, Li Ka-Shing və Singapurdan Lee ailəsi dünyanın ən əhəmiyyətli səhm ticarəti ilə məşğul olan şirkətlərini nəzarətdə saxlayırlar.

Yaponiyada iqtisadiyyatının göz bəbəyi olan avtomobil sənayesi, elektronika və kimya sənayesində çox az sayda ailə şirkəti (Toyota, Suntory, Bridgestone) mövcuddur. Yaponiyada ailə müəssisələri (Kokudo Kekaku, Tongenha, Heiwa, Marugen) tikinti işləri (Kajima, Ohbayashi-guumi), ərzaq kimi (Yamasaki Bişirmə, Ezaki Glico) sektorlarda fəaliyyət göstərir. Ailə anlayışı Uzaq şərq ailə şirkətlərində ümumi bir nümunəni göstərir və daha dərinə baxıldığında hər ölkədə fərqliliklər meydana gəlir. Ən əhəmiyyətli fərqlər, nəsilən nəsilə keçiddə görülür. Çində atanın ölümündən sonra ən yaşlı uşağın ailə şirkətinin rəhbərliyi və bütün şirkətin aktivləri götürülür. Ailənin

aktivləri ailədə oğlan arasında bərabər paylanır. Böyük oğlu indi həm şirkətin, həm də ailənin rəhbəridir.

Yaponiyada ən böyük oğlu atasından sonra əmlakının əksəriyyətinə sahibdir. Ailə Yaponiyada bir ağaca bənzəyir və ən böyük oğlana ağacın kökü deyilir və digər oğlanlara ağacın budaqları deyilir. Gücü indi ən böyük uşaqdadır. Ailənin ləyaqətinin qorunması və ailənin imicinin qorunması üçün məsuliyyət daşıyır.

Cədvəl 3: Asiya ölkələrinin ən böyük ailə şirkətləri

Sıra	Şirkət	Ailə adı	Ölkə	Qurulma	Fəaliyyət sahəsi	Gəlir(mlrd \$)	İşçi(x1000)
1.	Samsung	Lee	Cənubi Koreya	1938	Holding	98,7	175
2.	LG Group	Koo	Cənubi Koreya	1947	Holding	81	130
3.	Ho-Yokado	Ito	Yaponya	1920	Supermarket Zinciri	22,4	106,911
4.	Hyundai	Chung	Cənubi Koreya	1967	avtomobil	17	50
5.	Reliance Industries	Ambani	Hindistan	1958	Kimya	11,71,	15,083
6.	Cathay Life Insurance	Tsai	Tayvan	1962	Sığorta	11,15	30
7.	Suntory LtDd.	Saji/Torii	Yaponya	-	Spirtili İçki	10,87	4,87

Mənbə: www.familybusinessmagazine.com/oldestcoss

Uzaq Şərqdəki ailə şirkətlərində qərb ailə şirkətlərindəki kimi rəhbərliyin ən qabiliyyətli ailə üzvlərinə ötürülməsi aktual deyil. Yaponiyada aparılan bir araşdırmada, 1948-dən əvvəl, üç nəsil üçün davam edən ailə şirkətləri, 1948-dən sonra böyüyərək 75% daha çox müvəffəqiyyət əldə etmişdirlər.

Çində ailə şirkətlərində "ailədən başqa kimsəyə əsla güvənmə" prinsipi çərçivəsində üst rəhbərliyi əsla professional bir idarəçiyə buraxmadığı müşahidə edilərkən, Yaponiyada tam tərsi tətbiq olunmaqda, ailə şirkətlərində peşəkar idarəçiyə geniş səlahiyyətlər verilir. 18-ci əsrdə Yaponiyada peşəkar menecerə verilən əhəmiyyət bu "banto" adlı ənənənin bir ardıdır. Bu idarəetmə ənənəsi Tokugawa dövrünə aiddir. Tacir ailələrdə, usta köməkçilərinin işə alınması və yetişdirilməsi çox məşhur olub, zaman içində təşkilati bir şəxsiyyət xüsusiyyəti almışdır. Kiçik yaşlarda kişi uşaq, tacir

ailəyə yaxın bir dost tövsiyəsi üzərinə işə alınmaqda, sənətkarlıq və ticarət öyrətməklə, təhsilini müvəffəqiyyətlə tamamladıqdan və on səkkiz yaşına çatdıqdan sonra "tedai" adı ilə karyera irəliləyişinə başlayır. Bu tacir, artıq həyatının qalan hissəsi üçün ailəsi ilə işləyəcək. Ən ağıllı və qabiliyyətli insanlar "banto" adlanır. Mitsubishi kimi ailə şirkətləri təhlil olunduqda, qərb təhsili görmüş, istedadlı "banto" lara rast gəlinməkdə və ailə üzvü kimi hörmət görməkdədir.

Aİ üzv dövlətlərdə fəaliyyət göstərən müəssisələrin təxminən 80%-i ailə nəzarət şirkətlərindən ibarətdir. Bunlardan bəziləri çox böyük (Fiat, BMW, Lego, Tetra-Pak, Marc Rich, Sainsbury, Guinness, Benetton və s.) Beynəlxalq biznes dünyasında qüvvətli soyadı ilə birlikdə hörmətli bir yer qazanmağa çalışmışlar. Ancaq ailə şirkətlərinin Avropada olduğu kimi bu böyük ailə şirkətləri də çox müvəffəqiyyətli olduğunu söyləmək mümkün deyil.

Şərqi Avropa ölkələrindəki mürəkkəbliq Qərbi Avropa ailə şirkətlərinin səssiz yüksəlişinin kölgəsidir və onların təsiri mənfi şəkildə əks olunur. Sovet İttifaqının sosializm mirası, bütün Şərqi Avropa ölkələrinin iqtisadiyyatlarının iflasına və sahibkarlıq ruhunun məhv edilməsinə səbəb olmuşdur. Maraqlıdır ki, Qərbi Avropa ölkələri bazar iqtisadiyyatından mərkəzləşdirilmiş bir sistemə keçiblər, lakin onlar əksinə nə etməli olduğunu bilmirlər. Yavaş bir inkişaf prosesində müşahidə olmasına baxmayaraq, Şərqi Avropa ölkələri azad müəssisələrə yönəldilmiş və ailə şirkətləri qurmuşlar.

Berlin Divarının düşməsindən bəri köhnə Şərqi Almaniyada 300 mindən çox xüsusi şirkət quruldu və qeydiyyat edildi. Cədvəl 4-də Avropa ölkələrinin ən böyük ailə şirkətləri əks olunmuşdur. Səkkiz Avropa ölkəsində (Avstriya, Belçika, Almaniya, Finlandiya, Fransa, Böyük Britaniya, Norveç və İsveçrə) 1132 ailə şirkətinin kiçik və orta ölçülü müəssisələr hesabatlarına əsasən ailə şirkətlərinin qapalı sistemi xüsusiyyətləri araşdırılır. Həmin xüsusiyyətlərə görə, idarəetmə həmişə ailədə olmalıdır, ailənin ənənəsi qorunmalıdır və ailə maraqları biznes fəaliyyətində ön sıralarda olmalıdır.

Cədvəl 4: Avropa ölkələrinin ən böyük ailə şirkətləri

Sıra	Şirkət	Ölkə	Qurulma	Fəaliyyət sahəsi	Gəlir(mlrd \$)	İşçi(x1000)
1.	Carrefour Group	Fransa	1959	Pərakəndə satış zənciri	61,6	382,821
2.	Ifi Istituto Finanziario Industriale S.p.A.	İtalya	1927	Pərakəndə satış zənciri, Sığorta	59,2	198,764
3.	Fiat Group	İtalya	1899	Avtomobil	54,7	198,764
4.	PSA Peugeot Citroen S.A.	Fransa	1810	Avtomobil	45,8	192
5.	BMW (Bayerische Motoren Werke AG)	Almanya	1910	Avtomobil	34,1	97,275
6.	SCH (Banco Santander Central Hispano S.A.)	İspanya	1857	Bankçılıq	32,7	114,927
7.	Robert Bosch GmbH	Almanya	1890	Avto park	30,143	218,377
8.	ALDI Group	Almanya	-	Qida Pərakəndə	30	-
9.	Pinault-Printemps Redoute	Fransa	1963	Qida	24,6	107,571
10.	J. Sainsbury	İngiltərə	1869	Qida	24,6	174,7
11.	Auchan	Fransa	1961	Supermarket şəbəkəsi	23,196	136
12.	Tengelmann Group	Almanya	-	Pərakəndə şəbəkəsi	22,6	186
13.	Novartis Group	İsveçrə	1860	Səhiyyə	19,3	71,116
14.	Bouygues	Fransa	1952	İnşaat	18,1	125
15.	Otto Group	Almanya	-	Kataloq, Pərakəndə	15,6	75,962
16.	Michelin	Fransa	1891	Avto təkər, Səyahət	14,4	127,467
17.	Karstadt + Quelle	Almanya	1881	Pərakəndə	14,2	112,141
18.	Groupe Danone	Fransa	1966	qida, süd məhsulları	12,897	100,56
19.	L'Oreal	Fransa	1907	Kosmetika	12,171	49,15

Mənbə: <http://www.familybusinessmagazine.com/oldestcos.html>

Ailə biznes idarəçiləri bazarda qabaqcıl deyil, təqibçi olmağı üstün tuturlar. Bunun ən vacib səbəbi, ailə şirkətlərinin əksəriyyətinin risk almağın qarşısını almaqdır. Avropalı ailənin biznes idarəçiləri strateji qərarlar qəbul etməkdə mühafizəkar bir mövqeyə sahibdirlər. Onlar beynəlxalq bazarlara çıxmaqda tərəddüd edirlər, baxmayaraq ki, onların mövcud vəziyyətinin dinamikası ehtimalı ilə də çox narahatdırlar. Bərabərliyə qərar verərkən, riskləri minimuma endirmək və çox artım

ehtiyacına inanmırlar. Ən mühüm meyar ailənin mülkiyyətinin davamlılığını təmin etməkdir (Donckels, 1991: s.158).

Amerika ölkələrinin iqtisadiyyatında ailə şirkətləri xüsusi yer tutur. Bu şirkətlərin rəhbərliyindəki ailələr çox güclü, bir-birinə bağlıdır və ölkələrinin taleyinə rəhbərlik etmək üçün kifayət qədər təsir göstərirlər. Lansberq və Perrow tərəfindən hazırlanmış doqquz Cənubi Amerika ölkəsi və iyirmi beş ailə şirkətinin tədqiqatı Cənubi Amerika ölkələrindəki ailə şirkətlərinin xarici bazarlara girmək üçün ehtiyatlı olduğunu aşkar etdi. Bunun əsas səbəbləri Cənubi Amerika ölkələrində müşahidə olunan yüksək xarici borclanma, daimi devalvasiya, hiperinflasiya və hökumətlərin xarici investorların investisiyalarının qarşısının alınmasıdır. Digər tərəfdən, Cənubi Amerika bazarının özünəməxsus dinamikliyi var və 500 milyon əhalinin sürətlə inkişaf edən iqtisadi bölgəsi ilə xarakterizə olunur. Cənubi Amerika ailə şirkətlərinin Şimali Amerika və Avropa mədəniyyətlərindən təsirləndikləri müşahidə olunur (cədvəl 5). Katolik kilsənin gücü ictimai mənada ailə fərdləri üzərində çox təsirlidir. Sosial sinif ayrı-seçkiliyi çox qəti xəttlərlə ayrılmış olub, güclü ailə şirkəti sahibi olan adam həm ailəsinin, həm də alt sosial-iqtisadi sinifdəki cəmiyyətin lideri vəzifəsini daşımaqdadır (Landsberg, 1991:s. 129).

Ailə şirkəti anlayışı, Cənubi Amerika ölkələri üçün yeni bir anlayışdır. Bir çox ölkədə "grupos" ların birinci və ikinci nəsil tərəfindən idarə görülməkdədir. Məsələn, Venesuelada şirkətlərin 80%-i 1960-cı ildən sonra qurulub, hələ də qurucu müdir tərəfindən idarəetmə müəyyən olunmuşdur. Avropa və Şimali Amerika ailə şirkətləri ilə müqayisədə, Cənubi Amerika ölkələrinin rəqabətdə çox zəif olduğu və əhəmiyyətli ticarət məhsulların (qəhvə, şəkər, neft) bir və ya iki şirkətin suverenliyi altında olduğu aydın olmuşdur. Şirkətlər ümumiyyətlə "biznesmen" olaraq iş həyatına başlayır, bir məhsul ilə bazarda söz sahibi olub, ikinci bir məhsulla təkrar bazarda iştirak tapmağa çalışır. Son illərdə müşahidə olunan inkişaflardan biri ikinci nəslin ailə şirkətlərinin hazırlanması və yeni birgə müəssisələrə təşviq edilməsi üçün xaricdə işləməsidir.

Uşaqlar ABŞ və Avropanın ən məşhur universitetlərində təhsil alırlar və təhsilərini bitirdikdən sonra ailə şirkətində işləməyi planlaşdırırlar.

Cədvəl 5: Amerika ölkələrinin ən böyük ailə şirkətləri

Sıra	Şirkət	Ölkə	Qurulma	Fəaliyyət sahəsi	Gəlir(mlrd \$)	İşçi(x1000)
1.	Wal-Mart	ABŞ	1962	Pərakəndə satış zənciri	217,8	1,380,000
2.	Ford Motor Co.	ABŞ	1903	Avtomobil	162,4	354,431
3.	Cargill Inc.	ABŞ	1865	Yem, toxum, Gübrə, ət	50,8	97
4.	Koch Industries	ABŞ	1918	Neft və qaz	40	11,5
5.	Motorola	ABŞ	1928	Telekommunikasiya	30,004	111
6.	Viacom	ABŞ	1954	Medya (MTV)	23,2	122,77
7.	Loew's	ABŞ	1919	Tütün, Otel	19,4	27,82
8.	Mars	ABŞ	1923	Hayvan yeməkləri	16,5	30
9.	Publix Supermarkets	ABŞ	1930	Supermarket şəbəkəsi	37726	126
10.	Weyerhaeuser Co.	ABŞ	1900	Oduncaq	14,4	44,8
11.	Bechtel Group	ABŞ	1898	İnşaat	14,3	40
12.	Gap	ABŞ	1969	Geyim	13,8	165
13.	Bombardier	Kanada	1942	Hava-müdafiə vasitələri	13,6	74,879
15.	Anheuser-Busch Cos.	ABŞ	1860	Pivə	12,91	23,432
16.	Winn-Dixie Stores	ABŞ	1925	Supermarket şəbəkəsi	12,3	112,5
17.	General Dynamics	ABŞ	1962	Hava-müdafiə vasitələri	12,2	51,7

Mənbə: <http://www.familybusinessmagazine.com/oldestcos.html>

Qonşu Türkiyənin də iqtisadiyyatında ailə şirkətlərinə rast gəlinir. Türkiyədə keçmiş geriyə uzanan köklü ailə şirkətlərinə çox nadir rastlanılması, bu vəziyyətin səbəbləri mövzusunda sorğulamağa istiqamətləndirir. Avropada 100-200 illik yaşı olan çox sayda böyük və kiçik şirkətə rast gəlmək mümkündür. İllər əvvəl kiçik bir sexdə işə başlayan və indiki vaxtda üçüncü, dördüncü nəsillərə dünya səviyyəsində məhsul satan firmalara rast gəlinməkdədir. Türkiyədə isə bu şəkildə bir inkişaf trendi göstərən firma yoxdur. Türkiyə miqyasında böyük qəbul edilə biləcək firmaların keçmiş ancaq

60-70 il əvvələ dayanır. 100-cü ilini tamamlayan şirkətlər ümumiyyətlə kiçik miqyaslıdır. 18 Yanvar 1990-cı il tarixli Dünya qəzetinin "Əsrlik Şirkətlər" sayında verilən 200 ilini tamamlamış Türk firmaları içərisində Cağaloğlu Hamamı (1741), Ali Muhittin Hacı Bəkir (1777) və Çukurova Qida Sənayenin (1783), Güllüoğlu (1885), Hacı Şakir (1887), İskəndər Kababçısı (1867), Komilli (1878), Konyalı (1897), Quru Qəhvəçi Mehmet Əfəndi məmulatları (1871), Pera Palas (1888), Tuzcuoğlu (1893), Vəfa Bozacısı (1876), Hacı Bəkir Lokum və Əqidə Şekerləri (1877), Çögenler Helvacılık (1883), Teksima Tekstil (1893) rast gəlinir. Bu şirkətlərin bəziləri artıq dördüncü nəslə keçmişdir. Üçüncü nəslin rəhbərlikdə olduğu digər şirkətlər, 1926-cı ildə Nihat Kutman tərəfindən fəaliyyətə keçirilən Doluca Şərabları, 1926-cı ildə Əhməd Emin Yılmaz tərəfindən təməli atılan Tatko, 1926-cı ildə Vehbi Koç tərəfindən fəaliyyətə başlayan Koç Holdinqdir. 1927-cı ildə Kent Qida Sənayesi və Ticarət Şirkəti, 1942-cı ildə Hacı Ömer Sabancı tərəfindən Sabancı Holding, 1950-cı ildə Nuri Güvənin qurduğu Yeni Karamürsel Mağazaları yaradılmışdır.

Biznes sahibi üçün çatışmazlıqları aradan qaldırmaq mümkün deyil, lakin uşaqlar bu çatışmazlıqları aradan qaldırmaq üçün lazımi tədbirləri görməyə çalışırlar. Uşaqlarını ən yaxşı məktəblərdə öyrətməyə və bir və ya bir neçə dildə təmin etməyə çalışırlar. Gələcəkdə müəssisə üçün məsuliyyət daşıyır və bu məqsədlə hazırlanan gənclər böyük şəhərlərdə professional menecerlər və ya məmurlar kimi qalmaq üstün tuturlar.

Türk özəl sektorunun inkişafı zamanla araşdırıldığında, digər ölkələrdə olduğu kimi müəyyən mərhələlər keçərək bu səviyyəyə çatdığını görürük. Qərbi ölkələrində ailə şirkətləri kimi qurulan kiçik tərəfdaşlıq şirkətlərin artan iqtisadi ölçüsü, işəgötürən və işəgötürən arasında problemlər və dövlət nəzarət orqanının müxtəlif təcrübələrindən ötrü çoxsahəli, ictimai şirkətlər halına çevrilmişdir. Türk özəl sektorundakı mərhələləri Respublikanın əvvəl və sonrakı dövrlər kimi araşdırmaq mümkündür.

Türkiyədə qurulan müəssisələrin böyük əksəriyyətinin həyat müddəti qurucunun həyat müddəti ilə məhdudlaşır və bu dövrdə müvəffəqiyyət əldə edirlər. Eyni

müvəffəqiyyət ikinci nəsildə davam etsə də, müəssisənin rəqabət qabiliyyəti ikinci nəsildə dünya bazarlarında rəqabət səviyyəsinə çata bilər. Türkiyədə bunun nümunələri az da olsa var (şəkil 1).

