

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ**

**AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ**

**BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ**

**“AZƏRBAYCANDA KİÇİK VƏ ORTA SAHİBKARLIQ  
MÜƏSSİSƏLƏRİNİN MALİYYƏLƏŞDİRİLMƏSİ PROBLEMLƏRİ”  
mövzusunda**

**MAGİSTR DİSSERTASİYASI**

**MUSAZADƏ LALƏ FAMIL QIZI**

**BAKI – 2019-cu il**

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

**BMDM-in direktoru**

**i.ü.f.d., dos. Əhmədov Fariz Saleh**

“ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_-ci il

**“AZƏRBAYCANDA KİÇİK VƏ ORTA SAHİBKARLIQ MÜƏSSİSƏLƏRİNİN  
MALİYYƏLƏŞDİRİLMƏSİ PROBLEMLƏRİ”**

**mövzusunda**

**MAGİSTR DİSSERTASİYASI**

**İxtisasın şifri və adı: 060403-Maliyyə**

**İxtisaslaşma: Maliyyə Menecmenti**

**Qrup: 640**

**Magistrant**

**Musazadə Lalə Famil qızı**

\_\_\_\_\_

**Elmi rəhbər**

**i.e.n.,dos. Məhərrəmov Ramiz Bulut oğlu**

\_\_\_\_\_

**Proqram rəhbəri**

**i.e.n.,dos.Seyfullayev İlqar Zülfüqar oğlu**

\_\_\_\_\_

**Kafedra müdiri**

**i.e.d.,prof. Kəlbəyev Yaşar Atakişi oğlu**

\_\_\_\_\_

**BAKI – 2019 –cu il**

## Summary

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

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

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

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

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

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

**Scientific-practical results obtained as results of research:**

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

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

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

## İXTİSARLAR VƏ İŞARƏLƏR

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

## MÜNDƏRİCAT

|                   |  |           |
|-------------------|--|-----------|
|                   | <b>Giriş.....</b>  | <b>6</b>  |
| <b>I fəsil.</b>   | <b>Kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin inkişafı və maliyyələşdirilməsi mexanizmlərinin nəzəri-metodoloji əsasları</b>                          | <b>11</b> |
| 1.1.              | Kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin formalaşmasının nəzəri-metodoloji əsasları.....  | 11        |
| 1.2.              | Kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin maliyyələşmə mənbələri.....   | 21        |
| 1.3.              | Kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin maliyyələşdirilməsinin beynəlxalq təcrübəsi.....   | 28        |
| <b>II fəsil.</b>  | <b>Müasir dövrdə kiçik və orta sahibkarlığın maliyyələşdirilməsi mexanizmlərinin təhlili və qiymətləndirilməsi.....</b>                              | <b>39</b> |
| 2.1.              | Kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin formalaşmasının normativ-hüquqi bazasının təhlili.....   | 39        |
| 2.2.              | Kiçik və orta sahibkarlığın maliyyələşdirilməsinin müasir vəziyyətinin təhlili və qiymətləndirilməsi.....  | 48        |
| <b>III fəsil.</b> | <b>Kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin maliyyələşdirilməsinin təkmilləşdirilməsi və onların səmərəliliyinin artırılması istiqamətləri.....</b> | <b>55</b> |
| 3.1.              | Kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin maliyyələşdirilməsinin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri.....   | 55        |
| 3.2.              | Kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin maliyyələşdirilməsinin səmərəliliyinin artırılması yolları.....  | 64        |
|                   | <b>Nəticə və təkliflər.....</b>  | <b>73</b> |
|                   | <b>İstifadə edilmiş ədəbiyyat.....</b>   | <b>76</b> |
|                   | Cədvəllərin siyahısı.....  | 79        |
|                   | Qrafiklərin siyahısı.....  | 79        |

## GİRİŞ

**Mövzunun aktuallığı.** Cari dövrümüzdə kiçik və orta sahibkarlığın formalaşması və inkişafı bütün dünyada olduğu kimi Azərbaycan Respublikası üçün də mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Xüsusilə, 2008-ci ildə demək olar bütün ölkələri əhatə edən maliyyə böhranından sonra neft sektorunda baş verən geriləmə səbəbi ilə qeyri-neft sektorunun, həmçinin onun bir parçası olan biznes fəaliyyətinin inkişafına təkan verdi. Qərbi dövlətlərinin təcrübəsi göstərir ki, kiçik və orta sahibkarlığın genişlənməsi nəticəsində iqtisadi inkişafı bərqərar etmək mümkündür.

Sahibkarlıq münasibətlərinin formalaşmasında isə onun maliyyələşdirilməsi mühüm əhəmiyyətə malikdir və onu da qeyd etmək lazımdır ki, bir sıra dünyanın inkişaf etmiş ölkələrində kiçik və orta biznes müəssisələrin maliyyələşdirilməsi ilə bağlı xüsusi dövlət qurumları, müxtəlif fondlar fəaliyyət göstərir. Ölkəmizdə belə müəssisələrin maliyyələşdirilməsindəki məhdudiyyətlər kiçik və orta sahibkarlığın subyektlərinin inkişafına mane olmaqla yanaşı, bununla əlaqədar olan problemlərin daha da dərinləşməsinə səbəb olur. Ölkəmizdə kiçik və orta sahibkarlığın dövlət tərəfindən maliyyələşdirilməsi üçün müxtəlif mexanizmlər fəaliyyət göstərir, lakin bu cür maliyyələşdirilmə zamanı da müəyyən təkmilləşdirmə işlərinin aparılmasına ehtiyac vardır. Əlavə olaraq, beynəlxalq maliyyə fondlarının vəsaitlərindən, bank kreditlərindən istifadə etməklə, eləcə də beynəlxalq təcrübədə geniş yayılan, lakin ölkəmizdə istifadəsi demək olar ki, olmayan franşayzinq və həmçinin bu tip müəssisələrin avadanlıq alınması baxımından maliyyələşdirilməsində əsas mənbə kimi lizinqin istifadəsi ilə kiçik və orta bizneslə məşğul olan subyektlərinin inkişafını sürətləndirmək mümkündür. Bundan başqa, Respublika Prezidentinin 2016-cı ildə imzaladığı fərmanı ilə təsdiqlənmiş “Strateji Yol Xəritəsi”ndə də sahibkarlığa geniş yer verilmiş və 2020-ci il “Strateji baxış” konsepsiyasında, eləcə də 2025-ci ilə qədər olan “Uzunmüddətli baxış” şərhində bu sahənin ölkə iqtisadiyyatı üçün nə qədər əhəmiyyətli olduğu vurğulanmışdır. Beləliklə, Respublika iqtisadiyyatının daim böyüməyi üçün məhz sözügedən fəaliyyətin

genişləndirilməsi, onun əsas problemi olan maliyyə cəhətdən təmini hazırki dövrdə öz aktuallığını itirmir.

**Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi.** Sahibkarlığın nəzəri əsasları bəzi dünya iqtisadçıları tərəfindən - A.Smit, R.Kantilyon, Tünen, K.Marks, Y.Şumpeter və başqaları araşdırmışdır. Müasir dövrümüzdə isə məhz bu sahənin Azərbaycan üzrə araşdırılmasında nəzəri və praktiki məsələlər barədə A.B.Abbasov, Q.N.Manafov, Ş.M.Muradov, Ə.İmanov, Z.Ə.Səmədzadə, A.F.Musayev, İ.Z.Seyfullayev, V.Niftullayev, sahibkarlığın vergilər cəhətdən tədqiqinə isə Y.A.Kəlbəyev və başqa iqtisadçılar öz töhvəsini vermişdir. Kiçik və orta müəssisələrin formalaşması və inkişafı məsələləri R.M.Cəbiyev, T.N.Əliyev, N.Ö.Hacıyev, A.S. Mehtiyev, Ə.B.Sarıyev, F.H.Abbasov və başqaları tərəfindən tədqiq edilmişdir. Ancaq kiçik və orta biznesin maliyyələşdirilməsi məsələləri dərinlən araşdırılmamış, problemin yalnız ümumiləşdirilmiş tədqiqi həyata keçirilmişdir.

**Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri.** Aparılan tədqiqat işinin başlıca məqsədi bazar münasibətlərinin hökm sürdüyü bir şəraitdə Azərbaycanda kiçik və orta biznes müəssisələrinin maliyyələşdirilməsi məsələləri, onun müasir vəziyyətinin təhlilini və təkmilləşdirilməsi istiqamətlərini müəyyənləşdirmək və onların maliyyələşdirilməsinin səmərəliliyinin artırılması üçün elmi konsepsiyanın hazırlanmasıdır. Beləliklə, tədqiqat işinin məqsədinə əsaslanaraq, araşdırmanın aparılmasının vəzifələrinə aşağıda qeyd edilən məsələlər daxil edilmişdir:

- Kiçik və orta müəssisələrin formalaşmasının nəzəri biliklər əsasında öyrənilməsi;
- Sahibkarlıq subyektlərinin maliyyələşdirilmə mənbələrini araşdırmaq;
- Kiçik və orta biznes müəssisələrinin böyüməsində və maliyyələşdirilməsində beynəlxalq təcrübənin öyrənilməsi;
- Respublikamızda kiçik və orta müəssisələrin formalaşması və genişlənməsi üçün mövcud olan normativ-hüquqi bazanın təhlil edilməsi;

- Hazırki dövrdə ölkəmizdə kiçik və orta biznesin müasir vəziyyətinin təhlili və onun qiymətləndirilməsi.
- Son olaraq isə, bu sahənin inkişafı üçün mövcud maliyyələşdirilmə mexanizmlərinin daha da təkmilləşdirilməsi və onlardan istifadənin səmərəliliyinin artırılması yollarını araşdırmaq.