Şəkil 1: Türkiyənin ailə şirkətləri

Şirkət Adı	Kurucu Adı	Kuruluş Tarihi	Nesil
Vefa Bozacısı	Hacı Sadık	1870	4
Hacı Bekir Lokum və Akide Şekerləri	Hacı Bekir	1877	4
Çögenler Helvacılık	Rasih Efendi	1883	4
Teksima Tekstil	H. Mehmet Botsalı	1893	4
Ördekçioğlu Mutfak Eşyaları	Ahmet Ördekçi	1919	2
Kamil Koç Otobüsleri	Kamil Koç	1923	3
Eyüp Sabri Tuncer Kolonyaları	Eyüp Sabri Tuncer	1923	3
Doluca Şarapları	Nihat A. Kutman	1926	3
Tatko	Ahmet Emin Yılmaz	1926	3
Koç Holding	Vehbi Koç	1926	3
Kent Gıda A.Ş.	Abdullah Tahincioğlu	1927	3
Uzel Makina	İbrahim Uzel	1940	2
Nuh Çimento, Emintaş İnşaat	Nuh Mehmet Baldöktü	1942	3
Sabancı Holding	Hacı Ömer Sabancı	1946	3
Yeni Karamürsel Mağazacılık	Nuri Güven	1950	3

Mənbə: Karpuzoğlu, Dr.Ebru (2001). Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma, Hayat Yayınları: 63

Respublikanın ilk illərində özəl sektor vasitəsilə iqtisadi inkişafı həyata keçirməklə çatışmazlıqların aradan qaldırılması üçün səylər göstərilmişdir. İlk on ildə, ən əlverişli şəraitdə təşviq olunmasına baxmayaraq, bu özəl sektor üçün qeyri-kafi olmuşdur. Primitiv texnika, kiçik investisiya, yüksək qiymət özəl sektorun xüsusiyyətləri idi. Bu dövrdə zəruri təşviqlər edilməsinə baxmayaraq, özəl sektor müasir fabriklər yaratmırdı. 1930-1950-ci illərdə statistika prinsipi tətbiq edildikdə, dövlət böyük sənaye obyektlərinin yaradılması zamanı özəl sektorun dəstəklənməsi üçün böyük əhəmiyyət kəsb etmişdir. 1929-cu il Dünya iqtisadi böhranından mənfi təsir görən özəl sektor, müharibənin gətirdiyi bazar şərtlərindən faydalana bildi.

1950-1960-cı illər arasında liberal iqtisadi siyasət həyata keçirildiyinə görə, təmin edilmiş kredit imkanları və təşviqlər sayəsində bu gün də mövcud olan şirkətləri qurmağı mümkün oldu. Bu dövrdə qurulan şirkətlərin ən mühüm xüsusiyyəti dövrün orta yaşlı ailələri tərəfindən onlar qurulmasıdır.

1960-1970-ci illər arasındakı dövrdə nəqliyyat və kommunikasiya qurğuları artdıqda sənayeləşmə və şəhərləşmə artdı. Ticarətlə yanaşı sənaye və xidmət sektoru də inkişaf etmişdir. Yetərli ailə kapitalı müəssisələr ictimaiyyətə açıqdırlar, amma bu, öz bizneslərinə kiçik qənaət etmək üçün daha çox ehtimal olunur.

1970-80-ci illərdə, ağır inflyasiya üstünlük təşkil edən zaman, sahibkarlar hökumətin inflyasiyanın qarşısının alınması tədbirləri sayəsində yüksək mənfəət əldə edə bildi. Bu dövrdə daha da güclənmiş ailə şirkətləri 1980-ci illərə daha güclü və daha böyük bir olmaq imkanını qazandılar.

1980-ci ildən sonra böyümə və rəqabət artdıqdan sonra, ailə şirkətləri mövcudluğunu davam etdirmək üçün çoxlu tərəfdaş və ictimai şirkətlər əldə etmiş qurumlar halına gəldi. Ailə şirkətləri üçün bu dövrün ən vacib xüsusiyyəti, müdirlərin peşəkarlaşması idi.

2.2. Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində Ailə biznesinin qiymətləndirilməsi

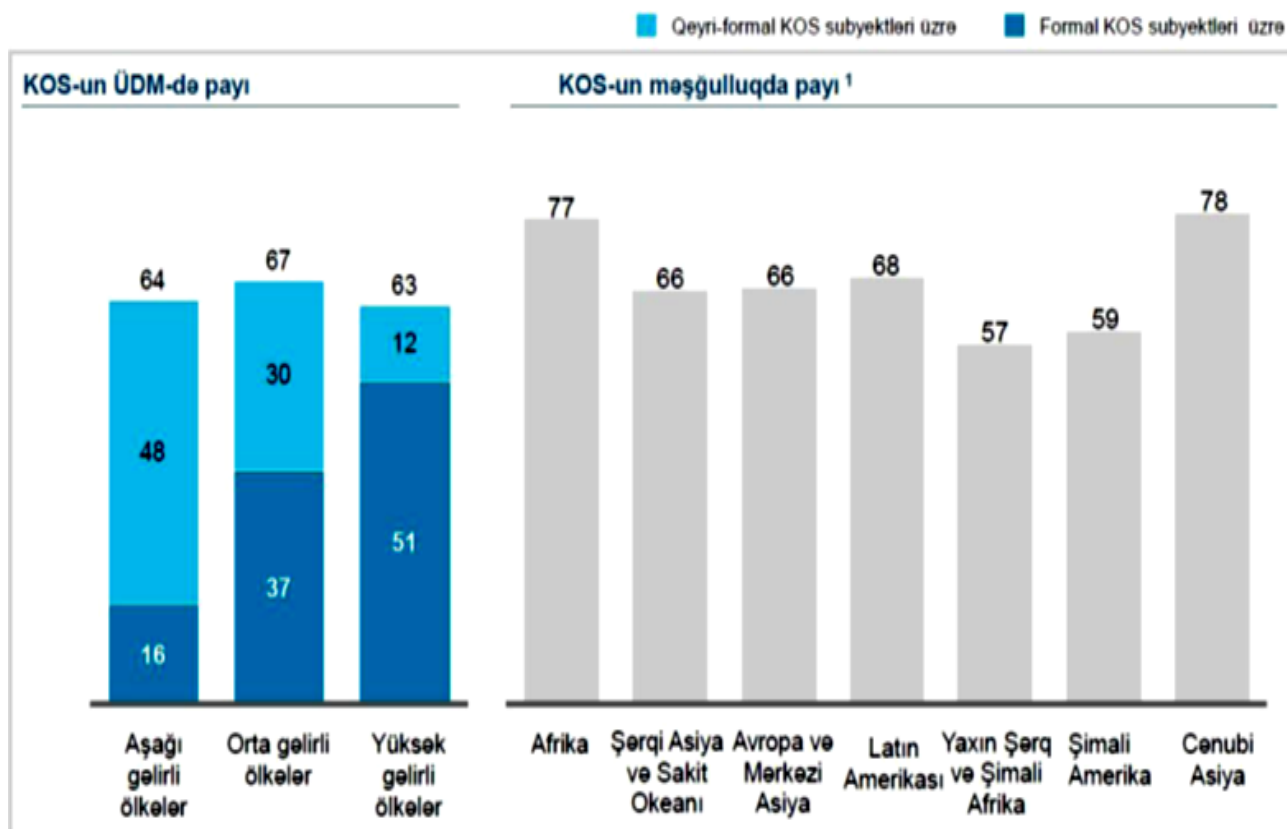
Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlıq sahələrinin (KOS) inkişaf etdirilməsi iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi, rəqabət qabiliyyətinin artırılması, məşğulluğun təmin edilməsi, yerli mal vəsaitləri və iqtisadi inkişaf yolu ilə istehlak mallarına tələbatın ödənilməsi baxımından xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Beləliklə, inkişaf etmiş ölkələrdə KOS-ların ÜDM-də və məşğulluğunda payının nəzərdən keçirilməsi zamanı KOS-un Azərbaycanda sürətlə inkişaf edən iqtisadi inkişafa əsas sürücülük amilinə çevrilməsinin əsas problemlərdən biri olduğu qənaətinə gəlmək olar.

ABŞ və Avropa Birliyi kimi ölkələr, KOS-un inkişafı sayəsində əhəmiyyətli bir iqtisadi böyümə əldə edib. Beləliklə, Avropa İttifaqında müəssisələrin 99% -i kiçik və

orta müəssisələrdir, onların məşğulluq və ÜDM-dəki həcmi 60 faizdən çoxdur. 2014 və 2015-ci illər ərzində Avropa Birliyində gəlir əldə edən hər bir avronun yüzdə 58-i KOS-ların payına düşdü.

İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə ortahəcmli müəssisələr məşğulluğun əsas təminatçısı qismində çıxış edir (şəkil 2).

Şəkil 2. KOS subyektlərinin ÜDM və məşğulluğa təsiri (faizlə)

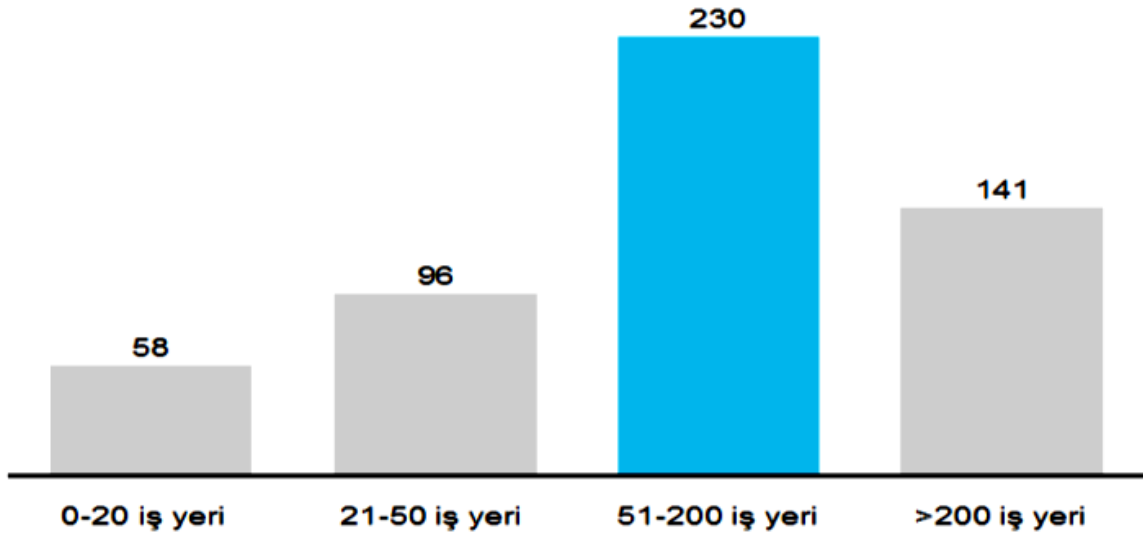


Mənbə: Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına dair Strateji Yol Xəritəsi

KOS sahəsindəki əsas qlobal trendlərdən biri kiçik müəssisələrin(şirkətlərin) dayanıqlılığını və davamlılığını təmin edərək onların orta müəssisələrin(şirkətlərin) inkişaf səviyyəsinə çatdırılması üçün edilən cəhdləridir.

Bunlar vasitəsilə müəssisələrin(şirkətlərin) davamlılığı, dayanıqlılığı və beləliklə, rəqabət qabiliyyətlilik göstəricilərinin daha da yüksəldilməsinə və yaxşılaşdırılmasına nail olmaq hədəf kimi müəyyən olunur (şəkil3).

Şəkil 3. Ortaölçülü sahibkarlıq subyektlərinin məşğulluğa təsiri



Mənbə: Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına dair Strateji Yol Xəritəsi

Dünyadakı inkişaf etmiş ölkələrin əksəriyyətində, KOS-lar iqtisadi artım və məşğulluğun inkişafında lider mövqeyə malikdir. Dünya Bankının məlumatına görə, inkişaf etmiş ölkələrdə KOS-lərin ÜDM-də və məşğulluğunda payı sırasıyla 50 və 60 faizdən çoxdur. Beləliklə, dünyanın inkişafda olan ölkələrinin iqtisadi səmərəliliyin gücləndirilməsi, rəqabət qabiliyyətinin artırılması və iqtisadi fəaliyyətin təmin olunması üçün KOS subyektlərinin inkişafı üçün sistemə tədbirlər həyata keçirirlər. Nəticədə bazarda tələb və təchizat balansını, qiymətlərin sabitləşməsini, məhsulların və xidmətlərin rəqabət qabiliyyətinin artırılmasını, iqtisadi alətlərin effektiv həyata keçirilməsini, iqtisadi sabitliyin və xarici təsirlərin sürətlə udulmasını təmin edən rəqabətçi bazar münasibətləri formalaşır. Həm bu səbəblərə görə, həm də hazırkı qlobal miqyasda inkişaf etmiş və həm də inkişaf edən iqtisadiyyatlar öz iqtisadiyyatlarını KOS vasitəsilə böhranlara çevik uyğunlaşdırmağa çalışırlar.

Müasir dövüdə kiçik və orta sahibkarlıqda müəyyən qlobal trendlər meydana gəlmişdir. Beləliklə, KOS sahəsində müşahidə olunan əsas qlobal trendlər aşağıdakılardan ibarətdir:

- beynəlxalq təcrübəyə əsaslanaraq demək olar ki, kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri üzrə risk göstəricilərinin nisbətən yüksək olması onların maliyyə resurslarına çıxış imkanlarını bir çox hallarda məhdudlaşdırır. Bunun nəticəsi kimi, inkişaf etmiş və eləcə də inkişaf etməkdə olan ölkələrdə KOS-un maliyyələşdirilməsi ilə əlaqədar olaraq zəmanət fondunun yaradılması, girovsuz maliyyələşmə üçün müvafiq mexanizmlərinin tətbiqi, risk faktorunun sığortalanması və s. bu kimi bir neçə xüsusi yanaşma tətbiq edirlər;
- dövlətdə KOS subyektlərinin qlobal dəyər zəncirlərinə birləşdirilməsinə, transmilli şirkətlər tərəfindən istehsal etdilər məhsulların ayrı-ayrı komponentlərinin təhçizatçısı kimi fəaliyyət göstərməsinə dəstək məqsədilə müxəlif təşəbbüslər həyata keçirirlər. Beləliklə, transmilli şirkətlər öz məhsullarının komponentlərinin demək olar ki, əksər hissəsini dünyanın ayrı-ayrı coğrafiyalarında yerləşən kiçik və orta şirkətlərə sifariş verməklə istehsal edirlər. Bununla da, KOS subyektləri qlobal dəyər zəncirində daha yüksək əlavə dəyərlər yaradan sektorların iştirakçısına çevrilirlər;
- KOS subyektlərinə verilən dəstəyin doğru kordinasiyasının təmin olunmasında və daha da əlverişli mühitin yaradılması və təşkili məqsədi ilə dünyanın bir sıra ölkələrində KOS subyektlərinə xidmət göstərən mərkəzləşdirilmiş qurumların yaradılır;
- KOS subyektlərinin bazarlardakı mövqelərinin qorunub saxlanması və istehsal xərclərinin daha da aşağı salınması üçün veritikal və horizontal klasterlər yaradırlar. Beləliklə, bu sözügedən klasterlərin yaradılması ilə KOS subyektləri öz xərclərinin optimalaşdırılması hesabına miqyas efektinə nail olurlar.

Son illər ərzində Azərbaycanda sahibkarlığın inkişafına dəstək olmaq məqsədi ilə bir sıra proqramlar və tədbirlər həyata keçirilmişdir. Belə ki, 24 iyun 1997-ci il tarixli Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 610 nömrəli sərəncamına və 753 nömrəli 17 avqust 2002-ci il tarixli qərarı ilə "Azərbaycan Respublikasında Kiçik və Orta Müəsisələrə Yardım üzrə Dövlət Proqramı" (1997-2000) Azərbaycan Respublikasında

kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı üzrə Dövlət Proqramı (2002-2005) "qəbul edilmişdir və həyata keçirilmişdir. Bundan əlavə 3004 nömrəli Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2008-ci il 25 avqust tarixli və 3043 nömrəli 15 sentyabr 2008-ci il tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş 2008 və 2015-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında qida məhsullarının etibarlı təmin olunması üzrə Dövlət Proqramı, "2008və 2015-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında yoxusuluğun azaldılması və davamlı inkişafı üzrə Dövlət Proqramı", həmçinin, "Regionların dövlət sosial-iqtisadi inkişafı haqqında" 118 nömrəli 27 fevral 2014-cü il tarixli Fərmanı 2014 və 2018-ci illər üçün Azərbaycan Respublikasında 964 sayılı 2014-cü il 26 dekabr tarixli Fərmanla təsdiq edilmiş 2015-2020-ci illər üçün Azərbaycan Respublikasında sənayenin inkişafı Dövlət Proqramı sahibkarlığın inkişafı, biznes mühitinin daha da yaxşılaşdırılması, qanuni maraqların qorunması mexanizmlərinin yaxşılaşdırılması nəzərdə tutulur. 2016-cı il aprelin 21-də Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 21 aprel 2016-cı il tarixli Fərmanı ilə məşğulluq, qeyri-neft ixracatı, biznes mühiti, cəmiyyətdə sahibkarlığın dəstəklənməsi kimi strateji məsələlərdə sahibkarların rolu artırılmasına yönəldilmişdir və Azərbaycanda "Sahibkarlıq Günü" kimi təsis edilib. Eyni zamanda, sahibkarlıq fəaliyyətinin 2 illik müddəyə dayandırılması, sahibkarlıq fəaliyyəti üçün lisenziyaların və icazələrin sayının azaldılması və bu sahə ilə bağlı olan elektron portalin hazırlanması, o cümlədən icazələrin verilməsi prosedurlarının sadələşdirilməsi, Apellyasiya Şuralarının yaradılması ölkə daxilində tranzit yüklərin daşınması üçün "pəncərə" prinsipi, ölkəyə investisiya təşviq etmək üçün 7 il ərzində vergi və gömrük güzəştləri, idxal və ixrac əməliyyatlarının həyata keçirilməsində gömrük prosedurlarının sadələşdirilməsi məqsədi ilə elektron poçt xidmətlərinin daha da genişləndirilməsi, "Yaşıl Dəhliz"-in və beynəlxalq praktikada mövcud olan digər çıxış sistemlərinin, dövlət satınalmalarının təkmilləşdirilməsinin, dövlət orqanlarının sahibkarların müraciətlərinin birbaşa reaksiyasına dair məlumatlandırma və məsləhətləşmələr üçün çağırılı mərkəzlərinin yaradılması və s. işlər aparılmışdır.

Azərbaycanda biznes mühiti yaxşılaşdırılmış, gücləndirilmiş və ölkəmiz Dünya Bankının hazırladığı “Doing Business 2017” hesabatında bir neçə göstəriciləri üzrə (məsələn, biznesə başlama, əmlakın qeydiyyatı) yüksək nəticə əldə etmişdir. Həmçinin “Doing Business 2019” hesabatına görə ölkəmiz dünyanın 10 ən islahatçı dövləri siyahısına əlavə olunmuş və dünyanın ən çox islahat aparan ölkəsi kimi qeyd olunmuşdur.

Beynəlxalq təcrübəyə uyğun olaraq elektron hökumət portalının yaradılması ilə dövlət xidmətləri genişlənməmişdir. KOS-lar üçün yenilikçi infrastruktur (məsələn, sənaye parkları, texnoparklar və iş inkubatorları), həmçinin maliyyə dəstəyi İnformasiya və Kommunikasiya Texnologiyaları (İKT) sektoru üçün xüsusi fond yaradılacaq) vasitəsilə təkmilləşdirilmişdir. Həmçinin, KOS-lar üçün kriteriyalar Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin "Kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin inkişafına birbaşa təsir göstərən islahatların hədəflənməsini təmin etmək məqsədi ilə 215 sayılı 5 iyun 2015-ci il tarixli Böyük, Orta və Kiçik Biznes meyarlarının təsdiq edilməsi haqqında" qərarla müəyyən olunmuşdur (cədvəl 6). Meyarlara (kriteriyalara) uyğun olaraqdan 2015-ci il üçün qeydiyyatdan keçmiş hüquqi və fiziki sahibkarlıq subyektlərinin 1% iri, 2% faizi orta, 97% faizi isə kiçik sahibkarlıq subyektlərinə aiddir.

Cədvəl 6: İri, orta və kiçik sahibkar meyarları

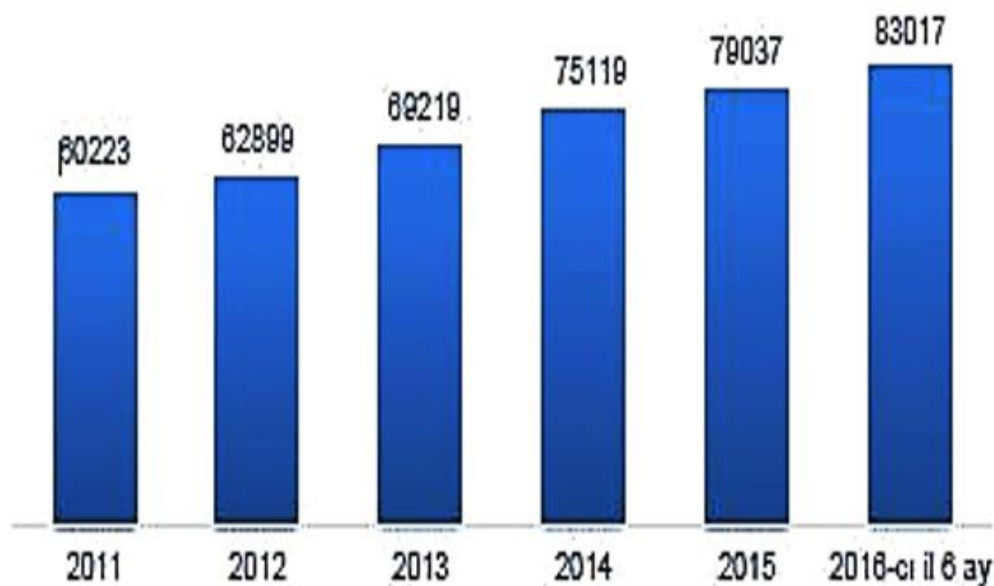
Sahibkarlıq subyektlərinin ölçüsünə görə kateqoriyası	İşçilərinin orta siyahı sayı	İllik gəliri
Kiçik sahibkar	25 nəfərədək	200 min manatadək
Orta sahibkar	25 nəfərdən 125 nəfərədək	200 min manatdan 1250 min manatadək
İri sahibkar	125 nəfər və ondan yuxarı	1250 min manat və ondan

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabineti : cabmin.gov.az/az/document/3251/

Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsindən əldə onunan məlumatına görə, 2015-ci ildə iqtisadiyyatın qeyri-neft sektorunda fəaliyyət göstərən kiçik sahibkarlığ

subyektlərinin tutduəu pay əlavə dəyərdə 5,8 faiz, ümumi mənfətdə 0,7 faiz, illik orta illik 6,5 faiz, əsas kapitalla yönləndilmədə isə 9,2% təşkil edir. Bu məlumat fəaliyyəti kiçik sahibkarlıq subyekti kimi nəzərdən keçirilən hüquqi şəxslər və fərdi şəxsləri əhatə edir və 2016-cı ilin 1 iyul tarixinə ölkəmizdə fəaliyyət gösdərən bütün müəssisələrin 83017 ədədi və ya 79,7% -i bu müəssisələrə düşüb. Eyni zamanda, bu ölkədə fəaliyyət göstərən kiçik müəssisələrin əsas və aparıcı hissəsi ticarət (31,2%), tikinti (12,1%), kənd təsərrüfatı (10,7%) kimi sahələrə və digər xidmətlər sahələrinə aid edilir (13,5%). Aşağıda (şəkil 4) 2011-ci ildən 2016-cı ilə kimi Azərbaycanda fəaliyyət gösdərən kiçik sahibkarlıq subyektlərinin inkişaf qrafikası əks olunmuşdur. Şəkildən də gpründüyü kimi hər il ölkəmizdə bu sahədə fəaliyyət göstərən müəssisə və təşkilatların sayı ilbəl artmaqdadır. Bu artımın əsas səbəbi isə dövlətin həyata keçirdiyi iqtisadi siyasətlə, yəni dövlət proqramları, vergi güzəştləri və s. ilə sıx şəkildə bağlıdır.

Şəkil 4. Kiçik müəssisələrin sayı (2011 və 2016-cı illər üzrə)



Mənbə: Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına dair Strateji Yol Xərtəsi

Bununla yanaşı, əldə olunmuş rəsmi məlumatlara əsassən, 2016-cı il yanvar ayının 1-i vəziyyətinə ölkədə qeydiyyatdan keçən hüquqi şəxslərin 12% kiçik müəssisələr təşkil etməsinə baxmayaraq, onların ÜDM-dəki payı 4 faiz, məşğulluqda 6,3%, məhsul (xidmət) istehsalında isə 9,6 % olmuşdur. Verilən məlumatlardan da göründüyü kimi,

ölkədə sahibkarlıq subyektlərinin 99,2 %-ni təşkil edən fərdi (fiziki) sahibkarların və kiçik müəsisələrin ÜDM-dəki payı çox kiçikdir. Odur ki, Azərbaycan iqtisadiyyatında – ÜDM-dəki, məşğulluqda və eləcə də ölkəyə daxil olunan xarici valyuta axınında KOS-un payıda yüksəldilə bilər. Bu mövqedən yanaşaraq qeyd etmək lazımdır ki, ölkənin gələcək davamlı inkişafında KOS subyektərinin payı olduqca böyük dərəcə əhəmiyyət kəsb edir.

Bölgədə və dünyada proseslər əməkdaşlığın daha da dərinləşməsinə və KOS-ların sahibkarlıq subyektlərinə dövlət dəstəyini bir daha vurğulamışdır. Beləliklə, iqtisadiyyatı diversifikasiya etmək üçün KOS-ın potensialını tam şəkildə həyata keçirmək üçün bu sahədə bir sıra dəyişikliklərə ehtiyac var. Qanunvericilik bazasını yaxşılaşdırmaq üçün bəzi irəliləyişlər olmasına baxmayaraq, bəzi təkmilləşdirmələr hələ də edilməlidir. Beləliklə, özəl kredit bürosu, daşınar əmlak reyestri və girov əməliyyatları təşkili kimi məsələlər üçün qanunvericilik bazası təkmilləşdirilməlidir.

KOS siyasətinə vahid bir yanaşma, yeniliklərin daha çox istifadəsi, beynəlxalq standartlar, ixracat bazarları üçün hökumətin dəstəklənməsi, maliyyə, konsaltinq və digər dəstək mexanizmlərinin daha da genişləndirilməsi, dövlət dəstəyi vasitələri üçün monitoring və qiymətləndirmə mexanizmləri, sahibkarlığın inkişafı güclü şəkildə dəstəklənməlidir.

İnnovasiya və beynəlxalq dəstəkləmə tədbirləri görülməsinə baxmayaraq, bu sahədə fəaliyyətlər daha da dərinləşməlidir, dəqiq strategiyalar və koordinasiya mexanizmləri yaradılmalıdır. Hal-hazırda ən müasir innovasiya siyasəti telekommunikasiya və informasiya texnologiyaları sektoruna yönəlmişdir. Bundan əlavə, ixrac üçün maliyyə xidmətlərinin çeşidini genişləndirmək, həmçinin KOS vasitəsilə qlobal dəyər zəncirindən daha çox istifadə etmək üçün beynəlxalq dəstəkləmə tədbirləri daha da genişlənməlidir. Qeyd edək ki, Azərbaycanda KOS-nun inkişafı ciddi məsələdir. Bu səbəbdən, makroiqtisadi siyasətdən, Azərbaycan vətəndaşlarının, xüsusən sahibkarlar və müvafiq dövlət rəsmilərinin yolundan uzaq bir sıra məsələlərə və aydın hədəflənmiş məqsədlərə cavab verən tədbirlər görmək lazımdır. Buna görə,

KOS subyektərinin inkişafını daha da dəstəkləyən institusional dəyişikliklərin həyata keçirilməsi və onların inkişafı üçün daha əlverişli şəraitin yaradılması strateji əhəmiyyət daşıyır.

Kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı hər zaman dövlətin əsas məqsədlərindən biri olmuşdur. Bu məsələ Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı ilin 6 dekabr tarixli “Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlığ səviyəsində istehlak mallarının istehsalına dair “Strateji Yol Xəritəsində də öz əksini tapmışdır. Qeyd olunan sənəddə qısa, orta və uzunmüddətli dövr üçün strateji baxışlar, hədəf indikatorları, strateji hədəflər və strateji məqsədlər öz əksini tapmışdır.

2020-ci ilə qədər Azərbaycanda KOS inkişafının strateji nəzəriyyəsi biznes mühitinin daha da yaxşılaşdırılmasına, KOS-ların maliyyə resurslarına və satış bazarlarına çıxışının asanlaşdırılmasına, biznes biliklərinin və bacarıqlarının rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına və iqtisadi inkişafda onların rolunun artırılmasına yönəlib. Bu, 2020-ci ilə qədər ölkəmizdə KOS-ların inkişafı üçün hüquqi və tənzimləyici çərçivənin təkmilləşdirilməsi, institusional islahatların davam etdirilməsi, rəqabət mühitinin möhkəmləndirilməsi və KOS Agentliyinin yaradılması, zəruri intellektual və texniki resursların yaradılmasıdır. Həmçinin, icazə sənədlərinin əldə edilməsini sadələşdirmək üçün də müəyyən proqramlar hazırlanmış və həyata keçirilmişdir. Təqib edilən tədbirlərin müvəffəqiyyətlə yerinə yetirilməsi nəticəsində KOS ÜDM-in və məşğulluğun 15 və 20 faizi, ölkədə qeyri-neft ixracının payı isə 10 faizin əsas hədəflərindən biridir.

2025-ci ilə qədər Azərbaycanın uzunmüddətli görünüşü KOS-ların rəqabət qabiliyyətini daha da artırmaq, gündəlik istehlak mallarının təminatını, əsasən, KOS vasitəsi ilə KOS-lərin ÜDM-də və məşğulluğun payını əhəmiyyətli dərəcədə artırmaq, Azərbaycanda işgüzar mühit maliyyə resurslarından istifadə və beynəlxalq bazarlara çıxış imkanlarının yaxşılaşdırılması, eləcə də bütün müvafiq sahələrdə innovativ yanaşmaların tətbiqi yolu ilə KOS-ların inkişafı üçün daha əlverişli şərait yaradır və bununla da qeyri-neft sektorunun payını artırır. Qeyri-neft sektorunun və Azərbaycanda

yüksək gəlirli digər sektorların məşğulluq imkanlarının artması, KOS-un gücləndirilməsi və inkişafı nəticəsində 2025-ci ilə qədər Azərbaycanın iqtisadi potensialı artacaq, nəticədə ölkədəki rəqabətli mühiti tam şəkildə təmin olunacaq və bununla da, Azərbaycan yerli və həm də xarici investorların üçün ən əlverişli ölkələrdən biri olacaqdır. Kiçik və orta sahibkarların maliyyə mənbələrinə daha əlçatan olmasını təmin etmək üçün müvafiq tədbirlər həyata keçirilməlidir. Kredit zəmanəti fondu və xüsusi kredit bürosunun yaradılması nəticəsində yerli və xarici banklar öz maliyyə xidmətləri və kredit resurslarını KOS-lər üçün artırma biləcəklər və ölkədə ən səmərəli maliyyə təcrübələrindən faydalana biləcəklər. Beləliklə, Azərbaycanda özəl maliyyə institutları və investorlar tərəfindən maliyyələşdirilən yeni KOS-ların yaradılmasına, yüksək məhsuldarlıqlı sektorların inkişafına kömək edəcəkdir. 2025-ci ilə qədər Azərbaycanın uzunmüddətli görünüşü KOS-lərin rəqabət qabiliyyətini daha da artırmaq, gündəlik istehlak mallarının təminatını, əsasən, KOS vasitəsi ilə KOS-lərin ÜDM-də və məşğulluğun payını əhəmiyyətli dərəcədə artırmaq, Azərbaycanda işgüzar mühitə maliyyə resurslarından istifadə və beynəlxalq bazarlara çıxış imkanlarının yaxşılaşdırılması, eləcə də bütün müvafiq sahələrdə innovativ yanaşmaların tətbiqi yolu ilə KOS-ların inkişafı üçün daha əlverişli şərait yaradacaq və bununla da qeyri-neft sektorunun payını artırır. qeyri-neft sektoru və Azərbaycanda yüksək gəlirli sektorlarda məşğulluq imkanları. KOS-nun gücləndirilməsi və inkişafı nəticəsində 2025-ci ilə qədər Azərbaycanın iqtisadi potensialı artacaq, nəticədə ölkədə rəqabət mühiti tam təmin olunacaq və beləliklə, Azərbaycan həm yerli, həm də xarici investorlar üçün ən əlverişli ölkələrdən biridir. kiçik və orta sahibkarların maliyyə mənbələrinə daha əlçatan olmasını təmin etmək üçün müvafiq tədbirlər həyata keçiriləcəkdir. Kredit zəmanəti fondu və xüsusi kredit bürosunun yaradılması nəticəsində yerli və xarici banklar öz maliyyə xidmətləri və kredit resurslarını KOS-lər üçün artırma biləcəklər və ölkədə ən səmərəli maliyyə təcrübələrindən faydalana biləcəklər.

2025-ci ilə qədər olan dövr KOS-ların güclənməsiylə birlikdə, müəssisələr öz fəaliyyət sahələrində yeni biznes birliyi yaradırlar. Biznes birliklərinin inkişafı dövlət-

özəl dialoqun genişlənməsinə kömək edəcəkdir. Bu birliklər 2025-ci ilə qədər KOS-ların sektor üçün prioritetlərinə nail olmağa kömək edəcəkdir. Birliklər KOS Agentliyi ilə birlikdə müvafiq sektorlardakı müəssisələrin problemlərinin müntəzəm təhlilini aparacaq, müvafiq təşkilatlarda səsəndirəcək və həll yollarını axtaracaqlar. Tətbiq edilmiş islahatlar ölkənin güclənməsini təmin edəcək və Azərbaycanda qeyri-neft sektorunun inkişafına töhfə verməyə davam edəcəkdir. Azərbaycanda mövcud və yeni qurulan birliklər müvafiq maraqlı tərəflərlə birlikdə keyfiyyət göstəriciləri və əməliyyatlarını ölkəyə daha çox xarici investorların cəlb edilməsinə kömək edəcək ən yaxşı beynəlxalq təcrübələrə uyğunlaşdıraraq, KOS idarəetmə çərçivəsini və standartlarını təkmilləşdirəcəkdir.

KOS üzrə kredit zəmanət fondunun yaradılması, bu subyektlərin maliyyə risklərinin azalmasına səbəb ola bilər. Bu səbəblə, yerli valyutada zəmanət vermək qabiliyyəti araşdırılmalıdır. Kredit Zəmanət Fondu, KOS-ların ixrac məqsədləri üçün kredit ehtiyaclarını daha yaxşı qarşılamaq üçün əlavə imkanlar yaradılmalı, KOS-lar və daha sonra uzun müddətli perspektivə əsaslanaraq, yerli bazarlara çatmaq üçün kreditlərə verilən təminat daha da yüksək bir səviyyədə olmalıdır. Yerli valyutada verilmiş kreditlər üzrə KOS-lara təminat verilməlidir. Kredit Zəmanət Fondu tərəfindən pilot layihə olaraq kreditlər əsasən maşın və kənd təsərrüfatı məhsullarının emalı kimi potensial yüksək gəlirli sahələrə təmin edilə bilər. Fərdi KOS-ların seçilməsi üçün meyarlar ilk mərhələdə daha ciddi şəkildə müəyyənləşdirilməlidir. Beləliklə, seçmə zamanı əsas prioritetlər yüksək səviyyədə idarəetmə səviyyəsinə malik olan təsərrüfat subyektlərinə zəruri məlumatlar, qeydə alınmış strateji plan və kredit reytingi ilə tam təchiz olunmuş səviyyədə verilməlidir.

Verilən kreditlər bütün maraqlı tərəflərin həyata keçirildiyi planları reallaşdırmaqda və KOS-lar üçün maliyyə resurslarından istifadə imkanlarının yaxşılaşdırılmasını təmin edəcəkdir. İqtisadiyyat Nazirliyinin, Azərbaycan Respublikası Sahibkarlar (İşəgötürənlər) Təşkilatları Milli Konfederasiyası, Sahibkalar (İşəgötürənlər) Təşkilatları Milli Konfederasiyası, banklar, və digər maraqlı tərəfləri

müzakirə etmək və mövcud problemləri aradan qaldırmaq üçün fəaliyyət planlarını müzakirə etmək lazımdır Bundan əlavə, bu, KOS-ların maliyyə alətdərinə göstərdiyi təkmiləşdirmələri daim qiymətləndirmək və ictimaiyyətə mediya vasitəsilə məlumat vermək lazımdır.