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

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

**Tədqiqatın informasiya bazası.** Araşdırmalar zamanı nəzəri biliklər olaraq müxtəlif dünya və Azərbaycan alimlərinin elmi araşdırmaları və kitabları, statistik tədqiqatlar üçün Dövlət Statistika Komitəsinin 2013-2017-ci illər üzrə olan hesabatları və eləcə də 2018, 2019-cu illər ərzində baş verən dəyişikliklər, Nazirlər Kabinetinin, Vergilər Nazirliyinin, eləcə də sahibkarlığa aid Azərbaycan Respublikasının bir sıra qanunvericilik aktları və normativləri, Sahibkarlığın İnkişafı Fondunun vəsaitlərinin istifadəsi üzrə statistik hesabatlardan istifadə edilmişdir.

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



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

1. İlk olaraq, ümumi şəkildə Azərbaycanın iqtisadi inkişafında sahibkarlığın, xüsusilə də, kiçik və orta biznes fəaliyyəti ilə məşğul olan sahibkarlıq müəssisələrinin formalaşması nəzəri baxımdan öyrənilmişdir.
2. Onların maliyyə təminatı mənbələri araşdırılmış və dünya ölkələrinin hansı təcrübədən istifadə etdiyi öyrənilmişdir. Daha sonra bu araşdırmalardan ildə edilən nəticələr müqayisə edilmiş və maliyyələşdirilmə mexanizmlərindəki çatışmazlıqlar aşkarlanmışdır.
3. Ölkədə sahibkarlığın mövcud vəziyyəti təhlil edilmiş, onun maliyyələşdirilməsində istifadə olunan mexanizmlərin cari vəziyyəti öyrənilmiş, bu sahədə edilən dövlət yardımlarının təhlili aparılmışdır.
4. Yuxarıda qeyd edilən təhlillər nəticəsində mövcud mexanizmlərin təkmilləşdirilməsi və onların əlverişliliyinin artırılması üçün fikirlər irəli sürülmüşdür.
5. Sonda isə ölkəmizdə inkişafı zəif olan və hətta istifadə olunmayan maliyyələşdirmə mexanizmlərinin istifadəsi üçün təkliflər işlənib hazırlanmış və əsaslandırılmışdır.

**Nəticələrin elmi-praktiki əhəmiyyəti.** Tədqiqat işinin araşdırılmasından əldə edilən nəticələr ölkəmizdə fəaliyyətini davam etdirən və ya bu sferada yeni olan fiziki və hüquqi şəxslər üçün əhəmiyyətli ola bilər. Belə ki, işin gedişatı zamanı aparılan təhlillər Respublikada fəaliyyət göstərən kiçik və orta biznesin cari vəziyyətini göstərmiş, onların maliyyələşdirilməsindəki çatışmazlıqlar aşkarlanmışdır. Onların aradan qaldırılması və maliyyə mexanizmlərinin daha da inkişafı üçün irəli sürülən təkliflər bu sahədə inkişafı təmin edə, yeni fəaliyyətə başlayan sahibkarlar üçün bir “bələdçi” rolunu oynaya, əlaqəli nazirliklər tərəfindən və eləcə də, “Strateji Yol Xəritəsi” ndə prioritetlər sırasına əlavə edilə bilər.

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

# I FƏSİL. KİÇİK VƏ ORTA SAHİBKARLIQ MÜƏSSİSƏLƏRİNİN İNKİŞAFI VƏ MALİYYƏLƏŞDİRİLMƏSİ MEXANİZMLƏRİNİN NƏZƏRİ-METODOLOJİ ƏSASLARI

## 1.1. Kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin formalaşmasının nəzəri- metodoloji əsasları

İqtisadi kitablarda ilkin olaraq «sahibkar» termini ilə 1723-cü ildə Paris şəhərində dərc olunmuş “Ümumi kommertiya lüğəti”ndə qarşılaşırıq ki, burada da sahibkar, obyektin inşa edilməsini yaxud istismarını öhdəsinə götürən şəxs olaraq təqdim olunur.

Yeni bir elmi məfhum kimi «sahibkar» termini 18-ci əsr tanınmış ingilis iqtisadçısı R.Kantilyonun yazılarında istifadə edilmişdir. O, sahibkarlığın ilkin konsepsiyasını hazırlamışdır. Kantilyonun fikrinə əsasən risk anında fəaliyyət göstərən şəxs sahibkardır. Çünki, fermerlər, sənətkarlar, tacirlər və s. – bu cür xırda mülkiyyətçilər alış-bir sıra standart qiymətlərlə etsələr də, satışı qeyri-müəyyən qiymətlərlə aparırdılar. R.Kantilyonun fikrincə, sahibkar olan şəxs qeyri-stabil gəlir şəraitində risk edən sənətkar, fermer, kasıb ola bilər; stabil gəliri və ya əmək haqqını alan işçi, rentə alan torpaq sahibi isə sahibkar sayılmır. Bununla belə, qeyri-müəyyənliyin və eyni zamanda riskin ahəngi sahibkarlığın ilkin izahı kimi qiymətləndirilə bilər.

Məşhur Amerika iqtisadçısı İ.M.Kirsner iddia edir ki, sahibkarlıq fəaliyyəti həmişə rəqabətlidir, rəqabət fəaliyyəti isə həmişə sahibkarlıqdır.

İqtisadiyyat elminin baniləri sayılan David Rikardo və Adam Smit sahibkarlığa çox fikri verməmiş və həyata keçirilən sahibkarlıq fəaliyyəti onların elmi təhlillərinin predmeti olmamışdır. Onlar iqtisadiyyatı öz-özünü nizama salan mexanizm sayırdılar ki, bu mexanizmdə də yaradıcı, təşəbbüskar sahibkarlığa yer verilmir. Bundan başqa, tanınmış iqtisadçı Smit «Xalqların sərvətinin təbiəti və səbəblərinin qiymətləndirilməsi» yazısında sahibkarın cəhətlərinə istinad etmişdir. A.Smitin fikrincə sahibkar, kapitalın sahibi kimi bir sıra kommertiya ideyalarını həyata keçirmək və mənfəət qazanmaq üçün risk alır. Çünki, hər hansı bir işə

kapital qoyuluşu demək olar ki, həmişə özündə risk elementi əks etdirir. A.Smit düşünürdü ki, sahibkarlıq mənfəəti mülkiyyətçi şəxsin riski qarşısında kompensasiyadır. Yəni, sahibkar risk edərək əslində bu işə sərf etdiyi ümumi kapitalını əldən buraxmaq ehtimalı ilə üz üzə qalır. Lakin onun sonda əldə etdiyi mənfəət artıq onun bütün risklərinə baxmayaraq əldə etdiyi kompensasiyası olur.

Sahibkar özü istehsal əvvəlcədən planlaşdırır, əmək bölgüsü ilə əlaqəli məqsədlərini həyata keçirir, o cümlədən istehsal fəaliyyətindən alınan nəticələrə fərman verir. A.Smit, həm də müəssisənin kapitallarının sahibi olan kapitalist ilə son qərarları vermək hüququ olan sahibkar arasında fərq müəyyən etmirdi. Yəni onun gözündə sahibkar həm qərarverici, həm də sərəncamverici qüvvə idi.

Fransız Klamo Badonun (18-ci əsr) fikrincə, sahibkar – göstərdiyi sahibkarlıq fəaliyyəti üçün məsuliyyət daşıyan, müəssisəyə sahiblik edən, həyata keçirən, əvvəlcədən planlaşdıran, nəzarət edən hər hansı bir şəxsdir.

Digər fransız iqtisadçısı A.Marşal və onun davamçıları sahibkarlığın təşkilati məsələlərinə daha çox nəzər saldılar və onların fikrincə, hər arzulayan mülkiyyətçi sahibkar sayılmır. A.Marşal ilk olaraq istehsalın qeyd edilən üç amilinə - kapital, əmək, torpaq təşkilatçılıq faktorunu daxil etmişdir.

Alman iqtisadçısı Tünen (19-cu əsr )düşünürdü ki, sahibkarın qazandığı mənfəəti işgüzar əməliyyatlardan əldə edilən gəlirdən investisiya kimi qoyulan kapitalla əsasən faizi, idarəetmə xərclərini və hesablanan riskə əsasən sığorta haqqlarını ödədikdən sonra qalan hissə təşkil edir. Tünenə görə sahibkarın qazancı heç bir sığorta kompaniyası tərəfindən qarşılanmayan riskli yükün üzərinə götürülməsindən əldə edilən gəlir kimi özünü göstərir. Tünenin baxışlarına əsasən sahibkar öz sektorunda həm ixtiraçı, həm araşdırmaçıdır. Sadaladıqlarımızdan məlum olur ki, özünə qədərki klassik iqtisadçılar müqayisədə sahibkarın rolunu Tünen daha dolğun ifadə etmişdir.

V.İ.Lenin, K.Marksı, F.Engelsin yazılarında «sahibkar», «bazar», «sahibkarlıq» barəsində mülahizələrlə tez-tez qarşılaşılsa da onlar bazara və sahibkarlığa heç vaxt mənfə yanaşmırlar. Karl Marksın yazdığı iqtisadi nəzəriyyəyə

sahibkarlıq barəsində təsəvvürlər istismarçı - kapitalist haqqında təsəvvürlər formasında gəlmişdir.

Avstriya məktəbinin banilərindən biri olan F.Vizerin fikrincə sahibkar – qanuna müvafiq olaraq istehsalının idarə olunmasında aktiv iştirak etdiyinə görə fərman verir. O, tam hüquqa sahib bir liderdir; həyata keçirilən əməliyyatların hüquqi təmsilçisi, istehsal alətlərinin sahibi, hər bir hesab üzrə kreditor və debitor kimi özünü göstərir. O, icarədar və eyni zamanda icarəçi funksiyasını göstərir. Onun rəhbərliyi müəssisə yaranan andan başlayır. Sahibkar nəinki zəruri kapitalı verir, eyni zamanda da ideyanı verir, planı konkretləşdirir və həyata keçirir, işçiləri yığır.

Y.Şumpeterin fikrincə, sahibkarın fəaliyyəti tərəqqinin özəyini, başqa sözlə desək, iqtisadi sistemin kompensasiya halından başqasına keçid etməsinin əsasıdır. Ancaq aktiv sahibkarlıq fəaliyyətində iştirak edən şəxsi sahibkar adlandırmaq düzgündür.

«Sahibkar olmaq - başqalarının yerinə yetirmədiyi hər hansı bir işi etmək mənasını verir» - mülahizəsini verən Şumpeter onların xüsusi tip yaratdıqlarını vurğulayır. Bununla belə sahibkar müəyyən maddi uğurlar qazandıqdan sonra sakit həyat istəmir, hər kəsdən birinci olmağa və hakimiyyətə gəlməyə cəhd göstərir.

Onu da vurğulamaq lazımdır ki, 20-ci əsrin II yarısından etibarən iqtisadçılar sahibkarlıq məsələsinə artıq nəzəri olaraq yox, əsasən praktik aspektdən yanaşmışdır. Bu baxış aspektindən Amerika araşdırmaçısı R.Xizricin tutduğu yer xarakterikdir. Onun qiymətləndirməsi, sahibkar termininin açıqlanması, işin görülməsi, maliyyə fəaliyyəti, müəssisənin idarə edilməsi və işin saxlanması kimi praktik məsələlərin həll olunma yollarının müəyyən edilməsi ilə əlaqədardır. Xizricənin fikrincə, sahibkarlıq fəaliyyəti müəyyən bir dəyərə malik olan hər hansı bir əmtəənin istehsalı prosesidir, bu fəaliyyət növü ilə məşğul olan şəxs isə bunun üçün lazımi zaman kəsiyini ayıran və maliyyə resursu sərf edən, risk və psixoloji təzyiq şəraitində fəaliyyət göstərən, bunların qarşılığında isə mənfəət qazanan şəxsdir.

SSRİ dövründə bütün dövlətlərdə, AR-da da iqtisadi həyatın vacib termini kimi sahibkarlıq elmi dairələr və eyni zamanda ictimaiyyət tərəfindən heç cür qəbul edilmirdi. Lakin SSRİ-nin süqutundan dərhal sonra MDB ölkələrində, o cümlədən AR-da bazar iqtisadiyyatına keçid etməklə bağlı sahibkarlıq anlayışı alimlərin və eyni zamanda da işgüzar dairələrin, siyasətçilərin zamanla artan marağına gətirib çıxarmış, dəyərli elm əsərlər, məqalələr ərsəyə gətirilmişdir. Bu sektorda Q.N.Manafovun, Seyfullayev İ.Z, T.Ə.Quliyevin, Niftullayev V., Qasımova A.Z. və s. xidmətləri hökmən dəyərləndirilməlidir.

MDB ölkələrində və AR-da bazar münasibətləri kifayət qədər sərbəst tərəqqi etmir. Professor T.Ə.Quliyevin vurğuladığı kimi postsovet dövlətlərində bazar əlaqələri xüsusi bir yolla tərəqqi edir, bu səbəbdən də həmin ölkələrdə bazar özbaşına tərəqqisinin üstünlükləri vardır (Quliyev T.Ə., 2009). Sadalanan dövlətlərdə bu özbaşına tərəqqi Qərb dövlətlərindəki kimi təbii üsulla deyil, çox qısa müddətdə, sərt modifikasiyaya uğrayaraq, güclü inhisarçı strukturlar, əhalinin aşağı ödəniş qabiliyyətli tələbatı və zəif əmtəə - əsasən ölkə daxilində istehsal edilən - təminatı mühitində olmuşdur ki, nəticədə bu da bazar əlaqələrini güclü deformasiyaya məruz qoymuşdur.

Təhlildən məlum olur ki, xarici araşdırmaçıların yazılarında kimi AR alimlərinin yazılarında da sahibkarlığın, onun fəaliyyətinin mənasının xüsusi ifadəsinə rast gəlmək qeyri-mümkündür. Müəlliflərin fikrincə sahibkarlıq fəaliyyəti - fiziki şəxslərin, eləcə də hüquqi şəxslərin adıçəkilən fəaliyyətdən mənfəət qazanmaq üçün , özlərinin özəl əmlak cavabdehliyi və riski ilə, hər növ təsərrüfatçılıq məşğul olan sərbəst işgüzarlıq fəaliyyəti hesab edilir (Məmmədov R.M., Əhmədli A.M., və Əliyev T.N., 2011)

Sahibkarlıq haqqında müxtəlif tədqiqatların fikirlərini cəmləsək, belə nəticə əldə etmək olar: sahibkar gələcək dövrlərdə mənfəət qazanmaq ümidi ilə istehsal faktorlarını birləşdirən və böyük risklər alan şəxsdir. Yəni, sahibkarlıq fəaliyyətinin təməlini və onun təkanverici qüvvəsini mənfəət qazanmaq istəyi təşkil edir.

Qeyd edilənlərə rəğmən, fikrimizcə, sahibkarlığa bu tərifi vermək daha münasibdir: “Sahibkarlıq hiiquqi və fiziki şəxslərin xərclədikləri maddi, sərf etdikləri əmək, maliyyə və əmlak müqabilində mənfəət qazanmaq arzusu həyata keçirdikləri bir prosesdir”.( Əliyev T.N., Əhmədli A.M., və Məmmədov R.M, 2011)

Beynəlxalq təcrübəyə əsasən demək olar ki, dövlətin iqtisadiyyatının tərəqqi səviyyəsi bu dövlətdə istehsalın və eyni zamanda dövlət biznesinin tərəqqi səviyyəsindən çox asılıdır. Eləcə də, bildirilməlidir ki, hər bir İEÖ-nin «sifətini» böyük müəssisələr təyin edir, texnoloji inkişafın və istehsal potensialının səviyyəsi isə iri kapitalın olmasından asılıdır. Bundan başqa, bazar iqtisadiyyatının yüksək səviyyədə inkişaf etdiyi dövlətlərin iqtisadiyyatında xırda və orta biznesin rolu çoxdur.

Kiçik və orta müəssisələri fərqləndirən başlıca amil odur ki, həmin müəssisələrin təşkili o qədər də çox vəsait istəmir; onlar bazar konyunkturasına daha çox qarşılıq verirlər; öz təsərrüfatlarını sürətlə yenidənqururlar. Əsasən xırda biznes işgüzarlığın və təşəbbüskarlığın tərəqqisi üçün uyğun şəraitin yaradılmasında xüsusi rol oynayır ki, bu fəaliyyət növü olmadan əlverişli iqtisadiyyat, təkmilləşmiş cəmiyyət yaratmaq qeyri-mümkündür. Biznesin tərəqqisi ilə əlaqədar təzə, inkişafa meyilli ideyaların bir çoxu xırda və orta müəssisələrdə yaranır və həyata keçirilir. Bundan başqa, xırda və orta müəssisələr böyük müəssisələr üçün münasib olmayan malların istehsalında üstünlüyü təmin edir, əlverişli istehsal - təsərrüfat kooperasiyasından ötrü münasib bir şərait qurur.