Azərbaycanda mövcud KOS-nun inkişafına daha çox dəstək vermək üçün mövcud sənaye zonası təşəbbüslərinin həyata keçirilməsi sürətləndiriləcək, müvafiq sahələrdə bu zonaların sayı və həcmi genişləndiriləcəkdir. Başlangıç şirkətləri maliyyə dəstəyi artırmaq, logistika infrastrukturunun yaxşılaşdırılması və əlverişli kommunal xidmətlərin göstərilməsi yolu ilə rəqabətli biznes müəssisələrinə çevriləcəkdir. Azərbaycanda KOS-ların inkişafı bu inkişafı daha çox sənaye zonasında bu sadə təşviq və əlverişli həllərin təşviqi ilə sürətləndiriləcəkdir. Bu inkişafın davamlılığını təmin etmək məqsədilə müəssisələrdə qabaqcıl təcrübələr əsasında yaxşı biznes təlimləri təşkil ediləcək, KOS ehtiyaclarına uyğun olaraq peşə təhsil sisteminin yaradılması, biznes sektorunun elmi və texniki inkişafı təmin ediləcəkdir. Yeni biznes inkubatorları işəgötürənlərdən (idarəetmə təlimindən sərmayədarların şəbəkə təhsili almaq üçün) başlanğıclara məsləhət xidmətləri göstərmək üçün yaradılacaqdır. Beləliklə, Azərbaycanın yenilikçi startupları peşəkar idarəetmə vasitəsilə daha yüksək səviyyəyə çatacaq. Eyni məqsəd üçün, KOS biznes assosiasiyaları bu istiqamətdə görüləcək işləri yaxından izləyəcək, onların effektivliyini və müvafiq təşəbbüslərini və onların gətirdiyi faydaları müəyyənləşdirəcək və əgər varsa, bu maneələri həll etmək üçün bir hərəkət planı hazırlayacaqdır. Bu yenilik təşəbbüsləri universitetlər və peşə təhsil müəssisələri üçün təkrarlanacaqdır. Azərbaycanda sahibkarlıq düşüncəsinin inkişafı gənc nəslin və artıq peşə təhsil müəssisələrində çalışanların təlimləri nəticəsində təmin olunacaqdır. Sahibkarlıq anlayışı, universitetlərin təhsil proqramlarını birləşdirərək təşəbbüskarlıq ruhunu gücləndirməyə kömək edəcək, tələbələrin təhsil müəssisələrindən məzun olmasını öz bizneslərini yaratmağa təşviq edir. KOS müvafiq dövlət qurumları və təhsil müəssisələri ilə sıx əməkdaşlıq edəcək və tətbiqi elmlərin inkişafına xüsusi diqqət yetirəcəkdir. 2025-ci ildə Azərbaycan rəqabət mühiti, dövlət-özəl tərəfdaşlığın yeni

mərhələsi, yüksək ixtisaslı insan resursları və davamlı inkişaf edən qeyri-neft sektoru dövlət olacaqdır. Bu çərçivədə KOS, ölkənin iqtisadi inkişafında lider bir qüvvə olacaq və rəqabət məhsulları və xidmətləri sayəsində ölkənin idxalına əsas istehlak malları baxımından asılılığını azaldacaq. 2025-ci ilə qədər olan müddətə uzunmüddətli görmə nəticəsində, KOS-lərin ÜDM-də və istihdamda payı uyğun olaraq 35 faiz və 40 faiz təşkil edəcək, ölkədə qeyri-neft ixracının payı 25 faizdir.

2025-ci ildən sonrakı dövür üçün hədəflər isə Azərbaycanda ÜDM-in həcmində ən azı 60%-nin KOS tərəfindən hesablanması və qlobal dəyər zəncirlərini birləşdirən yerli KOS şəbəkəsinin yaradılmasını təmin etməkdir. Yəni KOS-lərin sayı və davamlılığının artması, qlobal dəyər zəncirlərindəki rolu, intellektual dəyərlərin formalaşmasında iştirak və daha çox gəlir təmin ediləcəkdir. KOS-lar tərəfindən enerji istifadəsinin səmərəliliyinin artırılması və alternativ və bərpa olunan enerji mənbələrinin istifadəsi təşviq olunacaqdır. Bütün sektorlarda inkişaf etmiş KOS şəbəkəsinin formalaşması diqqət mərkəzində saxlanacaq və uzunmüddətli dövrdə KOS-in ÜDM-də payı 60% -dən çox olacaqdır. İqtisadiyyatda rəqabət mühitinin daha da möhkəmləndirilməsi iqtisadi effektivliyin əsas amilidir və bu, bəzi müəssisələrin və xidmətlərin böyük sahibkardan KOS-lərə köçürülməsinə gətirib çıxaracaqdır. Nəticədə, KOS subyektlərinin fəaliyyətinin əhatə dairəsi genişləndiriləcəkdir. Diversifikasiya məqsədlərinə görə, qadınların KOS-lərdə bütün sahələr üzrə daha çox iştirakını təmin etmək üçün əlavə imkanlar yaradılacaqdır. Burada, hər bölgədə ən yaxşı nümunə olaraq qadınlar tərəfindən idarə olunan qadınların birbaşa stimullaşdırılması nəzərdə tutulur. Müvəffəqiyyətli qadın sahibkarlarla görüşlər və danışıqlar nəticəsində məlumatlandırma səviyyəsi daha da artacaqdır. Beləliklə, Azərbaycanın əsas işçi qüvvələrinə qadınların cəlb olunmasını artırmaq məqsədi daşıyır. Müasir iqtisadiyyatda qadın sahibkarlığı KOS-nun daha dinamik bir hissəsidir. Statistik məlumatlara görə dünyada yeni müəssisələrin 25 faizindən çoxu qadın yaratdı. Fransa və Böyük Britaniyadakı qadınlara bütün firmaların dördüdə biri və Almaniya üçüncüsü rəhbərlik edir. Yaponiyada bu rəqəm ABŞ-da 23% və 38% təşkil edir. Ümumi tendensiya inkişaf

etməkdə olan və inkişaf etməkdə olan ölkələrdə qadınların iqtisadi sahibkarlığın yüksəlməsidir.

Azərbaycanda qadınların iqtisadi sahibkarlığının artırılması və onların KOS-da geniş təmsil olunması sosial-iqtisadi inkişaf, o cümlədən məşğulluq baxımından vacibdir. Lakin təəssüf ki, qadın sahibkarlığı hələ də istənilən səviyyədə inkişaf etməyib. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına görə, 2015-ci ildə ölkə əhalisinin 50,2 faizi qadındır. Ölkənin iqtisadi cəhətdən fəal əhalisinin ümumi sayı (4915,3 min) qadınların sayı 2404,5 min nəfər təşkil edib. Məşğul əhalinin sayında qadınların nümayəndəliyi (4671,6 min) da azdır, çünki məşğul kişilərin sayı 2408,2 min nəfər, məşğul qadınların sayı isə 2263,4 min təşkil edir. Təbiidir ki, bu göstərici də işsizliyə təsir göstərir - 243,7 min işsizdən 141,1 min nəfər qadındır. Rəsmi statistika məlumatlarına görə, onlardan yalnız 11.1 min işsiz statusu alınıb. İqtisadi fəaliyyətlə məşğul olan kişilərin 58,8%-i kişi, 41,2%-i qadındır. Qadınlar təhsil, səhiyyə və incəsənət sahələrində daha çox iştirak edə bilirlər. Təhsil sahəsində işçilərin təxminən 71,4 faizi, səhiyyə və sosial işçilərin 76,6 faizi, istirahət, əyləncə və incəsənətdə çalışanların 63,6 faizi qadın idi. Qanunvericilik sahibkarlıq fəaliyyətində qadınlara heç bir məhdudiyət qoymur, ya da qadınlar üçün ayrı bir ayrı-seçkilik və imtiyaz müəyyən edilə bilməz. Sahibkarlıq fəaliyyəti, vergi öhdəlikləri, yoxlamaların aparılması, pozulmuş hüquqların bərpası və s. Dövlət qeydiyyatından lisenziya və icazələrin alınması Sahibkarlıq subyektləri heç bir cinsi fərqlilik və prioritetləri müəyyən etmədən öz hüquqlarını həyata keçirmək üçün bərabər imkanlara malikdirlər.

Azərbaycanda 2025-ci ildən sonrakı dövrdə daha diversifikasiyalı olmayan qeyri-neft iqtisadiyyatının formalaşdırılması üçün əlavə tədbirlər görülməli və əlavə dəyər zəncirlərinin genişləndirilməsi nəticəsində KOS bu transformasiyanın əsas sürücüsü olacaqdır. Kiçik və Orta Sahibkarlar yalnız tək-cə xammal istehsalçıları deyil, həm də onların intellektual potensialını davamlı artırırırlar və bu dəyişməni yerli səviyyədə başa çatdırmaq üçün dəyər zəncirlərinin müxtəlif mərhələlərini əhatə edən yenilik axtararaq, ölkə daxilində qazandıqları dəyərin qalıcılığını təmin edəcəklər.

KOS-un sürətli inkişafına. Qiymət zəncirindəki maneələrin aradan qaldırılmasından sonra Azərbaycanda müxtəlif sahələrdə daha çox yerli məhsul istehsal ediləcək ki, bu da mallara idxaldan asılılığı tamamilə aradan qaldıracaq. Kiçik və orta müəssisələrin alternativ və bərpa olunan enerji mənbələrinə keçidinə və "yaşıl iqtisadiyyata" keçidinə görə bu dövrdə hüquqi çərçivənin və maliyyə təşəbbüslərinin aradan qaldırılması üçün tədbirlər həyata keçiriləcəkdir. Qiymət zəncirinin müxtəlif mərhələlərində KOS-nun müxtəlif seqmentlərinə əlavə olaraq, bəzi KOS-lar "yerli flaqman" səviyyəsinə qədər artacaq, yəni əsas kommersiya qurumları olacaqdır. Bu şirkətlər, sektorda yerli tələbatın ödənilməsi ilə yanaşı, keyfiyyəti və "know-how" kimi regional oyunçu olmaq potensialına malik olacaqlar. Kiçik və orta müəssisələr öz fəaliyyətlərini genişləndirmək və bu sektorlarda öz şirkətlərini yaratmaq üçün birbaşa xarici investisiyaların cəlb edilməsində maraqlı olan yeni sahibkarlar üçün qabaqcıl təcrübələrin tətbiqində mühüm rol oynayacaqlar.

2025-ci ildən sonra perspektivdə yerli özəl sektorlara olan tələbatdan sonra güclü yerli şirkətlər və çoxsaylı KOS-lar ticarət şəbəkəsini beynəlxalq bazarlarla, xüsusilə də ətraf rayonlarda birləşdirərək Azərbaycanda qeyri-neft ixracının əhəmiyyətli artımına müsbət təsir göstərəcəkdir. Azərbaycanda KOS payını, xüsusən də xarici ticarətdə payı 40% -ə çatdırmaq planlaşdırılır. Eyni zamanda, 2025-ci ildən etibarən KOS-lərin ÜDM-də və istihdamda payının 60 və 70 faizi artması hədəflənir. Hədəflərin həyata keçirilməsi növbəti on ildə Azərbaycanda daha əlverişli biznes mühitinin yaradılması, KOS-nun inkişafına, müvafiq dövlət qurumlarının iştirakı və səylərinə, xüsusilə də ölkəmizdə fəaliyyət göstərən dövlət qurumları vasitəsilə müxtəlif proqram və layihələrin həyata keçirilməsi yolu ilə mümkün olacaqdır. zəruri proseslərin sadələşdirilməsi və şəffaflığı. Həm də bir sıra göstəricilər, məqsədlər və s. Daxildir. KOS-un prioritetləri nəticəsində aşağıdakılar nəzərdə tutulur:

- KOS-un ÜDM-dəki payı həcmnin 15 faizə çatdırılması;
- KOS-un məşğulluqdakı payının həcmnin 20 faizə-dək artırılması;
- KOS-un ölkənin qeyri-neft ixracındakı həcmnin 10 faiz kimi çatdırılması;

- 2020-ci ildə kimi real ÜDM-in 1.26 milyard manat artması;
- 2020-cı il üçün daha 34240 müasir və yeni iş yerinin açılması.

KOS-un inkişafına uyğun olaraq nəzərdə tutulan planlar üzrə isə aşağıdakı başlıca icra göstəriciləri müəyyən edilə bilər:

- sənaye klasterlərinin daxilində istehsal olunan məhsularda KOS subyektlərinin pay həcmində 40%-ə kimi çatdırılması;
- KOS subyektlərindəki mübahisələrin məhkəməyə qədər həlli ilə bağlı göstəricilərinin 2 dəfə yaxşılaşdırılması;
- KOS subyektlərinin yenidən bərpasının (iflas olma vəziyyətindən) 4%-ə kimi çatdırılması;
- daşınar əmlakın ölkədəki banklar tərəfindən təminat qismində qəbul olunması göstəricisinin 2 dəfəyə kimi artırılması;
- lizinq əməliyyatlarının ÜDM-dəki həcmində 2 faizə çatdırılması;
- qeyri-neft sektorunda ixracda 5 faizlik artımın əldə olunması;
- 3-5 model tipli müəsisənin təşkili;
- 5 yeni və müasir biznes inkubatorunun təşkili;
- il boyunca ən azı daha 25 yeni startap layihəsinə başlanılması;
- il boyunca azı daha 1000 kiçik və orta sahibkarın xüsusi formada təlimlərinin təşkili;
- 3 yeni innovasiya yönümlü regional klasterin təşkili.

KOS üzrə strateji məqsədlərdə müəyyən olunmuşdur ki, onlar aşağıdakılardan əsas başlıqlardan ibarətdir:

- KOS-un inkişafı üçün daha da əlverişli biznes mühitinin təşkili;
- KOS-un rəqabətqabiliyyətliliyinin və iqtisadiyattakı rolunun genişləndirilməsi;
- ölkədə istehsal edilən iş və xidmətlərin bütün mümkün hissəsinin, xüsusi ilə də intellektual hissəsinin KOS və bununla bağlı olaraq, innovasiyaların inkişafı yolu ilə təşkilinə nail olunması;
- KOS-un ölkədə məşğulluğun təmin edilməsindəki əhəmiyyətinin artırılması;

- istehlak mallarının KOS subyektləri vasitəsilə istehsal edilməsinə nail olunması;
- KOS subyektlərinin ixrac etdikləri malların dövlətin ümumi ixracındakı həcmnin artırılması.

Son illərdə Azərbaycan Respublikasında iqtisadiyatın davamlı inkişafına və rəqabət qabiliyyətinin təmin edilməsinə nail olmaq üçün genişmiqyaslı tədbirlər həyata keçirilmişdir. İqtisadi islahatlar və iqtisadiyatın qeyri-neft sektorunda fəaliyyət gösdərən sahibkarlığın subyektlərinin dəstəyi, həmçinin əlavə ayrı-seçkilik və stimullaşdırma siyasətlərinin tətbiqi nəticəsində bu sahədə əhəmiyyətli irəliləyişlər olmuşdur. Beləliklə, 2004-cü ildən bu yana, sahibkarlığın inkişafında yeni bir mərhələ baş verdi. 2015-ci ildə özəl sektorun ÜDM-də və məşğulluğunda payı uyğun olaraq 81 faiz və 75 faiz təşkil etmişdir. 2016-cı il 1 iyul tarixindən bu yana ölkədə qeydiyyatdan keçmiş sahibkarlığın subyektlərinin sayı isə 700 min keçib.

Sahibkarlıq sahəsində yoxlamaların yoxlanılması və müfəttişlərin məlumatlandırılması sahəsində iki illik yoxlama dayandırılması KOS sahəsinə müsbət təsirini göstərmişdir. Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Apellyasiya Şuralarının və mərkəzi və yerli icra hakimiyyəti orqanlarının yaradılması xərclərinin azaldılmasında da əhəmiyyətli rol oynayacaqdır ki, bu da xərclərin azaldılması və istehsal xərclərinə yansımalarıdır. Sərhəddə "bir pəncərə" sisteminin tətbiqi, "Yaşıl dəhliz" dən istifadə qaydaları və Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 920 sayılı Fərmanı ilə təsdiq edilmiş malların və nəqliyyat vasitələrinin gömrük sərhədindən keçmək üçün digər vergi sistemlərinin tətbiqi 21, 2016-cı il, eyni zamanda KOS-ların xarici tərkib hissələrindən asılılığı artırmaqla, iqtisadiyyatın neftə olan asılılığını minimuma endirmək, KOS-lara əsaslanan rəqabət qabiliyyətli istehsal imkanlarının artırılması da əlavə tədbirlər tələb edir. investisiya mühitləri əsas strateji hədəflərdən biri kimi müəyyən edilmişdir və bu məqsədə nail olmaq üçün dövlət-sahibkarlıq əlaqələrini təşviq etmək və biznes və investisiya mühitini dəstəkləmək vacibdir. Bu məqsəd üçün prioritet məsələ qeyri-qanuni müdaxilələrin və maneənlərin aradan qaldırılmasıdır. sahibkarlıq fəaliyyəti, sahibkarlığın dövlət tənzimlənməsi üçün inzibati

qaydaların və prosedurların təkmilləşdirilməsi, təşviq mexanizmlərinin tətbiqi e-dövlət xidmətlərinin əhatə dairəsinin genişləndirilməsi lazımdır. Ölkədə KOS-un inkişafı investisiya mühitinin yerli və xarici investorlar üçün əlverişliliyinin daha da yüksəldilməsi, ən müasir və qabaqcıl beynəlxalq təcrübəyə uyğun olaraq daha da cəlbedici olan biznes mühitinin yaradılması da prioritetlər sırasında olacaqdır.