İqtisadi kitabların analizi, İEÖ-də mövcud sahibkarlıq təcrübəsinin təhlili və ümumiləşdirilməsi müəyyən nəticələrə gəlməyə imkan verir. Əldə edilən həmin nəticələrə əsasən xırda və orta biznesi səciyyələndirən mühüm xüsusiyyətlər bunlardır. Xırda və orta biznes:

- elmi-texniki inkişaf prosesində kəşfiyyatçı rolunda çıxış edir;
- təzə çeşidli məhsulların istehsalının öyrənilməsində inkişafı, birinciliyi öz üzərinə götürür, onların iqtisadiyyatda tətbiq edilməsini intensivləşdirir;

- bol çeşidli şəxsi istehlak mallarına qarşı yaranan tələbatı qısa müddət ərzində ödəyir, az-az mal buraxmağa tez adapte olur;

- texniki baxımdan qısa müddət ərzində və ucuz qiymətlərlə təchiz edilərək ilkin kapitala zəmənat edir;

- intensiv olaraq kapitalın dövriyyəsini həyata keçirir, kapital qoyuluşunun ödəmə müddətini qısaldır;

- böyük müəssisələri xırda seriyalı məhsullar istehsalından xilas edir, ixtisaslaşmanı intensivləşdirir;

- böyük müəssisələrin edə bilmədiyi riski öhdəsinə götürür;

- azad rəqabət şəraiti ərsəyə gətirilməsində, inhisarçılığın təsirinin zəifləməsində, əsasən sahə və ərazi inhisarçılığının ləğv olunmasına xüsusi rol oynayır;

- böyük istehsalın yekun tullantılarından və yerli xammal mənbələrindən faydalanmaqla, bazarda yaranan tələbata daha sürətlə qarşılıq verilməsini həyata keçirir;

- nisbətən az kapital qoyuluşu ilə tələbata müvafiq gələn istehiak məhsulları buraxılışını və xidmətlər sahəsini böyüdür;

- əhalinin maddi və maliyyə resurslarını istehsala çəkir;

- azad işçi qüvvəsinə işlə verilməsində, məşğulluğun artmasında xüsusi rol oynayır;

- dövlət mülkiyyətinin şəxsiləşdirilməsində, əsasəndə təzə sahibkarlar təbəqəsinin yaranmasında xüsusi rol oynayır;

- dövlətin ixrac imkanlarının çoxalmasına pozitiv təsir göstərir.

Bunlardan başqa xırda və orta sahibkarlıq fəaliyyətinə hüquqi və təsərrüfatçılıq azadlığı, idarəetmənin özəlləşdirilməsi (sahibkar özü şəxsi biznesinin idarə olunmasında və həmin fəaliyyətlə əlaqədar yekun qərarların qəbulunda birbaşa olaraq iştirak edir), həmçinin kiçik və bununla belə şirkətə



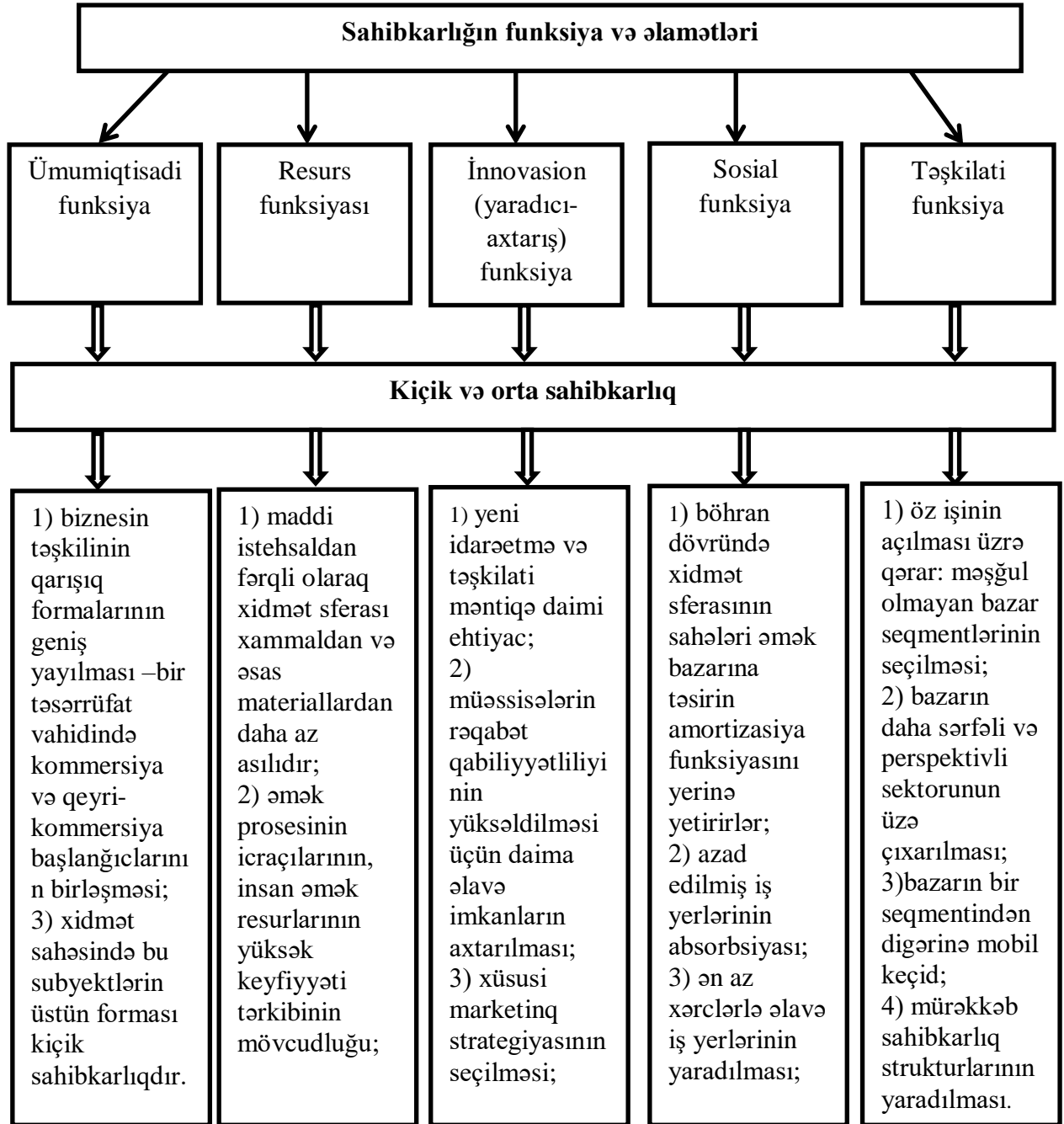
qiymətlərin səviyyəsinə və əmtəələrin satışının tutumuna elə də yararlı təsiri olmayan xırda satış bazarlarına sahib olmaq əlamətləri də aiddir.

Günümüzün problemlərini nəzərə alaraq, sahibkarlıq strukturlarının formalaşmasında ən vacib məsələ ən sürətli iqtisadi və sosial təsir göstərə biləcək biznesin öndə gedən sahələrinin seçilməsidir. Bu baxımdan, xidmət sahəsi perspektivli, sürətlə inkişaf edən, iqtisadiyyat sahəsindəki iş yeri sayının çoxluğunun zəmanətliliyi kimi çıxış edir və bazarda inkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsini nümayiş etdirir. Həm formada, həm də məzmununda son dərəcə müxtəlif olan xidmətlər, bütün xidmət növləri üçün eyni dərəcəli ümumi universal keyfiyyətə malik bir bazar yaratmır. Bunlardan əlavə olaraq, xidmət sənayesinin əhəmiyyətli bir hissəsi (əsasən, istehsalat xidmətləri) bazarın münasibətlərindən asılı olan qanunların ümumi fəaliyyətinə əsasən əmtəə bazarı ilə birlikdə nəzərdən keçirilir. Bununla yanaşı, xidmət bazarları ilə əmtəə bazarı arasında tam şəxsiyyət yoxdur. Onların fərqliliyi xidmətlərin xüsusi mallar kimi özünəməxsusluğu ilə bağlıdır, yəni ənənəvi və nisbətən yeni xidmətlərin müxtəlifliyinə baxmayaraq, onları bir sahədə birləşdirən bir sıra ümumi cəhətləri qeyd etmək mümkündür. Tədqiqat işinin bu başlığında sahibkarlıq funksiyalarının prizmasından göstərilən xidmət sahəsindəki sahibkarlığa nəzər yetiriləcək.

Cədvəl 1-də nəzərdən keçirilən bu funksiyalara, xüsusilə, ümumi iqtisadi, yaradıcılıq-axtarış (innovasiya), resurs, sosial, təşkilati funksiyalar daxildir. Bu sxemdə sahibkarlıq funksiyaları baxımından xidmət sahəsində sahibkarlıq fəaliyyətinin xüsusiyyətləri strukturlaşdırılmağına cəhd edilmişdir.

Cədvəldən də aydın olduğu kimi, sahibkarlıq fəaliyyətinin beş əsas funksiyasından biri hər bir bizneslə məşğul olan şəxsə olmağı vacib olan innovasiya əlamətidir. Çünki əgər sahibkar novator olmazsa, o zaman öz fəaliyyətini inkişaf etdirə və məhsuldarlığını artırma bilməz. Bunun səbəbi isə müştərilərin daim monoton məhsuldan sıxılmasıdır. Bütün bunların nəticəsində isə fəaliyyətin məqsədi olan mənfəət qazanmaq çətinləşəcəkdir və son olaraq, biznes müddəti süqutla nəticələnəcəkdir.

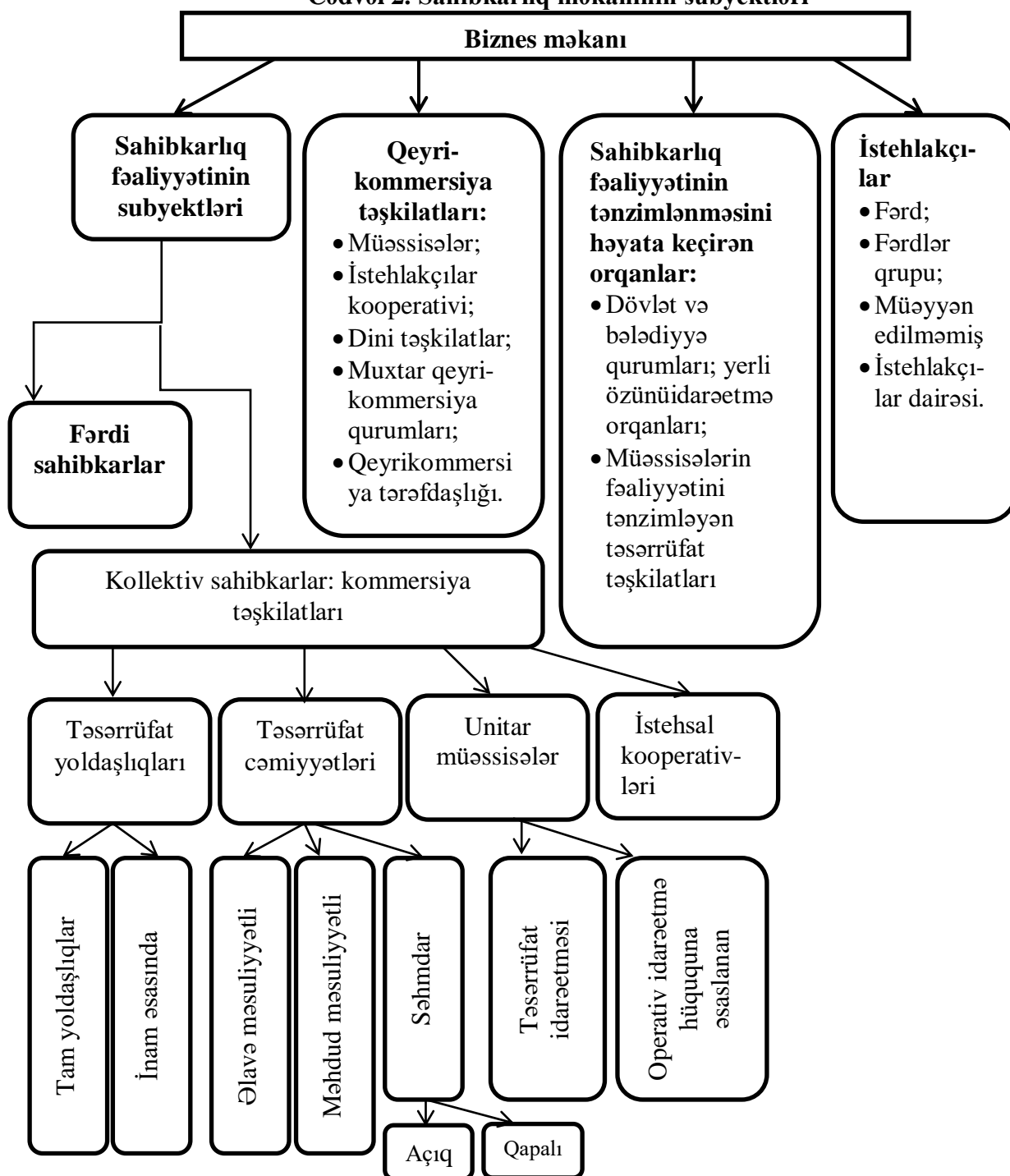
**Cədvəl 1. Kiçik və orta sahibkarlığın xüsusiyyətləri.**



**Mənbə:** Крутик А.Б., Решетова М.В. Предпринимательство в сфере сервиса: учебник. Изд. «Академия», Москва, 2011.

Sahibkarlıq fəaliyyəti bu halda xidmət göstərilməsinə yönəlmişdir. Onları ev təsərrüfatlarına, digər sahibkarlara, dövlətə (əsasən ümumi iqtisadi funksiyanı müəyyənləşdirir) çatdırmaq bu istiqamətlərdəndir. Üstəlik, sahibkarlıq fəaliyyəti öz subyektləri tərəfindən hüquqi, sosial və iqtisadi sahələrin, yəni biznes mühitində vahid bütövlüyü çərçivəsində, bazar iqtisadiyyatının bütün iqtisadi qanunlarının təsiri altında həyata keçirilir.

**Cədvəl 2. Sahibkarlıq məkanının subyektləri**



**Mənbə:** Крутик А.Б., Решетова М.В. Предпринимательство в сфере сервиса: учебник. Изд. «Академия», Москва, 2011.

Birincisi, 2 saylı sxemdən görüldüyü kimi, sahibkarlıq sahəsinin əsas mövzusu sahibkarlıq fəaliyyətinin subyektləridir, yəni, belə fəaliyyətlərlə birbaşa məşğul olan vətəndaşlar və təşkilatlar, onların əsas vəzifəsi. Bunlara fərdi sahibkarlar (vətəndaş-sahibkarlar) və kollektiv sahibkarlar (kommersiya təşkilatları) daxildir.

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

- Bazarda rəqabət fəaliyyətində meydana çıxan risklər;
- Kommersiya fəaliyyəti ilə bağlı risklər;
- Resursların qeyri-rasional bölgüsü üzündən ortaya çıxan risklər;
- Kapital öhdəlikləri ilə bağlı maliyyə risklər;
- Qiymətlərin səviyyəsinin dəyişməsi ilə əlaqədar risklər;

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

Sahibkarlıq fəaliyyəti müxtəlif təşkilati formalarda həyata keçirilir. Sahibkarlığın ən effektiv formasını seçmək hər hansı bir müəssisənin, o cümlədən xidmət bazarında uğurlu fəaliyyətinin vacib şərtidir. Aydınır ki, ümumi yanaşma istifadə imkanlarını maksimum dərəcədə genişləndirməkdən ibarət olmalıdır: mövcud resurslar; əmək və intellektual potensialı; mövcud iqtisadi imkanlar. Belə olduqda bu cür və yaxud da başqa formalı sahibkarlıq fəaliyyətinin təşkilati formasının hüquqi xüsusiyyətlərini nəzərə almaq lazımdır. Əvvəl qeyd edildiyi kimi, xidmət sektoru öz tərkibinə görə müxtəlifdir, üstəlik, müasir iqtisadiyyatda iqtisadiyyatın bu sahəsinin terminoloji və tərkib dəqiqliyi barədə fikir birliyi yoxdur. Ona görə də, olduqca aydındır ki, kiçik və böyük sahibkarlıqların nisbəti müxtəlif xidmət sahələri üçün eyni deyildir. Ümumilikdə malların istehsalı ilə müqayisədə xidmət sahəsində kiçik sahibkarlığın üstünlüyü nəzərə çarpır.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin forması kimi kiçik biznesin xüsusiyyətləri araşdırmanın müstəqil obyektlərindən biridir. Onların əksəriyyəti artıq xarici və yerli alimlər tərəfindən hazırlanmışdır. Bu tədqiqatın müəllifinin bu məsələni öyrənməsinə birbaşa olan tövhəsi bu xüsusiyyətlərin müəyyən edilməsi və

sistempləşdirilməsi, eləcə də tətbiq sahəsinin - xidmət sektorunun - kiçik biznes fenomeninə ekstrapolyasiyasıdır.

## **1.2. Kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin maliyyələşmə mənbələri**

Sahibkarlığın inkişaf problemlərinin həlli yollarının araşdırılması aktual olduğu qədər də çoxcəhətli, elmi baxımdan yeni təfəkkür və dünya təcrübəsinin dərinədən öyrənilməsini tələb edən kompleks bir işdir.

Hazırkı iqtisadi nəzəriyədə istehsalat prosesinin üç vacib ünsürü vardır. Onlardan birincisi torpaq, ikinci vacib amil olan kapital və sonuncu, həmçinin bu fəaliyyətin onurğa sütunu olan əməkdir. Qeyd edilən ilk ünsür olan torpaq istehsalat zamanı işlədilən və istehsal üçün vacib olan bütün təbiətdən gələn resursları özündə ehtiva edir. Kapital - yuxarıda adları çəkilən amillər arasında ikinci olan bu ünsür maddi əsaslıdır. Üçüncü faktor olan əmək isə insan cəmiyyətinin istehsalda bilavasitə rolu olan qismidir. Bu amilin tərkibini biznes fəaliyyətini də aid edirlər. Beləliklə, hesab olunur ki, hər bir sahibkar yuxarıda adları qeyd edilən istehsalın vacib üç amilinin ümumi istehsalat sistemi olaraq əlverişli təşkil edilməsinə görə öz üzərinə məsuliyyət götürür. Belə ki, hər bir fərdi sahibkar, yeni texnologiyaların tətbiqində maraqlı olmalı və innovasiya üçün daim can atmalıdır. Qısaca desək, sahibkar olan şəxs novator olmalıdır ki, biznesi inkişaf edə bilsin.