III Fəsil AİLƏ BİZNESİNƏ DƏSTƏYİN SƏMƏRƏLİ TƏŞKİLİ YOLLARI

3.1. “ ABAD” sahibkarlığın inkişafında alət kimi

Ölkəmizdə ailə biznesinin inkişafı istiqamətində atılan addımlardan biri də şübhəsiz ki, “ABAD” publik hüquqi şəxsin təşkili olmuşdur. Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyinin (ASAN xidmət) nəzdində “ABAD” publik hüquqi şəxs Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin 2016-cı il 23 sentyabr tarixli Fərmanına uyğun olaraqdan yaradılıb. Həmin fərmana əsasən, Azərbaycan Respublikasının sosial-iqtisadi inkişafında vətəndaşların fəal iştirakına, kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına, əhalinin məşğulluq səviyyəsinin artırılmasına və rəqabət qabiliyyəti olan ailə təsərrüfatlarının formalaşdırılmasına dəstək olmaq məqsədi ilə sosial istiqamətli layhələr həyata keçirən “ABAD” (Ailə Biznesinə Asan Dəstək) mərkəzləri yaradılır. “ABAD”-ın fəaliyyət istiqamətləri, əsas hüquq və vəzifələri onun nizamnaməsinə əsasən müəyyən olunur. “ABAD” ailə biznesi üzrə brendləşmə, müştəriyə və tələbata yönümlülük, keyfiyyət, vahid yanaşma, innovasiya prinsipləri və iqtisadi sahədə qabaqcıl digər beynəlxalq prinsip və standartlar nəzərə alınmaqla aşağıdakı istiqamətlərdə fəaliyyət göstərir:

- Azərbaycan Respublikasının ərazisində ailə biznesinə dəstək siyasətinin təşkilində iştirak və bu siyasətin həyata keçirilməsinin təmin edilməsi;
- ailə təsərrüfatı subyektlərinə, kiçik və orta sahibkarlara kömək layihələrinin həyata keçirilməsi, bu layihələrin maliyələşdirilməsi üçün fondun yaradılması;
- ABAD-ın layihələri üçün ailə təsərrüfatlarının, kiçik və orta sahibkarları müəyyənləşdirilməsi və eyni zamanda təsərrüfat məhsullarının istehsalının təşkili üçün ən yeni və müasir texnoloji istehsal avadanlıqlarından istifadə olunmasına şəraitin yaradılması;

- ailə təsərrüfatlarına və eləcə də kiçik və orta sahibkarlara müvafiq biznes planlarının hazırlanmasında, marketinq, brendinq və dizayn, həmçinin hüquqi yardım, maliyə, kredit xidmətlərinin göstərilməsi;
- istehsal olunmuş məhsulların sertifikatlaşdırılmasının sadələşdirilmiş olaraq “bir pəncərə” prinsipi əsasında səmərəli təşkili;
- istehsal olunan məhsulların daşınmasının və satışın təşkili olunması;
- istehsal avadanlıqlarının istifadə və bununla bağlı təlimlərin keçirilməsi, həmin avadanlıqlara texniki dəstəyin təşkili, xarici təcrübə, kənd təsərrüfatı sahəsində istifadə olunan yenil texnoloji yeniliklər ilə məlumatlandırma;
- istehsalçıya sahibkarlığın fəaliyyətinin inkişaf etdirilməsi ilə bağlı başqa tədbirlərin təşkili olunması;
- ailə bizneslərinə dəstək layihələrinin tənzimlənməsi ilə bağlı hüquqi aktların layihələrinin hazırlanmasında iştirak edilməsi;
- ailə bizneslərinin inkişaf etdirilməsində ən son texnologiya və innovasiyaların tətbiq edilməsi və informasiya texnologiyaları sistemlərinin formalaşdırılması;
- ailə biznesinə kömək çərçivəsində layihələrə davamlı və eləcə də hərtərəfli nəzarət və qiymətləndirmə prosesinin həyata keçirilməsi, yoxlamaların aparılması və ya bu yoxlamaların təşkilinin üçüncü şəxslərə etibar edilməsi, hesabatlarının alınması;
- inkişafda vətəndaş iştirakının təmin edilməsi, əhəlinin məşğulluğunun artırılması istiqamətində əlavə imkanların yaradılması;
- mərkəzlərin tam şəkildə idarə edilməsinin, həmin mərkəzlərə müraciət edən ailələrin, kiçik və orta sahibkar subyektlərinin fəaliyyətinin əlaqələndirilməsi
- fəaliyyət növünə uyğun olaraq qəbul edilən dövlət proqramlarının və inkişaf konsepsiyalarının təşkilində iştirak etmək.

Eyni zamanda ABAD aşağıdakı bəzi vəzifələri yerinə yetirir:

- mərkəzlərin fəaliyyətini, onların vahid idarəçiliyini, bu mərkəzlərə müraciət edən subyektlərin fəaliyyətinin əlaqələndirilməsini təşkil edir;

- ailə təsərrüfatlarının inkişafı üçün fəaliyyət planı hazırlayır, onun həyata keçirilməsini əlaqələndirir, müqavilələr bağlayır və həyata keçirir;
- Ailə biznesinin dəstəklənməsi üzrə dövlət proqramını hazırlayır və həyata keçirir
- Ailə təsərrüfatları çərçivəsində müvafiq ailələri seçir, fəaliyyətlərini araşdırır, ölkə üzrə regionları analiz edir, fermələri müvafiq mənbələrdən maliyyələşdirmək, ailələri dəstəkləyir, istehsal, saxlama, qablaşdırma, satış və çatdırılması üzrə məsləhət xidmətləri həyata keçirir. məhsullar;
- ailə təsərrüfatının dəstəklənməsi layihələrini, biznes sahələri və investisiyaları təbliğ etmək üçün əhəlinin maarifləndirilməsi üçün tədbirlər görür;

ABAD mərkəzləri dekorativ tətbiqi xalq sənəti və kənd təsərrüfatı sahəsində ailə biznesinin layihələrini də dəstəkləyirlər. "ABAD" mərkəzləri həmçinin ailə şirkətlərinə biznes planlaşdırma, marketinq, markalaşma və dizayn daxil olmaqla, maliyyə, mühasibat, hüquqi yardım göstərməklə təmin edir. "ABAD", istehsal edilmiş məhsulların "bir pəncərə" prinsipi əsasında daxil olan məhsulların və satışların sertifikatlaşdırılmasını həyata keçirir. Layihə çərçivəsində hazırlanan məhsullar ailənin markası əsasında və məhsulun ABAD nəzarəti altında istehsal edildiyini göstərən marka əsasında yerləşdirilir. Tətbiq sənəti sahəsində çalışan ailələrə dəstək verilməsi çərçivəsində Tufandağ xizək mərkəzində Qəbələ rayonunun Dorusu kəndi, Şamaxı rayonunun Dəmirçi kəndində, Bakı dəmir yolu stansiyasının ərazisində "ABAD" sərqi və satış mərkəzləri fəaliyyət göstərir. Mərkəzlərdə Azərbaycanın müxtəlif bölgələrindən olan ailələrin əl işləri və ABAD ailələrinin mürəbbə və cəm məhsulları satışa çıxarılmışdır. Fəaliyyətinin üçüncü ilində olmasına baxmayaraq, ABAD tərəfindən böyük işlər görülmüşdür. Aşağıda (cədvəl 8,9) keçən dövrlər ərzində ABAD-ın kommertiya fəaliyyəti haqqında məlumatlar qeyd olunmuşdur.

Cədvəl 7: ABAD-ın 2017-ci il üzrə kommersiya fəaliyyəti üzrə daxilolmalar (manatla)

Satış mənbələri	Satış həcmi	ABAD-çılara köçürülən	ABAD-a qalan
Etno-butiklər	330595.25	246179.11	118433.68
Bravo	3167.54		
Korporativ sifarişlər(digər)	30850		
Cəmi	364612.79		

Mənbə: “ABAD” publik hüquqi şəxs.

Fəaliyyətinin birinci ilində olmasına, belə bir təcrübənin nəyinki ölkəmizdə hətta dünya təcrübəsində də ilk olmasına baxmayaraq, rəqəmlərdən də göründüyü kimi kifayət qədər böyük daxilolmalar olmuşdur.

Cədvəl 8: ABAD-ın 2018-ci il üzrə kommersiya fəaliyyəti üzrə daxilolmalar (manatla)

Satış mənbələri	Satış həcmi	ABAD-çılara köçürülən	ABAD-a qalan
Etno-butiklər	837668.59	705347.01	260472.77
Bravo	44487.11		
Korporativ sifarişlər(digər)	83664.08		
Cəmi	965819.78		

Mənbə: “ABAD” publik hüquqi şəxs.

Verilən hər iki cədvələ nəzər salsaq, fəaliyyətinin birinci ili ilə müqaisədə 2018-ci ildə satış həcmnin təqribən 3 dəfəyə yaxın artdığının şahidi oluruq. Nəzərə alsaq ki, 2 il ərzində satış həcmi təqribən milyona yaxın olmuşdur, bu kifayət qədər böyük göstəricidir. Ayrı-ayrı qruplar (iqtisadi coğrafi rayonlar, gender tərkibi, fəaliyyət növü) üzrə də ABAD-ın fəaliyyətinə nəzər yetirmək lazımdır. 2019-cu ilin yanvar ayının məlumatlarına əsasən 332 ABAD-çı qeyd olunan qruplar üzrə məl aşağıdakı cədvəldə əks olunmuşdur (cədvəl 9). Cədvəldən də aydın olduğu kimi, demək olar ki, hər bir iqtisadi rayon üzrə ABAD-çılar fəaliyyət göstərir. Qeyd olunan məlumatlardan göründüyü kimi, ABAD həmçinin Fhibkarlığının inkişafında da xüsusi yer tutur.

Ümumilikdə 332 ABAD-çının 196 sı qadınların payına düşür. Həmçinin burada sənətkarlıqla məşğul olanları da xüsusi ilə vurğulamaq lazımdır. Hansı ki, həmin sənətkarların yaratdıqları məhsulların bir çoxu tarixi mədəni dəyərlərimizi qorumaq və onların gələcək nəsillərə ötürülməsində əhəmiyyətli rol oynayır. Onu da qeyd etməliyik ki, ABAD təkəcə həmin şəxslərin hazırladığı məhsul və xidmətlərin satışını deyil, eyni zamanda həmin subyektlərə maliyyə, mühasibatlıq, vergi, marketinq və s. sahələr üzrə də yardım göstərir.

Cədvəl 9: İqtisadi coğrafi rayonlar üzrə ABAD-çılarının sayı

İqtisadi rayonlar	coğrafi		Sənətkarlıq		Digər	İqtisadi coğrafi rayonlar üzrə cəmi	Kişi	Qadın
	Qida məhsulları							
	MMC-lər	Fiziki şəxslər	MMC-lər	Fiziki şəxslər				
Abşeron	6	6	4	182	2	200	44	147
Lənkəran		11		13		24	16	8
Şəki-Zaqatala	2	13		24	1	40	23	14
Aran		1		10		11	6	5
Dağlıq-Şirvan		7		18		25	16	9
Gəncə-Qazax				8		8	6	2
Yuxarı Qarabağ				3		3	2	1
Quba-Xaçmaz	1	3	1	15		20	8	10
Naxçıvan MR				1		1	1	
CƏMİ	9	41	5	274	3	332	122	196

Mənbə: “ABAD” public hüquqi şəxs

ABAD-ın fəaliyyəti nəticəsində həmin məhsullar brendləşir və bazarda özünə yer tutur. İstehsal olunan məhsulların həm yerli, həm də beynəlxalq standartlara uyğun olmasına xüsusilə diqqət yetirilir, müvafiq sertifikatlarla təmin olunurlar.

3.2. Ailə biznesinə mane olan faktorlar və onların aradan qaldırılması yolları

Azərbaycanda KOS-un və eləcə də bütövlükdə, ölkə iqtisadiyyatının inkişaf etdirilməsi üçün böyük potensial və geniş imkanlar mövcuddur. Bunun üçün ümumi biznes şəraitinin daha da yaxşılaşdırılması, eləcə də maliyyə mənbələrinə çıxış imkanlarının daha da səmərəli, sərfəli və effektiv təşkil olunması, kiçik və orta sahibkarlığın subyektlərinin yerli və xarici bazarlara çıxışının təmin edilməsi, bacarıqlı və ixtisaslı kadrların yetişdirilməsi kimi atılmalı olan vacib addımlar vardır. Bu məqsədlə, dövlət tərəfindən bir çox addımlar atılır və atılmaqdadır. Kiçik və orta sahibkarlığın əhəmiyyətini daha da yaxşı baş düşmək üçün onun SWOT(GZİT) təhlili aşağıda verilmişdir. İlk olaraq güclü tərəflərə nəzər salaq:

- sahibkarlıq sahəsində qanunvericilik bazası;
- Qlobal rəqabət qabiliyyətinin əsas göstəricilərində əhəmiyyətli irəliləyiş;
- asan biznes üçün imkanların mövcudluğu;
- "elektron hökumətin" davamlı genişləndirilməsi;
- son illər biznes mühitinin islahatında irəliləyiş əldə etmək ("bir pəncərə" prinsipi, "elektron hökumət" və s.);
- Xarici ticarət qaydalarının asanlaşdırılması;
- əlverişli infrastrukturun mövcudluğu;
- KOS-un inkişafına dövlət dəstəyi;
- Enerji daşıyıcılarının xərcləri qonşu ölkələrlə müqayisədə ucuz olması

Zəif tərəflər:

- Dövlətin KOS subyektlərinə qarşı müxtəlif meyarlar üzrə ünvanlı dəstək siyasətinin həyata keçirilməsi;
- bu sahədə dövlət-özəl tərəfdaşlığın olmaması və əlaqələndirilməsi;
- müxtəlif sahibkarlıq subyektləri arasında zəif əlaqə;
- Maliyyə resurslarına çıxışında çətinliklər;

- maliyyə sektorunda təklif olunan məhsulların və xidmətlərin lazımi qədər inkişaf etməməsi;
- dövlətin dəstək mexanizmlərinin sahibkarlığa təsirinin müəyyən olunmasında monitorinqin və qiymətləndirmə üsulunun zəifliyi;
- yüksək ixtisaslı mütəxəssislərin olmaması;
- Orta səviyyədə idarəetmə bacarıqları ilə iş bacarıqlarının az olması;
- dövlət və özəl sektor və peşə təhsil müəssisələri arasında zəif əməkdaşlıq;
- KOS-larda koordinasiyalı ixtisaslaşmış bir dövlət təşkilatının olmaması;
- dövlət satınalmalarında KOS-lərin iştirakını dəstəkləyən xüsusi müddəaların olmaması;
- KOS subyektlərini dəstəkləyən dövlət orqanlarının və xüsusi qurumların məhdud sayı;
- biznes fəaliyyətinin çatışmazlığı;
- aşağı beynəlxalq ticarət bacarığı;
- tədqiqat və innovasiya qurumları və KOS-lər arasında zəif əməkdaşlıq;
- KOS üçün əlçatan məsləhət xidmətlərinin olmaması;
- Beynəlxalq və regional bazarlara çıxışda çətinliklər.

İmkanlar:

- Maliyyə əldə etmək imkanlarını artırmaq, özəl kredit büroları və daşınar mallar üçün qeydiyyat xidmətlərinə çıxış imkanı yaratmaq;
- qeyri-neft sektorunun inkişafında potensial KOS-lardan istifadə səviyyəsinin artırılması;
- Dövlət satınalmaları və infrastruktur layihələrində KOS-lərin iştirakı;
- müxtəlif beynəlxalq proqramlar üçün imkanların genişləndirilməsi yolu ilə KOS-lərə əlavə dəstək vermək;
- KOS subyektləri üçün konsaltinq xidmətləri və zəruri sənədlərin əldə edilməsi üçün mərkəzlərin yaradılması;

- bazarın ehtiyaclarına uyğun olan biznes və peşə ixtisas təhsili imkanlarının artırılması;
- Ayrı-ayrı ixtisaslar üzrə "həyatı boyu öyrənmə" prinsipi əsasında təlim mərkəzlərinin yaradılması;
- İstehsal sahələrinin diversifikasiyası və iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi;
- Potensial işçi qüvvəsi çatışmazlığı.

Təhlükələr:

- Xarici iqtisadi faktorların təsiri (maliyyə böhranları, xarici bazarlarda tələbatın aşağı enməsi və s.);
- beynəlxalq bazarlarda yerli KOS-ların rəqabət qabiliyyətinin az olması;
- KOS subyektləri peşə təhsilinə kifayət qədər diqqət yetirmirlər;
- ayrı ölkələr tərəfindən xarici bazarlara çıxışın məhdudlaşdırılması qaydalarını tətbiq etmək;
- məşğulluq təminatında çətinliklər;
- Yeni yaradılan sənaye parklarında sakinlər üçün vergiyə cəlb olunan qeyri-rezident KOS-ların rəqabət qabiliyyətinin azaldılması.

Bütün bu qeyd olunanlarla yanaşı, KOS subyektlərinin fəaliyyətinə mane olan bir sıra amillərə də nəzər salmaq lazımdır. Burada qeyd olunmalı əsas amillərdən biri qanunvericilik bazasıdır. Beləki, hər bir dövlətin əsas məqsədlərindən biri mükəmməl qanunvericilik bazasının formalaşdırılmasına nail olmaqdır. Əks halda, həm dövlət, həm də özəl sektorda fəaliyyət göstərən müxtəlif qurumların fəaliyyətində, eləcə də dövlətin müəyyən etdiyi hədəflərə çatmaqda müəyyən çətinliklərin yaranması qaçınılmazdır. Sahibkarlıq fəaliyyətinin davamlı inkişafı Azərbaycanda dövlətin iqtisadi siyasətinin mühüm tərkib hissəsidir. Son illərdə qanunvericilik bazasının, eləcə də inzibati prosedurların və həmçinin dövlət-sahibkar münasibətlərinin təkmilləşdirilməsi istiqamətində dövlət tərəfindən birgə tədbirlər həyata keçirilmişdir. Qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsi sahəsində tətbiq edilən əsas və qabaqcıl alətlərdən biri qanunvericiliyin təsirinin analizi olunması sistemidir. Mövcud və ya təklif olunan

normativ və qeyri-normativ hüquqi aktların qiymətləndirilməsinə daha geniş yanaşma təmin edən bu sistem, mövcud problemlərin araşdırılmasında, hökumətin qərarlarının düzgün və uyğun olduğunu müəyyənləşdirməkdə, mənfi halların minimuma endirilməsində əhəmiyyətli rol oynayır bir vasitədir. Bu sistem, qərarların təhlil edilmədən birbaşa alınmasına mane olur və müvafiq orqanlara müvafiq məlumatlar verərək qərarlar qəbul prosesində mümkün variantları təklif edir. Qanunvericiliyin maraqlı tərəflərlə ictimai müzakirəsi, bu partiyaların mövqelərini öyrənmək və onlara təsirlər təhlilin mühüm bir hissəsi hesab olunur. Beləliklə, qanunvericilik analizinin təsiri normativ-hüquqi aktların tərtib edilməsinin ayrılmaz tərkib hissəsi olan rəsmi prosesdir və beləliklə, özəl sektorun mövqeyini normativ-hüquqi aktın qəbul edilməsinin təsirindən öyrənir. İctimai məsləhətləşmələrin düzgün təşkili yeni qanunvericiliyin və mümkün təsirlərin effektivliyi barədə daha effektiv məlumatlara imkan verəcəkdir. Beləliklə, qanunvericiliyin ölkəmizə təsirinin təhlili bir zərurətdir. Beynəlxalq təcrübədə infrastruktur layihələrinin maliyyələşdirilməsində özəl sektorun iştirakını təmin etmək üçün dövlət-özəl tərəfdaşlıq təcrübəsi geniş yayılmışdır. Beləliklə, infrastruktur layihələrinin həyata keçirilməsi genişmiqyaslı investisiyaların və dövlətin maliyyə resurslarının bu səviyyədə qarşılınması imkanını tələb etməsi səbəbindən bu layihələrin həyata keçirilməsində xüsusi investisiyalar üstünlük təşkil edir. Bu halda, özəl sektor infrastruktur layihələrini maliyyələşdirir və uzun müddətli infrastruktur layihələrini idarə edir, tədricən öz investisiyalarını azaldır və infrastruktur dövlətə ötürür. Dünya Bankının məlumatına görə, 2015-ci ildə dünyada 52,3 milyard dollarlıq infrastruktur layihələri üçün dövlət-özəl ortaqlıq mexanizmi qoyulmuşdur. Dünyada bu mexanizm telekommunikasiya xətlərinin təmiri və tikintisi, hava limanları, dəmir yolları, dəniz limanları, avtomobil yolları, elektrik enerjisi, su, qaz kimi infrastruktur obyektlərinin maliyyələşdirilməsini təmin edir.