Bütün bunlara baxmayaraq, sahibkarlıq fəaliyyətinin labüd funksiyalarından biri gəlir qazandıran istehsal ardıcılığının təşkil edilməsidir. Artıq iki əsrə yaxındır ki, iqtisadiyyatda əmtəənin qiymətinin meydana gəlməsində bu üç amilin hər birinin vacibliyi haqda araşdırmalar davam etməkdədir. Dövrümüzün iqtisadçıları hər üç ünsürün labüdlüyünü vurğulayırlar. Belə ki, kapitaldan əldə edilən gəlir faizdir, digər faktor olan əmək isə əmək haqqı gətirir, torpaqdan qazanılan qazanc isə rentadır, son olaraq, müzakirəsini apardığımız sahibkarlıq faktorundan isə gəlir əldə edilir. İnsanın özəl xarakteri kimi fərqləndirilən sahibkarlığı bacarmaq xüsusiyyəti iqtisadiyatla bağlı resursların içərisində xüsusi əhəmiyyətə malikdir. İnsanın əldə etdiyi biliklərin, onun düşüncəsinin bəhrəsi olan

sahibkarlıq fəaliyyəti yeni növ imkanların aşkar edilməsi, yeni istehsal üsullarının tətbiqi və eləcə də, yeniliklər uğrunda riskli addımlar atılması qabiliyyətinə sahibdir. Sahibkarlıq dəyişkən bir proses olmaqla bərabər, yeni perspektiv istiqamətləri müəyyənləşdirir. İqtisadiyyatda sahibkarlıq fəaliyyəti mövcud olan resursların müəyyənləşdirilməsində və həmçinin bölüşdürülməsində yeni təşkilat üsullarının həyata keçirilməsi, eləcə də təşəbbüskarlığıyla xarakterizə olunur.

Biznes fəaliyyətinin əmələ gəlməsi və inkişafı , bu istiqamətdə xidmət göstərmək istəyən hər bir şəxsin və yaxud sahibkarın, bu fəaliyyət növü ilə bağlı biznes ideyasının, başlanğıc kapitalının, göstərikən sahibkarlıq fəaliyyətinin hansı formada olmağına uyğun olaraq istehsalat avadanlığının və texnologiyasının, istifadə olunan xammal və materialın eləcə də, buna uyğun kədr ehtiyatının mövcud olmasını tələb edir. Sahibkarlıq düşüncəsinin yaranması və inkişaf etdirilməsinə Respublikada fəaliyyətini davam etdirən mal-əmtə bazarlarının quruluşu, həcmi, əlavə olaraq, istehsal olunan əmtəə və gəstərilən xidmətlərə olan tələbin və həmin tələblərin effektiv qarşılanabilmə səviyyəsi, bazarlarda mövcud olan potensial müştərilərin alıcılıq qabiliyyəti, habelə, elmi yeniliklərin və texnologiyanın yeni nailiyyətləri müsbət mənada təsir göstərir. Sahibkar həmin bu amilləri diqqətə alır və bir sıra təhlillər aparandan sonra onun yaxud da cəlb olunması mümkün sayılan başqa maliyyə resurslarını analiz edir və nəticə olaraq, öz sahibkarlıq fəaliyyəti üçün konkret bir növü seçir. Əlbəttə ki, müəyyən bir fəaliyyət forması seçən fərdi sahibkar konkret olaraq hər hansı bir məhsul istehsal edən zaman və ya xidmətlərin göstərilməsi anında mövcud olan prosesinin təşkil edilməsi imkanları, habelə, həmin məhsulların onlardan istifadə edənlərə çatdırmaq üçün bir sıra metodları, həmçinin vasitələrini də gözə almalıdır.

Kiçik və orta müəssisə sahibləri fəaliyyətə başlayarkən bəzi problemlərlə üzləşirlər. Bu problemlər arasında təcrübənin azlığı, inzibati idarəetmə prosesində çətinlik, daxilində olduqları bazar haqqında tam dolğun məlumatla malik olmamaq məsələləri ilə bərabər, ən önəmlisi onların maliyyə ehtiyatlarına asanlıqla yetişə bilməməsidir. Sahibkarlığın maliyyə çətinliklərini bir neçə amil təsnifatlaşdırır:

Kiçik və orta müəssisələrdə mütəmadi olaraq sahibkarlar, bazara ilk addım atdığı zaman biznesin kiçik formasının tərəqqisinə öz töhfəsini vermiş olur. Nəticədə, belə müəssisələrin bazar mühitində var olması ən azından müəssisələrarası rəqabətin daha da inkişaf etməyinə gətirib çıxarır və yaxud bunun tərsinə, kiçik biznesdə rəqabət yoxdursa, sahibkarların bazara daxil olması mürəkkəb olur. Modern dünyanın qloballaşan iqtisadiyyatında sahibkarlıq fəaliyyətinin tərəqqisi əhalinin yaşam səviyyəsinin yüksəlməsinin, onun maddi rahatlığının yaxşılaşmasının mühüm amillərindən biri sayılır.

Bütün bunlardan əlavə olaraq, sahibkarlıq fəaliyyəti zamanı mövcud olan bütün hüquqi və şəxslərin nəzərə almağının vacib olduğu məsələlərdən biri də məhz onun fəaliyyətinə təsir edə biləcək və ya öz fəaliyyəti dövründə müəssisənin qarşılaşa biləcəti problemlərdir ki, bunlar risk adlanır. Risklərin müxtəlif növləri vardır. Lakin sırf sahibkarlıq fəaliyyətinə təsir edən risk növləri iqtisadi risklər olaraq bilinir. İqtisadi risklər isə özünə valyuta riskini, maliyyə (kredit) riskini, inflyasiya, əməliyyat riski daxil edir.

Valyuta riski dedikdə, ticarətin iki fərqli valyutaya malik iqtisadi ərazilər arasında aparılması nəzərdə tutulur. Bu zaman qiymətin dəyişməsi riski də ortaya çıxır. Belə ki, Malın satıldığı ölkənin valyutası ilə alıcı ölkəsinin valyutası arasındakı məzənnə münasibəti müqavilənin imzalanması və faktiki ödəniş axını arasında dəyişirsə, bu, valyuta məzənnəsinin itirilməsinə (həmçinin qiymət artımına) səbəb ola bilər.

İnflyasiya riski - xarici bazarlarda olan inflyasiya idxal edilən mallarda qiymətlərin daha yüksək olmasına gətirib çıxarır. Nəticədə ölkəyə gətirilən əmtəələr nisbətən daha baha qiymətə satılır, nəticə belə olduqda isə, yerli müştərilərin alıcılıq qabiliyyətinin aşağı düşməsinə səbəb olur.

Maliyyə ( kredit ) riski – sahibkarın bank qarşısında olan borcunu və ya müqavilə ilə nəzərdə tutulan öhdəliyini vaxtında yerinə yetirə bilmədiyi halda meydana gələn riskdir. Bu risk təkcə borcların ödənilməsini deyil, həmçinin valyuta əməliyyatlarının da məhdudlaşmasına səbəb olur.

Əməliyyat riski – istehsal prosesində baş verən hadisələri özünə daxil edir. Məsələn: avadanlıqların gözlənilmədən sıradan çıxma ehtimalı və ya onların oğurlanması, iş zamanı işçilərin zədə alması, daxili və xarici fırladaçılıq ( şirkətin kommersiya sirlərinin kənara sızdırılması və s.) və məhsulun keyfiyyətində aşkarlanma ehtimalı olan hər hansı bir qüsurlu – bütün bu riskləri özündə ehtiva edir.

Bir sıra araşdırmalarda sahibkarlara önərilir ki, eyni zaman dilimində müxtəlif girişləri həm intuitiv perspektivdən müəyyən edib, o cümlədən, biznesin genişlənmə imkanları iqtisadiyyatına yönələn meyilləri daha effektiv araşdırmalı və hazırlıqlı olmalıdırlar.

Maliyyə vəsaiti cəhətdən kiçik və orta müəssisələrin sahibləri maliyyə resursunu öz hesabına təmin edənlər və maddi vəsaiti kəndən cəlb edənlər nöqtə-nöqtədən 2 yerə bölünürlər. Maddi və sosial perspektivdən baxdıqda, maliyyə yetərsizliyinin insanları biznesə fəaliyyətinə cəhd etmək üçün ruhdan saldığı qeyd edilir. Əslində bu zaman dövlətin də rolu nəzərə çarpmaqdadır.

Müxtəlif kitablara göz yetirsək məlum olur ki, insanları sahibkarlıq işi görməyə icazə verməyən əsas problemlərdən biri və ən əsası belə nəvə fəaliyyətin inkişafı üçün maliyyə qıtlığının olmasıdır. Nəzəri baxımdan, belə imkansızlıqlar üçün və bunlarla ziddiyətlik təşkil edən arqumentlər, xüsusilə kiçik firmaların üzləşdiyi maliyyə maneələri bir mənə ifadə etməyən və qeyri-dəqiq təkliflərin olmasına baxmayaraq onların cəsarətini qırır. Akademik ədəbiyyata göz gəzdirdikdə, Binks, Harrison və digərləri tərəfindən xırda firmaların tərəqqi çətinliklərindən ən ciddiyyətinin xarici maliyyə mənbəyinə çatmaq olduğu görünməkdədir.

Vurğulanmalıdır ki, bəzən sahibkarların maliyyə dəstəyi qazanmasına əngəl olan amillərdən biri də qazandıqları maliyyə vəsaitinin doğru istifadə etməmələridir. Bəzi durumlarda bazarda yeni olmaq problemi yaransa da, bu tək cəmiyyət idarəetmə ilə, həmçinin pul vəsaitinin yönəldiyi istiqamətin dəyişdirilməsi işləri ilə də bağlıdır. Pul vəsaitlərinin doğru şəkildə və əlverişli idarə olunması üçün biznesə başlamadan əvvəl biznes plan hazırlamaq şərtidir. Biznes plan firmanın bazardaki



marketing strategiyasını, kadr ehtiyatını, maliyyə hesabatlarını, fəaliyyətin xarakteri ilə əlaqəli olaraq, hər növ xırda nüansları əhatələndirəcək formada, iş adamları üçün “bələdçi” rolunu oynamalıdır. Burada bazara giriş etmə anından tutmuş, hər ay üzrə xərc maddələri və onlar üçün istifadə olunan maliyyə barəsində təyin olunmuş göstəricilər olmalı, həmin bu meyarlar hər hesabat ayı üçün müzakirə olunmalı, hesabatlar tərtib edilməlidir.

Kiçik və orta müəssisələrdə işləyən sahibkarların maliyyə çətinliklərinə həll yolu tapmaq üçün dünyəvi səviyyədə dövlət və qeyri-dövlət sektorda əməliyyat fəaliyyətində, elmi fəaliyyətdə araşdırmalar edilməkdədir. Bu vaxt, maliyyə çətinlikləri sahibkarlıq fəaliyyətinə mane olan əsas maneələrdən biri olduğu açıqdır. Maliyyə problemləri, əsasən təcrübənin azlığı və təzə təşəbbüslərə maliyyə ayrılması təhlükələrinə görə yeni projətlər üçün daha riksli ola bilər. Kiçik və orta müəssisələrdə işləyən biznesmenlərin startaplarına maliyyə yardımını ayrılmamasının mühüm nədənlərindən biri təcrübənin azlığıdır. Amma bu kimi fəaliyyətlərə maliyyə ayrılmaması da nəinki kiçik və orta müəssisələrdə işləyən sahibkarlar üçün, o cümlədən makrosəviyyədə sahibkarlıq fəaliyyəti üçün növbəti dövrlərdə çətinliklər yarada bilər. Bhide bildirir ki, maliyyələşmə müasir cəhdlər üçün çox önəmli narahatlıq yaradır və hətta, onların əksəriyyəti startapların maliyyələşmələrindən ötrü böyük təminat üçün modellər də axtarmağa çalışır. (Bhide, A.,2012)

Maliyyə vəsaitinin dövlət tərəfindən bərpası bu və yaxud başqa üsullarla baş verə bilər. Nəticədə, dövlət tərəfindən xüsusi kapitalların yaradılması ilə, vergi siyasətində müəyyən nizamlanmaların təşkili metodu və digərləri ola bilər. Növbəti, maliyyələşmə mənbəyi kimi onun kredit təşkilatları vasitəsilə təmin edilməsidir. Qeyd olunan bu növ demək olar ki, bütün dünyada və eləcə də, ölkəmizdə nisbətən çox müraciət olunan maliyyə resursu mənbələrindən birincisi kimi qeyd edilə bilər. Kredit qurumları içərisində təqdim edilən servislərin əhatəliliyinə əsasən, banklar daha geniş funksionallığa sahibdirlər.

Tərəqqi və iqtisadi böyümə yeni bilik və bacarıqların, növ etibarilə yeni məhsul və servislərin meydana gətirilməsini və həmçinin uyğunlaşdırılmasını aşağı məhsuldarlıqdan yuxarı məhsuldarlığa tərəf dəyişməni istəyir. Bu cür dəyişikliklər, məhsuldarlıq əldə etmək və iqtisadi yüksəlişdən ötrü “potensial həcm”ini yaradan iş adamları tərəfindən həyata keçirilir. Kapitalın, insan əməyinin və texnologiyanın spesifik ünsürləri, qeyri-mükəmməl bazarlarda daha çox həcmdə məhsuldarlıq üçün təchizat fəaliyyətinə qoyuluşlar edə bilməz .

Bütün qeyd olunanları ümumiləşdirsək, kiçik və orta müəssisələrdə işləyən sahibkarların maliyyə vəsaitinə çıxış üsulları aşkarlamalarından ötrü həmişə yeniliklərdən və innovasiyadan faydalanmaları, yaradıcı ideyalarını inkişaf etdirməlidirlər. Belə olduqda isə, onlara dövlət köməyi, kredit qurumları və yaxud kommersiya banklarının maddi dəstəyi, habelə, biznes inkubatorlar yardım etməlidirlər.

Dövlət tərəfindən sahibkarlıq fəaliyyətinin maliyyə nizamlanması üsulları 2 qrupa ayrılır:

1. Bilavasitə (administrativ) üsullar - sahibkarlıq fəaliyyəti göstərən subyektlərə birbaşa dövlətin təsir, tənzimləmə vasitəsidir. Qeyd olunanlara əsasən, bunlar iqtisadiyyata dövlətin nəzarəti, sahibkarların qeydiyyatı və onların lisenziyalaşdırılması aiddir.

2. Dolayı üsullar - sahibkarlığa təsərrüfat subyektlərinin fəaliyyətinə uyğun şəraitin yaradılması yolu ilə formalaşdırılan iqtisadi təsir mexanizmidir. Bunlar isə onlara verilən müxtəlif güzəştlər aiddir. (cədvəl 3)

**Cədvəl 3. Sahibkarlığın dövlət tərəfindən tənzimlənməsi metodları**

| Dövlət tənzimlənməsi  |                                 |
|---|---------------------------------|
| Birbaşa (administrativ) metodlar                                  | Dolayı metodlar                 |
| Dövlət nəzarəti   | Güzəştli kreditləşdirmə         |
| Hüquqi şəxslərin və fərdi sahibkarların dövlət qeydiyyatı         | Proqnozlaşdırma və planlaşdırma |
| Ayrı-ayrı sahibkarlıq fəaliyyəti növlərinin lisenziyalaşdırılması | Vergi güzəştləri                |
| Antiinhisar orqanın sərəncamları və s.                            | Dövlət sifarişləri və s.        |

**Mənbə:** Крутик А.Б., Решетова М.В. Предпринимательство в сфере сервиса: учебник. Изд. «Академия», Москва, 2014.

Özəl sektorun bir sahəsi kimi sahibkarlığın inkişafının stimullaşdırılmasının müxtəlif vasitələri var. Bunların sırasında əlverişli vergi siyasətinin yürüdülməsi, bank-kredit siyasəti, maliyyə mənbələrinin formalaşdırılması, dövlət yardımını sisteminin təşəkkülü, qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi, özəlləşdirmənin səmərəli aparılması, infrastruktur problemlərinin həlli və s. göstərmək olar. Dövlət sahibkarlığın inkişafı üçün hər şeydən əvvəl əlverişli investisiya mühiti formalaşdırmalıdır. Müsbət haldır ki, dövlət büdcəsinin hesabına maliyyələşdirilən İqtisadiyyat Nazirliyi nəzdində yaradılan Sahibkarlığa İnkişafı Fondu vasitəsilə hər il sahibkarların layihələrinə güzəştli şərtlərlə kredit ayrılır ki, bu da sahibkarlığa dövlət dəstəyinin ən səmərəli formalarından biridir.

Banklar kredit verərkən əsas və labüd tələblərdən biri də kredit alan şəxsin maliyyə durumudur. Yəni, borc alanın dəyişməz maliyyə durumunun olması və yaxud alınmış kreditin ödənişini təmin etmək üçün müəyyən qədər likvid aktivlərə sahib olması əsas meyarlardan biridir. Servis sahəsində işləyən sahibkarlar bu məsələ ilə bağlı tez-tez bir sıra çətinliklərə rast gəlirlər ki, bunun nəticəsində onların sözügedən maliyyə mənbələrinə çatmalarında problem yaranır. Banklar tərəfindən borc məbləğlərinin təmin edilməsi kredit verilməsinin vacib şərtləri əsasında təşkil edilir. Bu şərtlərə də məhz aşağıdakılar aiddir: müddətlilik; qeyri-bərabərlik; təminat; haqqın geri ödənilməsi şərtləri. (Abdullayev Ş.Ə., Əsgərova R.V.,2009) Tələb edilən bu şərtlər banka kredit əldə etmək məqsədilə müraciət edən şəxslərin maddi vəziyyətindən, sosial mövqetindən, yaş sayından , ailə və s. durumundan asılı olaraq ayırd edilir. Servis sahəsində işləyən sahibkarların kredit alması anımda, həmin insanların maddi durumunun problem yaşatması ilə bərabər, eyni zamanda, biznesdə təcrübə qıtlılığının olmaları da onlara kreditin təmin edilməsinə təsir edən meyarlardandır. Bundan başqa, Servis sahəsində işləyən sahibkarlarda müəyyən problemlərin olması kredit ödəniş şərtlərinə də təsir edir ki, nəticədə bu kreditin riskliliyini çoxaldır. Bu vaxt, banklar tərəfindən kreditləşmə şərtlərində və faiz tariflərində belə borc alanlara qarşı daha ciddi tələblər qoyulur.