Azərbaycanda həyata keçirilən iqtisadi islahatların səmərəliliyinin artırılması özəl sektorla sıx əməkdaşlığın qurulmasını tələb edir və bu istiqamətdə diqqət mərkəzində olan əsas məsələ dövlət-özəl tərəfdaşlıqdır. Ötən illərdə dövlət-özəl

tərəfdaşlığın möhkəmləndirilməsi üçün tənzimləyici çərçivənin təkmilləşdirilməsinə dair söylərə baxmayaraq, daha çox iş görülməlidir. Bu məsələlər dövlət-özəl tərəfdaşlıq müqavilələrinin hazırlanmasını, Azərbaycan Respublikasında dövlət-özəl tərəfdaşlıq sahələri üzrə müvafiq sahələrin siyahısını və digər müvafiq formaların, habelə digər normativ sənədlərin qəbulunun və s. daxildir. Dövlət ehtiyacları üçün mal və xidmətlərin (xidmətlərin) dövlət satınalmalarının həyata keçirilməsində KOS subyektlərindən daha çox istifadə etmək lazımdır.

Bazar iqtisadiyyatında rəqabət, qiymətlərin özünü tənzimləməsi və tələb və təklifə uyğun bazarda tələbat və qiymət balansının ən vacib şərtlərindən biridir. Bazarda sağlam rəqabət mühiti təmin edildikdə hər hansı bazarda bir məhsulun qiymətinin artırılması istehlakçıların alternativ variantlara gətirib çıxarır. Eyni məhsulun digər rəqabətli bazar müəssisələri tərəfindən təklif olunan aşağı qiymət bazar rəqabətin eyni malların ümumi qiyməti və qiymət formalaşmasının bazar mexanizminin fəaliyyəti ilə yaradılan nöqtəyə bazarını aşağı salmaqla qiymətləri aşağı salmağa məcbur edir. Rəqabət mühitinin mövcudluğunun əsas əlamətlərindən biri sərbətsiz sayda iştirakçının, bazarda sərbəst şəkildə çıxış etmək və bazardan çıxma qabiliyyətidir. Bu deməkdir ki, hər bir şəxs sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul ola bilər və istənilən vaxt onu dayandıra bilər. Bundan əlavə, iqtisadiyyatda durğunluğun aradan qaldırılması və bank sektorunun inkişafı üçün iqtisadi inkişafı sürətləndirmək üçün real sektorun maliyyə sektoruna çıxış təmin etmək və biznes potensialının artırılması tələb olunur. Sağlam rəqabət mühitində məhsuldarlığı və keyfiyyəti yüksəltmək, yeni texnologiyalar və yeniliklər tətbiq etməklə, bazarda mövqeyini qoruyub saxlayan sahibkarlıq subyektlərinə bank kreditləri tətbiq etmək, həm də pulun sürətləndirici səviyyəsini, iqtisadiyyatın pul qazanma qabiliyyətini artırır. Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyi yanında Antiinhisar Siyasəti və İstehlakçı Hüquqlarının Müdafiəsi Xidməti Azərbaycan Respublikasında anti-monopoliya fəaliyyəti üçün məsuliyyət daşıyır. Ölkəmizdə inhisarçılıq və ədalətsiz rəqabətin olmaması dövlətin iqtisadiyyatın tənzimlənməsində strateji vəzifələrindən biri kimi müəyyən edilmişdir. Rəqabət

mühitinin daha da yaxşılaşdırılması üçün qanunvericilik bazasını təkmilləşdirmək və institusional idarəetmə mexanizmini gücləndirmək lazımdır. Beləliklə, ölkənin qarşısında duran əsas problemlərdən biri iqtisadiyyatın ixrac yönümlülüyünü və idxal əvəzini təmin etməkdir. Bunun əsas hədəfi yerli istehsalın rəqabət qabiliyyətini artırmaqdır. Rəqabətli rəqabət rəqabət mühitinin rəqabətli olduğu bazarda rəqabət təzyiqi ilə mümkündür. Beləliklə, bazar subyektləri arasında rəqabət təzyiqi məhsuldarlığın və iqtisadi mənfəətin artmasına, texnologiyanın və yeniliklərin geniş yayılmasına kömək edir. İxrac əvəzetmə və ixrac təşviqatına nail olmaq, təkcə rəqabət şəraitində iqtisadiyyata likvidlik dəstəyi təmin etməklə mümkündür, çünki yalnız yerli məhsul və xidmətlərin rəqabət qabiliyyətinə nail ola bilər.

Sahibkarların hüquq və qanuni mənafeələrinin qorunması və sahibkarlıq subyektlərinin qanuni maraqlarının qorunması məqsədilə "Sahibkarlığ sahəsində aparılan yoxlamaların tənzimlənməsində və sahibka maraqlarının müdafiəsi haqqında" 2013-cü il 2 iyul tarixli 714-IVQ nömrəli qanunu qəbul edilmişdir. müxtəlif dövlət orqanları. Qanun qanuni, yoxlamanın məqsədi və prinsipləri, yoxlama orqanlarının səlahiyyətləri, risklərin qiymətləndirilməsi sistemi və yoxlamaların qeydiyyatı kimi məsələləri əhatə edir. Qanunda ilk dəfə olaraq, audit orqanının təşəbbüskarlara məsləhət xidmətləri göstərməsi, yoxlamaların aparılması zamanı risklərin qiymətləndirilməsi prinsipi, yoxlamaların elektron qeydləri və yoxlama suallarının siyahısı əsasında yoxlama aparması nəzərdə tutulur. Qanuna əsasən, təsərrüfat subyektlərinin yoxlamaları risk qrupu bölməsinə uyğun olaraq həyata keçirilir. Risk metodologiyasına əsasən, aşağı riskli qruplardakı yoxlamaların sayı minimuma endirildi, yəni ildə üç dəfə. Bundan əlavə, tövsiyə orqanları yoxlama mövzusunun təşkil edən sualları onlayn obyektlər vasitəsilə sahibkarlıq subyektinə göndərməlidirlər. Eyni zamanda 2015-ci il 20 oktyabr tarixli 1410-IVQ sayılı Qanunun sahibkarlıq sahəsində yoxlamaların 2 il müddətinə dayandırılması haqqında qərarı qəbul edilmişdir.

Son illərdə lisenziyalaşdırma və KOS-lar üçün icazələrin verilməsi istiqamətində ciddi addımlar atılmışdır. Bu, sahibkarlıq fəaliyyəti üçün lisenziyalaşdırma və icazə üçün tələbləri asanlaşdırmaq, lisenziyaların və icazələrin sayını azaltmaq və bu sahədə elektron portal yaratmaq da daxil olmaqla, icazələrin verilməsi prosedurlarını asanlaşdırmaqdır. pəncərə "prinsipi və lisenziyaların alınması və əsas tədbirlər alınmışdır. Buna baxmayaraq, KOS-lar tərəfindən istehsal olunan məhsulların (işlərin, xidmətlərin) sertifikatlaşdırılmasını təkmilləşdirmək və sadələşdirmək lazımdır. Bu sahədə fəaliyyət göstərən orqanların vahid sertifikatlaşdırma sistemində inteqrasiyası KOM-larda əlavə inzibati məsuliyyəti azaldacaqdır. Lazımi sertifikatlar bütün məlumatları əks etdirən bir sənədə daxil edilmək və bunun üçün ərizə var ki, öz növbəsində subpodratçıların biznesinə müsbət təsir göstərəcəkdir. Qırğızıstanda KOS-lar bir sıra xidmətlərə, eləcə də istehsal və digər məqsədlərə nail olmaq üçün müəyyən çətinliklərlə üzləşirlər. Bu xidmətlərə kommunal, logistika, laboratoriya və biznes xidmətləri, sahələr üzrə statistika məlumatları və s. Daxildir. bir nümunə göstərilə bilər. Eyni zamanda, sahibkarlar ixtisaslaşdırılmış xidmətlərin (məsələn, təhlükəsizlik xidmətləri, kommunal xidmətlər, logistika xidmətləri və s.) İstifadə edərkən bir sıra xərclərə məruz qalırlar və bu da xüsusi zonaların məhdudluğu və ya uzaq yerləri ilə bağlıdır və məhsulların qiymətini artırır və xidmətlərin və rəqabət qabiliyyətinə mənfi təsir göstərir. Azərbaycanda fəaliyyət göstərən KOS-lar infrastrukturun birgə idarə edilməsindən və bəzi xidmətlərə çıxışdan faydalana bilərlər. Bu baxımdan strateji yol xəritəsi üzərində bir sıra tədbirlər planlaşdırılır. Beləliklə, xüsusi zonaların yaradılması və vahid logistika platforması əsasında göstərilən xidmətlər aşağıdakı kimi təsvir edilə bilər:

- Laboratoriya, test və sınaq xidmətləri, keyfiyyətli sənədlərin alınması, peşə hazırlığı və s .;
- müəssisə rəhbərliyi, təhlükəsizlik xidməti, kommunal xidmətlər, qəbul, komutator və çağırış mərkəzi;

- telekommunikasiya, logistika, poçt və maliyyə xidmətləri, tranzit sistemləri, qonaq evləri və sanitariya qovşaqları kimi ümumi xidmətlər;
- İşəgötürmə yardımı, biznes mərkəzi, kənar idarə və biznes konsaltinq xidmətləri göstərilməsi.

Son illərdə dünya iqtisadiyyatı və milli iqtisadi inkişaf anlayışına əsaslanan davamlı və davamlı iqtisadi siyasət, sənaye potensialının artırılması, milli iqtisadiyyatı diversifikasiya etmək və yeniləşdirmək, qeyri-neft sektorunun inkişafını sürətləndirmək üçün həyata keçirilmişdir. Bu yaxınlarda yaradılmış sənaye parkları və məhəllələr kümələnmə siyasətinin əsasını qoymuşdur. Beləliklə, Sumqayıtdakı Kimya Sənayesi Parkı, Balaxanıdakı Sənaye Parkı fəaliyyətini davam etdirir, Mingəçevirdə və Pirallahıda da sənaye parklarını təşkil etməsi üçün tədbirlər görülür. Eyni zamanda, Neftçalada və Masallıda da sənaye məhəllələrinin təşkil olunması kiçik və orta müəsisələrin klasterizasiyası kontekstində xüsusilə vurğulanmalıdır. Ancaq sənaye parkları və məhəllələri təşəbbüskarların könüllü qrupu deyil, hökumətin təşəbbüsü əsasında yaradılmışdır. Ölkədə əlverişli biznes mühitinin yaradılması ilə yanaşı, sahibkarlar arasında əlaqələrin qurulması, onların fəaliyyətini asanlaşdırmaq, böhran içində şəbəkə qurmaq və dövlət və özəl sektorların əlaqələrini tənzimləmək vacibdir. Dünyada biznes strukturlarını dəstəkləmək, özəl sektor və dövlət arasında əlaqələrin qurulması və dövlət sektorunun narahatlıqlarını özəl sektorun diqqətinə çatdırmaq, biznesin təşkili üçün biznes birlikləri, ticarət palataları və işəgötürənlər təşkilatları kimi müxtəlif qurumlar yaradılmışdır. dünya, bürokratik maneələri aradan qaldırır. Hazırda Azərbaycanda 3 növ təşkilat var. Beləliklə, Azərbaycanda, Sənaye və Ticarət Palatası, hər iki biznes birliyi və işəgötürənlər birliyi var. Bununla yanaşı, onların mövcud fəaliyyətlərinin və fəaliyyətlərinin hüquqi əsasları sahibkarlar və dövlət arasında möhkəm bir körpü yaratmaq üçün kifayət deyil.

Beynəlxalq təcrübədə, KOS-lar yenilikçi təşəbbüslərin ortaya çıxmasında fəaldırlar. Bir çox hallarda, faktiki KOS statusu olan başlanğıclarda yaradılan yeni məhsullar və xidmətlər, yenilikçi yanaşmalar, sonradan sənaye istehsalına gətirib

çıxaran böyük şirkətlər və ya venture fondları tərəfindən dəstəklənir. Bu sahədə KOS-ların təbii üstünlükləri mövcuddur: KOS-ların sadə strukturu çevik və şəffafdır, prosedurların aşağı səviyyəsi qərar qəbulətmə sürətini artırır və böyük şirkətlər arasında qarşılaşan bürokratik maneələrin qarşısını alır.

Son illərdə innovativ iqtisadiyyatı dəstəkləmək üçün Azərbaycanda çox işlər görülmüşdür. Yüksək Texnologiya Parkı Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 5 noyabr 2012-ci il tarixli 736 nömrəli Sərəncamı ilə Bakının Pirallahı rayonunda yaradılıb. Yüksək Texnologiya Parkı ölkə ərazisində yaradılacaq park idarəetmə təşkilatıdır. İlk yüksək texnologiyalı park Mingəçevirdə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2015-ci il 26 fevral tarixli 481 nömrəli Sərəncamı ilə regionda innovasiya fəaliyyətinə dəstək vermək üçün yaradılmışdır.

Həmçinin, Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin 2016-cı il 8 noyabr tarixli, 2425 nömrəli "Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasının (AMEA) Yüksək Texnologiyalar Parkının yaradılması haqqında" Sərəncamına uyğun olaraq, elmi tədqiqat və eksperimental-dizayn işləri üçün innovasiya məhsulları və yüksək texnologiyalar hazırlanması, eləcə də inkişafı və təkmilləşdirilmə üçün Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası nəzdində fəaliyyət göstərən Yüksək Texnologiyalar Parkı onların nəticələrini sənaye, xidmət və digər sahələrdə tətbiqi üçün yaradılmışdır.

Ölkədə yaradılan yüksək texnologiyalı parklar isə lazımi infrastrukturla, maddi-texniki və idarəetmə obyektləri ilə təmin edilir, burada xüsusi vergi və gömrük güzəştləri jəyata keçirilir.

Eyni zamanda, ölkədə müasir innovasiya sisteminin yaradılması qanunvericilik səviyyəsində əksini tapmamışdır və bu sahədə mərkəzləşdirilmiş siyasət sənədləri yoxdur. Azərbaycanda KOS-lər yenilikçi təşəbbüslərə passiv şəkildə cəlb olunurlar və ümumilikdə KOS səviyyəsində tədqiqat və tədqiqat üçün ayrılan maliyyə resursları azdır. İnnovasiya infrastrukturunun daha da gücləndirilməsi, kiçik və orta sahibkarlar arasında tədqiqat fəaliyyətlərinin dəstəklənməsi və elm və özəl sektor arasında praktiki

əlaqələrin genişləndirilməsi dövlətin koordinasiya və təşkili prosesində daha aktiv iştirak etməsini tələb edir.

Yeniliklər iqtisadiyyatın dinamik və davamlı inkişafını təmin etmək üçün vacibdir. Bu sahənin inkişafı, əsasən əlverişli innovasiya mühitinin formalaşması ilə əlaqədardır. Yenilik prinsiplərinə əsaslanan innovasiyalar dünya bazarlarında rəqabət qabiliyyətli olan yeni məhsulların və xidmətlərin texniki və texnoloji bazasını yeniləşdirməkdə əsas rol oynayır.

Milli innovasiya sisteminin məqsədi iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində daha müasir və çevik fəaliyyətlər təmin etmək, müasir ixtiraçı və inkişaf qurumlarını inkişaf etdirmək, ixtiranın ixtiraçılıq səviyyəsini artırmaq, yüksək ixtisaslı kadr və elmi işçiləri hazırlamaqdır. onları müasir istehsal proseslərinə cəlb etmək, ideyaları və ixtiraları brendləşdirmək.

Beynəlxalq səviyyədə milli innovasiya sistemləri iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətliliyi və ölkənin ixrac potensialı və iqtisadi fəaliyyətin sürətləndirilməsi üçün əsas yaradır. Dünyanın müxtəlif ölkələrində innovativ məhsulların istifadəsi səviyyəsi və innovasiya potensialı milli innovasiya sisteminin formalaşma səviyyəsindən asılıdır.

Azərbaycan Respublikasının innovasiya fəaliyyəti üçün ayrı-ayrı qanunvericilik bazası yoxdur, lakin yenilik siyasətini təşviq edən və inkişafı təşviq edən bir sıra qanunlar qəbul edilmişdir. Bu baxımdan Azərbaycan Respublikasının "Patent haqqında", "Elm haqqında", "İntellektual mülkiyyət hüququ və Anti-Piratlıq" qanunlarını qeyd etmək olar.

Azərbaycan Respublikasının ərazisində innovasiya infrastrukturunun elementləri texnoparklar, biznes inkubatorlar, elmi-innovasiya mərkəzləri və dövlət və özəl ali məktəblərdə fəaliyyət göstərən yüksək texnologiyalı parklardır.

Milli İnnovasiya Sisteminin əsas prinsiplərindən biri də patentlərin tanınmasıdır. Azərbaycan bir sıra beynəlxalq patent konvensiyalarına tərəf olsa da, digər ölkələrdə patentləşdirilmiş ixtiraların tanınmasında müəyyən çətinliklər var.

Innovasiya Təşviqi və İnsan Kapitalının İnkişafı ilə bağlı xüsusi məsələlər "Azərbaycan Respublikasının Milli İqtisadi Perspektivlərinə dair Strateji Yol xəritəsi" ndə ətraflı təsvir edilmişdir.

Azərbaycanda 90-dan çox biznes birliyi var. Lakin qeyri-hökumət təşkilatları kimi qanuni fəaliyyət göstərən biznes birliklərinin fəaliyyəti KOBİ və sahibkarlığın inkişafına kömək etməyəcəkdir. Dərnəklərin maliyyə davamlılığı, QHT olaraq qeydiyyatla alınması, üzvlərinin maraqlarının qorunması və dövlət-özəl tərəfdaşlığın gözlənilən rolu və sahibkarların assosiasiyalara etibarının aşağı olması kimi problemlər var. İşəgötürənlərin birliyi üzvlərinin əmək və sosial-iqtisadi hüquqlarını və maraqlarını təmsil edən bir təşkilatdır. Bu assosiasiyaların yaradılmasının əsas məqsədi istehsal və qeyri-istehsal sahələrində çalışanların əmək, sosial və iqtisadi hüquqlarını və qanuni mənafelərini, habelə məşğulluq ölkəsində təqaüdcü və kursantların, əmək fəaliyyətinin tənzimlənməsinin, onların sosial vəziyyətinin qorunması. Bununla yanaşı, Azərbaycanda fəaliyyət göstərən işəgötürənlər birliyinin KOBİ ilə əməkdaşlıq səviyyəsi çox aşağıdır.

Dövlət-özəl tərəfdaşlıqda dövlətin əsas məqsədi real biznes vəziyyəti haqqında dəqiq məlumat əldə etməkdirsə, özəl sektorun məqsədi dövlətin diqqətini mövcud problemlərə yönəldərək və qanunvericilik bazasını təkmilləşdirməklə biznes mühitinin yaxşılaşdırılmasına yönəlməkdir. Məlum olduğu kimi, məhkəmə mübahisələrinin həlli mexanizmlərindən biri vasitəçilikdir. Vasitəçilik institutunun inkişafının ümumi çərçivəsi Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyində təsbit olunmuşdur və müstəqilliyin başlanğıcından etibarən fəal media və hüquq sahəsinə inteqrasiya prosesi başlamışdır. Bu gün Azərbaycanda vasitəçilik mübahisələrin həlli üçün qeyri-məhkəmə üsulu, qanunvericilik bazasının gücləndirilməsi, vasitəçilik institutunun hüquqi sistemində inteqrasiyanın gücləndirilməsinə əsaslanır. Buna baxmayaraq, ənənəvi məhkəmə işləri hələ də vətəndaşların qayğısına qalır və müasir mənada hüquqi sistemin rolu tam başa düşülmür. Mübahisələrin həlli üçün birbaşa məhkəməyə müraciət etmək biznes üçün bir sıra mənfi nəticələrə səbəb ola bilər. Bu halda, mübahisənin tərəfləri,

bir qayda olaraq, işgüzar münasibətləri dayandırır. Eyni zamanda, məhkəmə prosesində müdafiə prosesində ixtisaslı hüquqşünasların iştirakı böyük maliyyə xərcləri hesabına həyata keçirilir və bir çox hallarda, xüsusilə də hüquqi bölmələr olmayan KOS-lar üçün daha çox çətinlik yaradır. Beynəlxalq təcrübədə klassik məhkəmə sistemi alternativ prosedurlar ilə tamamlanır və beləliklə, hər iki yanaşmanın vətəndaşların hüquq və qanuni maraqlarının hərtərəfli qorunmasını təmin edir. Müzakirə mübahisələrin həlli alternativ üsulu, vasitəçi, arbitraj və ya münsif məhkəmələri ilə vasitəçilik, vasitəçilik, müstəqil ekspert qərarları, araşdırma, razılaşma, fərdi məhkəmə və s. ilə danışıqlar. bəzi formalar müşahidə olunur. Beləliklə, mübahisələrin həlli zamanı münaqişələrin müəyyənləşdirilməsindən asılı olaraq tərəflərin iştirakı ilə danışıqlar aparılır və razılaşma əldə edilmədikdə müstəqil və neytral vasitəçi, yəni bir vasitəçilik təşkilatıdır cəlb. Bir qayda olaraq, mediasiya münsiflər məhkəməsinə müraciət edilir.

Azərbaycanda "Böyük, Orta və Kiçik Biznes Kriterləri" müəyyən edilmiş, Azərbaycanın KOS-larının inkişafına birbaşa təsir edən islahatların hədəflənməsi. Kriterlər orta ölçülü müəssisələri tanıyır, cari vergi dərəcələrinə uyğun iş meyarları və istihdam meyarları ilə daxili və xarici kompromisləri gücləndirir. KOS subyektlərinin müxtəlif meyarlara təsnifatı və dövlət qurumlarında müxtəlif yanaşmaların tətbiq edilməsi islahatların hədəflənməsinə və bu sektor üzrə statistikanın keyfiyyətinə mənfi təsir göstərir. Etibarlı və geniş statistik məlumatların mövcudluğu iqtisadi vəziyyətin, daha etibarlı proqnozlaşdırmanın, inkişaf planlarının və planlaşdırma proqramlarının daha dərin təhlilində ən vacib amillərdən biridir. Bu sahənin inkişafı üçün xüsusi bir ekspert qrupu yaradılmalı və KOS üçün dövlət statistika sisteminin mümkün qədər tez bir zamanda təkmilləşdirilməsi üçün təkliflər hazırlanmalıdır. KOS mövzularında statistik məlumat bazasının təkmilləşdirilməsi və onu beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırmaq vacibdir və bu da İKT sahələrinə ünvanlı dövlət dəstəyinin təmin edilməsi və islahatların real sektora təsirinin öyrənilməsi üçün vacibdir.

KOS-ların maliyyə resurslarına sərfəli və səmərəli istifadə imkanlarının təmin edilməsi onların fəaliyyətinə birbaşa təsir edən əsas amillərdən biridir. Azərbaycanda KOM-lara maliyyə xidmətləri göstərən bir neçə təşkilat var. Bu təşkilatlar:

Azərbaycan Respublikasının Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu (NFES) aşağıdakıları nəzərdə tutur: sahibkarlara, o cümlədən dövlət büdcəsindən əlverişli şərtlərlə kreditlər ayırmaq. Kreditlərin sayı baxımından kreditlərin 97% -i kiçik kreditlərdir və bu, NFES tərəfindən ayrılmış ümumi məbləğin 9% -ni təşkil edir. Bu günə qədər NFES hər biri orta hesabla 47.000 dollar olan 12.500 müəssisəyə kredit verib. Bu kreditlərin əksəriyyəti kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı və emalı ilə bağlıdır.

"Azərbaycan İnvestisiya Şirkəti" (AİŞ): Daxili və xarici investisiyalarla yanaşı, neft və qaz sənayesi istisna olmaqla digər sahələrin inkişafına dəstək verir. AİŞ-in səhm paketləri girov kapitalının (sahibkarlıq kapitalının) ən azı 1 milyon dollar olduğunu təmin edir. AİC-in portfeli çoxfunksiyadır və ağır sənayesi, kənd təsərrüfatı, logistika, səhmdar və ərzaq emalı sənayesində subsidiyalar kimi müxtəlif sahələri birləşdirir.

Azərbaycan İxrac və İnvestisiyaların Təşviqi Fondu (AZPROMO): AZPROMO təşviq və təlim fəaliyyətləri ilə yanaşı, beynəlxalq ticarət yarmarkalarında iştirak etmək üçün vəsait ayırır. AZPROMO qeyri-neft sektoru KOM-lərindən maliyyə resurslarını cəlb etməyə kömək edir.

Azərbaycan Respublikasının Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinin yanında Kənd Təsərrüfatı Layhələri və Kredit İdarəsi Dövlət Xidməti: illik faiz dərəcəsi 2 faiz dərəcəsində verilmiş kreditlərdən istifadə etməklə, səlahiyyətli banklar sahibkarlara və fermerlərə əlavə faiz tətbiq etmədən imtiyazlı şərtlərlə kredit ayırır dərəcəsi 5 faizdən çox. Nəticədə, həmin KOS-lar yerli valyutada 7% və ya aşağı faiz dərəcələri əldə edə bilirlər.

Azərbaycan Respublikasının Rabitə və İnformasiya Texnologiyaları Nazirliyi yanında İnformasiya Texnologiyaları İnkişafı Dövlət Fondu: yüksək texnologiyalardan istifadə edərək start-upların maliyyələşdirilməsi, 300 min manata qədər qrant verilməsi.

Lakin Azərbaycanda KOS-ların maliyyə mənbələrinə çıxışında müəyyən məhdudiyyətlər var və daxili maliyyə resurslarının məhdudlaşdırılması KOM-ların xarici maliyyə bazarlarından asılılığını artırır. Bununla yanaşı, xarici maliyyə bazarlarından maliyyə ehtiyatlarının cəlb edilməsi bir çox yerli KOS-lar üçün asan deyil. İnformasiya çatışmamazlığı, texniki problemlər və xarici resursların xərcləri KOS subyektlərinin yerli imkanlara daha çox diqqət yetirməsinə gətirib çıxarır. Azərbaycandakı fiziki və hüquqi şəxslərin maliyyə bazarlarına çıxmaq imkanı digər ölkələr ilə müqaisədə biraz aşağıdır (şəkil5).

Şəkil 5: Azərbaycanda maliyyə bazarlarına çıxış (ÜDM-də payı, faizlə)

	Özəl sektora daxili kredit	Səhm əməliyyatlarının həcmi	İstiqraz əməliyyatlarının həcmi
Qərbi Avropa ¹	107	67	61
Türkiyə ²	75	50	26
Şərqi Avropa ³	71	11	-0
Rusiya ⁴	59	12	12
Qazaxıstan ⁵	34	2	4
Azərbaycan ⁶	20	1	7

Mənbə: Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlığ səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına dair Strateji Yol Xərtəsi

Azərbaycanda fəaliyyət göstərən banklar böyük müəssisələrə nisbətən KOS-lərə borc verə bilirlər. Bunun əsas səbəbi KOS-lər üçün risk profilinin daha yüksək olmasıdır və kreditlərin qaytarılmasının az olmasıdır. KOS-lərə kreditlərin ayrılmasına bu yanaşma Azərbaycanda KOS-nun sürətli inkişafına, yəni real iqtisadiyyatın əsas hissəsinə mane olur. İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatının (İƏİT) üzvləri yüksək gəlirli ölkələrlə müqayisədə Azərbaycanda təsərrüfat subyektlərindən sonra kreditlərin ödənilməsi səviyyəsi aşağı səviyyədədir. Hazırda ölkədə kreditlərin qaytarılma

səviyyəsi ABŞ dolları üçün 39,6 sent təşkil edir ki, bu da İƏİT-nin yüksək reytingli ölkələrinə (ABŞ dollarına görə 73,0 sent) nisbətən daha aşağı səviyyədədir. Bu sahədə normativ-hüquqi bazanın və islahatların gücləndirilməsi vacibdir. 2015-ci ildə İƏİT tərəfindən sorğu edilən 390 respondentin üçdə ikisi müvəffəqiyyətsizlikdən sonra iş fəaliyyətini bərpa etmək üçün çətin sayıldı və respondentlərin 42 faizi maliyyə resurslarını ən əhəmiyyətli problem olaraq təyin etdi. Ödəmə qabiliyyətinə dair normativ-hüquqi bazanın möhkəmləndirilməsi 16 bal səviyyəsində qiymətləndirilir. İƏİT -nin yüksək səviyyəli ölkələrində 16 ballıq balda orta hesabla 12,1 bal, Avropa və Mərkəzi Asiya ölkələrində 9,9 bal, Azərbaycanda isə 7,5 bal. Azərbaycanda tənظیمçiyici çərçivənin zəifliyi uzunmüddətli məhkəmə prosesinə gətirib çıxarır və banklar KOS-lərə kredit verməkdə daha az maraqlıdırlar. Yerli KOS-lər, xüsusilə də maliyyə ilə məşğul olduqda kredit imkanlarından istifadə edirlər. Qırğızıstanda Beynəlxalq Maliyyə Korporasiyası arasında dünya üzrə qiymətli kağızlar bazarının alətləri yayılmır. Ancaq KOS-lərdəki yatırımlar olduqca məhduddur. Dünya Bankının işgüzar şəraitə uyğun qiymət qiymətləndirməsini əks etdirən illik Doing Business hesabatları göstərir ki, sahibkarların kreditdən istifadə imkanını son illərdə zəifləmişdir. Beləliklə, 2017-ci il hesabatında Azərbaycan 189 ölkədən 118-ci yerdədir. 2010-cu ildə Azərbaycan 183 ölkə arasında kreditlərin əldə edilməsi üzrə 15-ci yeri tutub, 2011-ci ildə 46-cı, 2012-ci ildə 48-ci, 2013-cü ildə 53-cü, 2015-ci ildə 99, 2015-ci ildə 104, 2016-cı ildə isə 118-ci yerdədir. Azərbaycanda KOS-lərin kredit müraciətlərindən imtina edilməsi yüksəkdir. Məsələn, 2016-cı ildə rüblük kredit müraciəti rədd edildi. Bundan başqa, banklar mikrokredit təşkilatlarının kredit ərizələrinin 36 faizinə kredit verməkdən imtina ediblər. Bankların kredit ərizələrinə mənfi cavab verməsinin səbəbləri budur ki, burada xüsusi bir baxış var. Azərbaycan banklarının banklarını KOS kreditlərinə maraq göstərməyən amillər aşağıdakılardır:

- KOS-lar iqtisadiyyatın çox kiçik bir hissəsini təşkil edir və bu sahədə inkişaf səviyyəsi çox aşağıdır;

- KOS fəaliyyətləri riskli və tələb olunan məlumat risklərin qiymətləndirilməsi üçün kifayət deyil;
- KOS sektoruna xidmət banklardan daha çox pul tələb edir. KOS-larda risk səviyyəsi yüksək olduğundan, korporativ hesablarla olduğu kimi, geniş bir sığorta mexanizminin tətbiq edilməsi tələb olunur. Bundan əlavə, KOS-lar online xidmətləri vasitəsilə maliyyə xidmətləri üçün açıq deyil, buna görə banklar daha çox filial, bölmə və çağırış mərkəzləri vasitəsilə xidmət göstərməlidirlər;
- Məhdud mübahisələrin həlli mexanizmləri və girov tələbi hələ də problemlidir.

Azərbaycanda daşınan əmlakın qeydiyyatı üçün vahid bir sistemin olmaması KOS-lərin daşınan əmlakını girov yolu ilə kredit almaq imkanını məhdudlaşdırır. Daşınar əmlakın reyestrinin yaradılması ilə yanaşı, sistemdə maraq dərəcəsini müəyyən etmək lazımdır. Dünya Bankına əsasən, Azərbaycanda KOM-lərin aktivlərinin yalnız 22 faizi torpaq və daşınmaz əmlak, 34 faizi debitor borcları, 44 faizi maşın və avadanlıqlardır. Kreditorların qəbul etdiyi ipotekaların 73% torpaq və daşınmaz əmlak, yalnız 27% -i daşınmaz əmlakdır. Azərbaycan bankları sahibkarlar üçün ciddi məhdudiyyətlər yaradan girov kimi girov götürməyi üstün tuturlar və onların əksəriyyəti bankın maliyyələşdirmə tələblərinə cavab verə bilmirlər.

Qeyri-neft sektorunun Azərbaycanın ixracında payı çox azdır və ümumi ixracın 13,8 faizini təşkil edir. Qeyri-neft məhsulları ixrac edən müəssisələrin əksəriyyəti böyük müəssisələrdir və bu, KOS-lərin ixracda payı əhəmiyyətsizdir. İnkişaf etmiş ölkələrdə, eləcə də qeyri-neft istehsal edən ölkələrdə, kiçik və orta müəssisələr ixracatda böyük paya malikdirlər. Eyni zamanda, KOS-lar idxalı əvəzləyə bilən maların istehsal olunmasında əhəmiyyətli rol oynayırlar. KOS-lar arasında yerli istehsalın inkişafı ölkənin ödəmə balansının təkmilləşdirilməsinə, valyuta axınının tənzimlənməsində və idxal prosesindən asılılığın aşağı salınmasına güclü təsir göstərir. Xarici bazarlara çıxış təkcə Azərbaycan mallarının ixracı baxımından deyil, yerli

istehsalın və qabaqcıl texnologiyaların tətbiqi baxımından da vacibdir. Hazırda AZPROMO müxtəlif vasitələrlə beynəlxalq bazarlara çıxış üçün KOS-lara köməklik göstərən əsas təşkilatdır. AZPROMO ölkəmizin qeyri-neft sahəsində fəaliyyət gösdərən KOS-ların ixrac əməliyyatlarının artırılmasında əhəmiyyətli rol oynamışdır. Lakin statistik məlumatlara görə, ixracatda KOM-ların payı hələ də kiçikdir. 2013-cü ildə ölkəmizdəki kiçik müəssisələrin yalnız 2 faizi ixrac fəaliyyətinə cəlb edilmişdir. Müqayisə üçün bu rəqəm Türkiyədə yüzdə 30,5 oldu. Bu halda Türkiyədə bu müəssisələrin payı 51,2%, orta ölçülü müəssisələrdə bu göstərici 1% təşkil edib. Son illərdə sahibkarları maarifləndirmək, müasir biznes üsulları əldə etmək və ümumiyyətlə biznes potensialını gücləndirmək üçün bir sıra tədbirlər həyata keçirilmişdir. Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyi tərkibində fəaliyyət göstərən Biznesin Tədrisi Mərkəzi sahibkarlar üçün müxtəlif təlimlər və seminarlar təşkil edir, fərqli təlimlər keçirir və sahibkarların ehtiyaclarına uyğun olaraq təşkil edilir. Ölkənin regionlarında fəaliyyət göstərən sahibkarların iştirak səviyyəsi müntəzəm olaraq artır; bölgələrdə və Bakıda çoxsaylı təhsil tədbirləri təşkil edilmişdir. Biznes Tədris Mərkəzinin respublikanın yeddi şəhər və rayonunda (Gəncə, Qazax, Yevlax, Göyçay, Lənkəran, Şəki, Xaçmaz) ofisləri fəaliyyət göstərir. Bundan əlavə, Dənizkənarı Milli Parkda yerləşən Bakı Biznes Mərkəzi kiçik və orta müəssisələrə sərgi və konfranslarda iştirak etmək, xarici investorların iştirakı ilə beynəlxalq tədbirlərdə iştirak etmək, açılış və təqdimat mərasimləri və işgüzar görüşlər üçün imkan yaratdı. Quba-Xaçmaz Regional İnkişaf Mərkəzi 2013-cü ildən bəri Bakı Biznes Mərkəzində fəaliyyət göstərir və regionlarda fəaliyyət göstərən KOS-lərin bacarıqlarını artırır. Quba-Xaçmaz Regional İnkişaf Mərkəzində sərgi və işgüzar görüşlər üçün müvafiq avadanlıqlarla təchiz olunmuş ofislər və ofislər vardır. Gənc sahibkarların inkişafı üzrə regional mərkəzdə biznes inkubator açılmış və gənc sahibkarlar üçün dəstək proqramı həyata keçirilmişdir. Digər tərəfdən, AZPROMO kiçik və orta sahibkarları xarici investorlar, beynəlxalq sərgi və konfranslar ilə koordinasiya etməklə KOS-ların imkanlarını artırmağa xidmət edir.

Azərbaycanda kənd təsərrüfatında potensial böyükdür. Son bir neçə il ərzində kənd təsərrüfatı sektorunda müsbət dəyişikliklər baş vermişdir. Araşdırmalar göstərir ki, islahatlar zamanı yaradılmış kollektiv təsərrüfatların müsbət elementlərindən və torpaqdan səmərəli istifadədən istifadə etmək məqsədəuyğun olardı. Məsələn, kolxoz dövründə əhali ailə müqaviləsi üsulları ilə işləməyi üstün etdi. Pambıqçılıq sahəsində ixtisaslaşan təsərrüfatlarda 2-3 hektar ərazi ailə başçısının rəhbərliyi altında və birlikdə becərilmişdir. Sahə də məhsuldar idi. Ortada sağlam bir rəqabət olduğu üçün. Bu ənənənin dirçəlişi yalnız ailə işini inkişaf etdirməyə kömək edə bilər. Eyni zamanda turizmsahəsində də çox böyük imkanlar vardır. Turizm dünya iqtisadiyyatının ən sərfəli sahələrindən biridir. Ölkədəki turizmin inkişafı sosial-mədəni xidmət fəaliyyətinin gücləndirilməsinə kömək edir. Burada yataqxanaların (yataqxanaların) yeri əvəzsizdir. Dünyanın ən ucuz və sosial növü sayılan yataqxanalar oteldən daha çox müştərilərə cəlb edə bilər. Kiçik bir büdcə, xüsusilə də gənc insanlar səyahət edən bir çox insanlar, bahalı mehmanxanalara pul xərcləməkdən qaçmaq üçün dünyanın bir çox yerlərində pansionatlarda qalmağı üstün tuturlar. Turistlər bəzən pansiyonları dost tapmaq və dünyanın müxtəlif yerlərindən olan dostları ilə ünsiyyət qurmaq üçün səmimi bir yer tapırlar. Azərbaycanı da inkişaf edir və ailə işi bu sahədə maraqlı olmalıdır.

Ölkənin sənaye və yüksək texnologiya parklarında və sənaye sahələrində sahibkarlıq bacarıqlarını artırmaq üçün biznes inkubasiya və digər dəstəkləyici tədbirlər planlaşdırılır. Yuxarıda göstərilənlərlə yanaşı, Azərbaycanda KOS-ların biliy və bacarıqları müasir tələblərə bir çox hallarda cavab vermir və bu sahədə səylərə ehtiyac var. Beləliklə, ölkədə fəaliyyət göstərən KOS-lər, xüsusilə regionlarda yerləşən KOS-lər və Bakıda fəaliyyət göstərən böyük şirkətlərin arasında təlimlərə ehtiyac və müasir biznes bacarıqlarının inkişaf səviyyəsi baxımından böyük fərqlər var. İnkişaf etmiş ölkələrin həyata keçirdiyi ayrı-ayrı dəstək tədbirlərinin nəticəsi olaraq KOB və böyük şirkətlər arasındakı fərq biraz daha az nəzərə çarpır. Beynəlxalq mühasibat standartlarını və korporativ idarəetməni tətbiq etmək baxımından, Qırğızıstanda

fəaliyyət göstərən KOS-lar xarici tərəfdaşlardan çox uzaqdır. Xarici maliyyə bazarlarına çıxış müasir mühasibat və idarəetmə sistemi olmadan mümkün deyildir.

Ən böyük problemlərdən biri, xüsusilə kiçik sahibkarlar arasında təşəbbüskar düşüncə və yüksək səviyyədə ruhun olmamasıdır. Eyni zamanda, Azərbaycanda başlanğıcların yayılmasının geniş yayılması yenilikçi təşəbbüslərin həyata keçirilməsinə mane olur. Biznes inkubatorlar KOSun inkişafında mühüm rol oynayır. Biznes inkubatorların işinin düzgün təşkil edilməsi gənclərin işsizlik səviyyəsinin azaldılmasına, regionun inkişafına və innovasiyaların təbliğinə müsbət təsir göstərir. Həm də biznes inkubatorları daxilində başlanğıc layihələri üçün əlverişli şərait yaradılır. Biznes inkubatorları dünyada yayılmışdır və ölkəyə əsasən sahibkarlara müxtəlif növ xidmətlər təklif edir, həmçinin inkubatorun profili. Azərbaycanda zəruri texniki infrastruktur, paralel olaraq, biznes inkubatorları ilə təchiz edilmiş, təlim və konsaltinq xidmətləri göstərən biznes inkubatoru yaratmaq üçün mühüm addımlar atılmışdır. Bununla belə, inkubatorların sayını artırmaq və onların əhatə dairəsini genişləndirmək lazımdır. Beynəlxalq təcrübəyə görə, biznes inkubatorları üçün dəstək xidmətləri aşağıdakılardır:

- məsləhət xidmətləri;
- təlim xidmətləri;
- mentorluq;
- vasitəçilik;
- təşkilati xidmətlər və s.

Bu xidmətlərin növləri və KOS subyektləri üçün vacibliyi inkubasiya dövrünün mərhələlərindən asılı olaraq dəyişir.

KOS-ların inkişafı müvafiq bacarıq və qabiliyyətlərlə uyğun işçi qüvvəsinin yaradılmasına və mövcud idarəetmə təcrübələrinin inkişafına birbaşa bağlıdır.

KOS-lərin mövcud iş gücünün, maliyyə imkanlarının və biznesin idarə olunması bacarıqlarını artırmağa ehtiyac var. Bu bilik və bacarıq strateji planlaşdırma, maliyyə hesabatlılığı və digər əsas iş fəaliyyəti baxımından böyük əhəmiyyət daşıyır. Bundan

əlavə, KOS-ların təsisçiləri və sahibləri yenilikləri artırmaq üçün sahibkarlıq bacarıqlarını inkişaf etdirməlidirlər. KOS-nun səmərəli inkişafı yüksək ixtisaslı kadr olmadan təsəvvür edilə bilməz. Azərbaycanda biznes təhsilində və peşə təhsili sahəsində müəyyən çətinliklər mövcuddur ki, bu da KOS-ların ixtisaslı kadrlarının təminatı ilə bağlı problemlər yaradır. Hazırda KOS-un inkişafı və əhalinin məşğulluğu baxımından peşə təhsilinin islahatının davam etdirilməsinə ehtiyac var. Buna görə də, həyata keçirilən işləri sürətləndirmək və peşə hazırlığına diqqət artırmaq lazımdır. İxtisaslı kadr problemi orta idarəetmə səviyyəsində nümayiş etdirilir. Buna görə də, KOS-ların təlim və təhsil ehtiyaclarını müəyyən etmək, peşə təhsili və təhsil müəssisələrində əmək bazarı hazırlamaq, habelə KOS tələblərinə cavab verən kadrların hazırlanması və sahibkarlıq ruhunun təşviq edilməsi üçün son dərəcə vacibdir. Hər bir ölkədə sahibkarlıq ruhunun formalaşması ölkə iqtisadiyyatı üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir. Beləliklə, yeni inkişaf edən müəssisələrin əksəriyyətinin qısamüddətli müddəti nəzərə alınmaqla sahibkarlıq təşəbbüslərinin əhəmiyyəti aydındır.

Onun fayda haqqındakı məlumatlılığı və özünə güvənmənin daha da artırılmasına, həmçinin Azərbaycan iqtisadiyyatı üçün səmərəli fəaliyyətin əhəmiyyətinə dair biliklərin artırılmasına ehtiyac var. Sahibkarlıq Günü sahibkarlıq ruhunu təşviq etmək üçün alınan tədbirlər çərçivəsində ölkənin hər yerində qeyd olunur. Bu istiqamətdə daha çox tədbirlər və proqramlar həyata keçirilə bilər, məsələn, 10 ən sürətlə inkişaf edən şirkətlər ölkə daxilində paylana bilər. Bu cür tədbirlərin keçirilməsi biznesin işgüzar mənada gücləndirilməsinə və Azərbaycanda biznesin potensial imkanları haqqında məlumatların yayılmasına səbəb ola bilər.

KOS mövzularında müxtəlif motivasiya proqramlarının təşkili effektiv bir vasitə ola bilər. Rəsmi dəstək proqramları sahibkarlıq düşüncəsinin uzunmüddətli inkişafı üçün də vacibdir. Məsələn, gənc sahibkarlıq dəstəyi proqramı, biznesə maraq göstərən gənclər üçün maliyyələşdirmə və ya gənclər arasında müvafiq kampaniyalar çərçivəsində innovativ layihələr üçün rəqabət inkişaf edə bilər. Bu baxımdan biznes inkubatorların və sahibkarlıq sahələrinin yaradılması da qiymətləndirilə bilər.

Müxtəlif ölkələrdə göstəriciləri nəzərə alaraq qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycanda sahibkarlıq fəaliyyətinin əhəmiyyətli inkişafı üçün böyük potensial var. İnkişaf etmiş ölkələrdə əhalinin bizneslə xüsusi çəkisi Azərbaycanda müvafiq göstəricidən üç dəfə yüksəkdir. Dünya Bankının apardığı təhlillər göstərir ki, Azərbaycanda müxtəlif sənaye sahələri üzrə fəaliyyət göstərən KOS subyektlərində biznesin idarə edilməsi və maliyyə hesabatlarının hazırlanması üzrə bir sıra bacarıqların təkmilləşdirilməsinə ehtiyac vardır. 2020-ci ilə qədər müəyyən olunan hədəflərə çatmaq üçün təxminən 700 milyon manat tələb olunur. Strateji Yol xəritəsində nəzərdə tutulmuş həmin tədbirlərin reallaşdırılması isə aşağıdakı mənbələrdən maliyyələşdiriləcəkdir:

- dövlət büdcəsi;
- büdcədən kənar fondlar;
- Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu;
- yerli büdcələr;
- mülkiyyətdən asılı olmayaraq, yerli hökumətlərin, müəssisələrin və təşkilatların vəsaitləri;
- birbaşa xarici sərmayə;
- ölkə bank sistemi kreditləri və qrantlar;
- beynəlxalq təşkilatların və xarici dövlətlərin kreditləri, texniki və maliyyə yardımı;
- Qanunla qadağan edilməyən digər mənbələr.

Büdcələr, maliyyə resurslarının müəyyən edilmiş prioritetlər üçün ən səmərəli istifadə olunmasını təmin etmək üçün nəticəyə əsaslanan büdcə prosesi çərçivəsində inkişaf etdiriləcəkdir. Tələb olunan maliyyələşmələrin əksəriyyəti mövcud büdcələrin yenidən qurulması, özəl sektorun və ayrı-ayrı investorların birlikdə maliyyələşdirmə səyləriylə təmin olunacaqdır.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

XX əsrin altmışıncı illərindən etibarən daha da kəskinləşən rəqabət mübarizəsi şəraitində hər bir ölkə öz milli iqtisadiyyatını inkişaf etdirmək üçün səy göstərir. Heç şübhəsiz ki, milli iqtisadiyyatın inkişafında sahibkarlıq özünəməxsus yer tutur. İnkişaf etmiş ölkələrin iqtisadiyyatına nəzər saldıqda bu fikrin bir daha öz təsdiqini tapdığını şahidi oluruq. Xüsusilə də, kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin həmin ölkələrin lokomotivi kimi çıxış etdiyini müşahidə edirik. İnkişaf etməkdə olan ölkələrin bir çoxu məhz bu subyektlərin inkişaf etdirilməsi üçün addımlar atırlar. Bu addımlar içərisində ailə şirkətlərinə (biznesinə) yaradılması və fəaliyyətinə dəstək tədbirlərini qeyd etmək lazımdır. Belə ki, ailə şirkətləri dünyada fəaliyyət göstərən şirkətlər arasında mühüm yer tutur. Onlar iqtisadi və sosial həyatın çox vacib bir hissəsidirlər. Dünyada ailələr tərəfindən idarə olunan şirkətlərin sayının dünyada fəaliyyət göstərən bütün müəssisələrin səksən faizi olduğu ehtimal edilir. Onların əksəriyyəti çox kiçik müəssisələrdir və məlumdur ki, heç vaxt böyüməyəcək və bir nəsildən digərinə keçməyəcəkdir. Amma digər bir fakt ondan ibarətdir ki, dünyadakı ən böyük və ən uğurlu şirkətlərinin böyük əksəriyyəti ailə şirkətləridir. Birləşmiş Ştatlardakı ailə şirkətləri ümumi milli məhsulun yarısını və eyni zamanda işçi qüvvəsinin də yarısını təşkil edir. Avropanın ailə şirkətləri kiçik və orta müəssisələr arasında vacib yer tutur və bu ailə şirkətləri Avropanın ən böyük şirkətlərinin təşkil edir. Asiyada regionunda ailə strukturu ölkələr və mədəniyyətlər arasında dəyişkən olmasına baxmayaraq, Asiya ölkələrinin bir çoxunda ailə şirkətləri mühüm yer tutur.

Beynəlxalq təcrübəyə əsasən deyə bilərik ki, ailə təsərrüfatları bazarda çeviklik, azadlıq, qənaətçilik və motivasiya üçün böyük imkanlar yaradır. Öz fərdi təsərrüfatında məhsul istehsal edən və sərbəst şəkildə satan ailə şirkətlərinin ölkənin ümumi daxili məhsulunda xüsusi payı vardır. Bəzi hallarda bu pay ÜDM-in 60-70 faizini təşkil edir.

Ailə biznesi özünüməşğulluq və biznesin sərhəddində yerləşən anlayışdır. Bu baxımdan ailə biznesinə dəstək həm sahibkarlığın inkişafına həm də öz əməyini reallaşdırmaq istəyən insanlara dəstəkdir. Dünya təcrübəsi göstərir ki, heç bir dövlət dəstəyi olmadıqda, ailə müəssisələri özünüməşğulluq formatında qalır və milli iqtisadiyyatda əhəmiyyətli bir sosial-iqtisadi rol oynaya bilmirlər. Buna görə də, bu sahəyə dövlət dəstəyi zəruridir.

Ailə biznesinə təzə-təzə qoşulan bəzi gənclər müvafiq qanunvericiliyin tələblərindən, biznesin risklərindən, maliyyə savadlığından və mövcud sektorun real vəziyyətindən xəbərsiz olaraq fəaliyyətə başlayırlar ki, bu da bir çox hallarda onların uğursuzluqla üzləşmələrinin əsas səbəbi olur. Bu baxımdan, sahibkarlıq subyektlərinin müvafiq məsləhət xidmətlərinə marağının artırılması çox vacib şərtlərdən biridir. Həmçinin burada, bizneslə bağlı məsləhət xidmətlərinə çıxışın mümkün qədər sadə olması əsas şərtlərdən biri kimi qey oluna bilər.

Beynəlxalq təcrübənin, yəni bu biznes subyektlərinin formalarının, keçdiyi inkişaf mərhələlərinin geniş bir şəkildə təbliğ edilməsinə çox böyük ehtiyac var. Əvvəldə də qeyd etdiyimiz kimi, bu sahə Avropa ölkələrində geniş yayılıb və sahibkarlığın inkişafı ilə bağlı beynəlxalq və milli biznes görüşlərin, təcrübə mübadilələrin həyata keçirilməsi məqsədə uyğun olardı.

İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

Azərbaycan dilində

1.“ABAD publik hüquqi şəxsin yaradılması haqqında” Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyinin tabeliyində “ABAD” publik hüquqi şəxsin yaradılması haqqında” Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin 1047 nömrəli 23 sentyabr 2016-cı il tarixli Fərmanı

2.Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlığ səviyəsində istehlak mallarının istehsalına dair Strateji Yol Xərtəsi.

3.Sahibkarlığ fəaliyyəti haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu

4.“Müfəsiləşmə və ifilas haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu

5.V.İ.Bəxtiyarlı(2012) “Bazar şəraitində Azərbaycanın kiçik sənaye müəssisələrinin inkişafı və maliyyələşməsi”. Bakı,358

Xarici dildə

1.Belet, W. (Nov. 1997). “The Family Connection”

2. E.Erdoğan, “İşletmələrdə Davranış(1997).”

3.Bahar A.Günver, “Aile İşletmələrinin Yapısı ve Gələceği(2002)”

4.Aranof C., Ward. J. L., (2001). Family Business Values. Family Business Leadership Series, 13: 17

5.N.Aydın, (1987). Aile Şirkətləri ve Ailə Şirkətlərinin Yönetim və Organizasyon Sorunları-Eskişehir Ailə Şirketlerinde Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

6. Astrachan, Koleko (1994). A Neglected Factor Explaining Family Business Success: Human Resource Practices. Family Business Review: 253-262

7. Barnes, Herson(1976). Transferring Power in the Family Business. Harvard Business Review. 53 (4):107-114.
8. Berembem (1990). How Business Families Manage the Transition from Owner to Professional Management. Family Business Review: 59-117.
9. Bork, D., (1994). Working with Family Businesses: A Guide for Professionals. Josey-Bass Publishers, San Francisco.
10. Brockhouse, Ji-Hee, K., (2002). Theories of the Family Business Enterprise, Establishing a Paradigm for the Field Conference, University of Alberta: 56-76
11. Chau, T. T., (1983). Approaches to Succession in East Asian Business Organizations. Family Business Review
12. Daily, Dolinger(1993).Family Firms Are Different. Review of Business : 30-50.
13. Donckels, R., Frohlich, (1971). Are Family Businesses Really Different?: 149-160.
14. Günver (2003). Aile İşletmelerinin Yapısı, İstanbul Kültür Sitesi Yayınları: 32-41
15. Kepner (1983). The Family and the Firms: 38-63
16. Landsberg (1993). Independent Directors in the Middle. Family Business, 43-48.

İnternet resurları

- 1.(<https://www.fimsa.az/>)
2. (<https://cabmin.gov.az/az/document/3251/>)
- 3.Azərbaycan Respublikası Mərkəzi Bankı
- 4.(<https://www.cbar.az/page-54/regulations>)
5. (<https://www.stat.gov.az/source/finance/>)
- 6.(<http://abad.gov.az/>)
- 7.[https://economy.gov.az/uploads/fm/files/diger/2018%20qeyri-neft%20\(1\).pdf](https://economy.gov.az/uploads/fm/files/diger/2018%20qeyri-neft%20(1).pdf)

8.<http://edf.gov.az/az/content/17>

9.<http://smb.gov.az/nav/qadn-sahibkarltn-inkiaf>

10.<https://www.familybusinessmagazine.com/index.html>

11.<https://www.fbn-i.org/>

Cədvəllərin siyahısı

Cədvəl 1. Dünyadakı Ailə şirkətlərinin ölkə iqtisadiyyatında yeri.....	18
Cədvəl 2. Dünyanın Ən köklü ailə şirkətləri.	19
Cədvəl 3. Asiya ölkələrinin ən böyük ailə şirkətləri	21
Cədvəl 4. Avropa ölkələrinin ən böyük ailə şirkətləri.....	23
Cədvəl 5. Amerika ölkələrinin ən böyük ailə şirkətləri.....	25
Cədvəl 6. İri, orta və kiçik sahibkar meyarları	33
Cədvəl 7. ABAD-ın 2017-ci il üzrə kommersion fəaliyyəti üzrə daxilolmalar	49
Cədvəl 8. ABAD-ın 2018-ci il üzrə kommersion fəaliyyəti üzrə daxilolmalar.....	49
Cədvəl 9. İqtisadi coğrafi rayonlar üzrə ABAD-çıların sayı	50

Şəkillərin siyahısı

Şəkil 1. Türkiyənin ailə şirkətləri.....	27
Şəkil 2. KOS subyektlərinin ÜDM və məşğulluğa təsiri.....	29
Şəkil 3. Ortaölçülü sahibkarlıq subyektlərinin məşğulluğa təsiri.....	30
Şəkil 4. Kiçik müəssisələrin sayı.....	34
Şəkil 5. Azərbaycanda maliyyə bazarlarına çıxış.....	64