Maliyyə resursunun dövlət tərəfindən təmin olunması zamanı, xüsusilə, dövlətə aid banklar və təşkilatlar tərəfindən aşağı faizlə uzunmüddətli dövr üçün

pul vəsaitlərinin verilməsi nəzərdə tutulur. Sahibkarların gəlir qazanarkən bu və yaxud başqa səviyyədə onların əldə etdiyi gəlirin rəsmiləşdirilməsinin olmaması, dövlətə vergidən yayınma halı kimi də əks oluna bilər ki, belə vəziyyət də sahibkarlıq işləri ilə biznes qurmaq istəyənlərin maliyyələşdirilməsi məsələsində problem yaradan situasiyalardan biri kimi qiymətləndirilir. Maliyyə təminatının dövlət tərəfindən təqdim olunması xüsusilə, rəsmi sənədlərin doğruluğundan, müraciətlərin və onlarla bağlı durumların ölkə və cəmiyyət üçün səmərəsi ilə lap sıx əlaqədardır. Maliyyə ehtiyatlarının banklar və o biri kredit qurumları tərəfindən təmin olunması özü əsas prosesdir. Nəticədə, kredit qurumları onu təmin edərkən əsasən, bir sıra faktorları əsas hesab edirlər. Bu ünsürlər arasında, maliyyələşdirilən obyektin fəaliyyət vaxtı, obyektin işlədən şəxsin yaşı və iş praktikası, o cümlədən müəssisənin mənfəət gətirmə qabiliyyətinin olması və b. ünsürlər təməl şərtlərdən biri hesab edilir. Bu meyarlardan müəyyən biri bankın və başqa kredit qurumunun prinsiplərinə uyğun gəlməzsə, onlar daha güclü zəmanətlər və hətta zəmanələr tələb edir. Kredit təşkilatı üçün I halda müştərilərin mötəbərliyi, II halda isə – ona etibarlı zəmanətdən duran şəxsin olması şərtidir.

### **1.3. Kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin maliyyələşdirilməsinin beynəlxalq təcrübəsi**

Dünya praktikasında müəssisələrinin maliyyələşdirilməsi və dəstəklənməsi cəmiyyətin və dövlətin mənafeələri naminə reallaşdırılır. Bu zaman dövlətin əsas missiyası bazar iqtisadiyyatı şəraitində kiçik və orta müəssisələrin mövcudluğu və uğurlu işləməsi üçün həm hüquqi, həm də iqtisadi imkan yaratmaqdan ibarət olur.

Təcrübi baxımdan irəliləmiş etmiş Qərbi ölkələrinin hamısı kiçik biznesə inzibati cəhətdən, hüquqi və iqtisadi formada (birbaşa və dolaylı) köməyin müxtəlif möv və metodlarından: kiçik və orta müəssisələrlə iş üzrə dövlət strukturlarının yaradılması; kiçik biznesə maliyyə köməyi proqramları; kiçik müəssisələr üçün vergi güzəştləri; kiçik firmalara sifarişlərin verilməsində dövlətin köməyi; idarəetmə və texniki yardımın göstərilməsi: anti inhisar tənzimlənməsi və s. istifadə edirlər.

Dövlətin və sahibkarlığın maraqlarının uyğunlaşdırılması dövlətin yerinə yetirdiyi siyasətin aşağıdakı meylləri ilə təmin olunur:

**I.** Geniş təkrar istehsal prosesinin nonnallaşdırılması, təsərrüfat subyektlərinin iqtisadi gücünü və eləcə də, maliyyə dözümlüyü yüksəltmək, bazarda tələbi yaradan malların (işlərin və xidmətlərin) layihələrinin hazırlanması, istehsalı və satışı zamanı daxili investisiya resurslarının məhdudluğunu aradan qaldırmaq üçün kiçik və orta sahibkarlıq sektoruna investisiyaların cəlb edilməsi ilə;

**II.** Sahibkarlıq subyektlərinin yüksək səviyyəli texniki və texnoloji sektorlarda yeni bazar segmentlərinin formalaşdırılması, kiçik və orta müəssisələrin rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsini fənnin edən innovasiya fəaliyyətinin dəstəklənməsi ilə;

**III.** Təsərrüfat subyektlərinin mülkünün, əmlakının, həmçinin əmlak hüquqlarının pozulmamasını, onların əldə edilməsi, cəmlənməsi və institusional dəyişikliklər zamanı əlverişli təkrar istehsala dəstəyi təmin edən hüquqi bazanın və institusional mexanizmlərin yaradılması ilə

İnkişaf etmiş bir sıra dünya ölkələrində məhz kiçik və həmçinin orta sahibkarlıq strukturlu müəssisələrin maliyyələşdirilməsi və dəstəklənməsi səbəbilə dövlət siyasətinin əsas vəzifələri və məqsədləri aşağıdakılardır:

- kiçik və orta müəssisələrin fəaliyyətində sosial xərclərin aşağı salınması;
- təzə iş yerlərinin yaradılması hesabına əhalinin məşğulluğunun yüksəldilməsi;
- innovasiya fəaliyyətinin canlandırılması və xarici investisiyaların cəlbə;
- müasir texnologiyaların verilməsi (transferi).

Avropa Birliyinə daxil olan ölkələrdə KOS-un dövlət maliyyələşdirilməsini onun inkişafının tarazlaşdırılması və dəstəklənməsinin çox vacib yollarına aid etmək olar. Bu, həm sığorta təşkilatlarının və həmçinin risklərin sığortalanması fondlarının büdcə hesabına maliyyələşdirilməsi əsasında birbaşa subsidiyalaşdırılması və həm də qarışıq (bura şəxsi vəsaitlər və dövlət əmanətlərinin iştirakı aiddir) kömək fondlarının yaradılması, kreditlərin geri

qaytarılmasından ötrü zəmanətlərin verilməsi, kreditlərin endirimli faizlərlə verilməsi, KOS-un kapitalında iştirak şəklində həyata keçirilə bilər.

Bu mənada daha çox Yaponiya fərqlənir. Burada bəzi nazirlik və baş idarələrin illik smetalarında xüsusi maddə ilə kiçik müəssisələr üçün vəsaitlərin nəzərdə tutulması adi hal almışdır. Orada bunu “ümid krediti” adlandırırlar. Bunlar dövlət investisiya və borc proqramları çərçivəsində xüsusi büdcə hesabları üzrə maliyyələşdirilir və gəlir hissəsini pensiya fondlarının vəsaitləri, poçt-əmanət kassalarının pulları, poçt sığorta fondu, hökumət zəmanəti verilən istiqrazların buraxılışı təşkil edir. Lakin bu vəsaitlər kiçik firmalara birbaşa deyil, kommersion kredit təşkilatları vasitəsilə kommersion əsaslan üzrə yönəldilir.

Adıçəkilən ölkədə kiçik və orta biznesin maliyyələşdirilməsi sistemində dövlət maliyyə təsisatları ilə bərabər özəl təsisatlar da daxildir. Lakin onlar əsasən yüksək gəlirli və dayanıqlı müəssisələrə yönəldilir. Dövlət isə ənənəvi olaraq onları maraqların təmin edən problemlı müəssisələrə dəstək olur. Belə diqqət və qayğı izsiz qalmır: bu gün Yaponiya iqtisadiyyatının 99,7 faizi KOM-ların payına düşür.

Amerikada kiçik və orta biznesin genişlənməsi və inkişafının dəstəklənməsi sistemində gəldikdə isə bu sistem artıq yanm əsrdən çoxdur ki, mövcuddur və o, Kiçik Biznes üzrə Administrasiya (SBA-Small Business Administration) tərəfindən idarə edilir. SBA-in hər bir region və şəhərdə nümayəndəliyi vardır; o, həm dövlət təşkilatları və həm də bazar strukturları ilə birlikdə müxtəlif proqramlar (maliyyə dəstəyi, təlim, dövlət resursları və kontraktlarına əlyətərlilik, ixraca yardım və s.) vasitəsilə kiçik biznesin dəstəklənməsi üzrə dövlət siyasətinin reallaşdırılmasını təmin edir. Biznesin kreditləşdirilməsi üzrə müxtəlif proqramlar kommersion bankları və digər maliyyə-kredit təşkilatları vasitəsilə həyata keçirilir. Bu zaman SBA kredit təşkilatlarında kiçik biznesin borclarının 75 faizindən 80 faizə qədərində təminat verir.

ABŞ-da LowDoc (“minimum sənəd”) adlı kredit proqramları geniş yayılmışdır. Həmin proqramlarla işləyən sahibkarlar əlavə formallıqlar olmadan

150 min dollaradək borc ala bilərlər. Ərizəçi ərizə formasının bir üzünü, kredit verən bank isə digər - arxa üzünü doldurur və bu vərəq SBA-yə göndərilir, orada isə 36 saat (3 iş günü) ərzində kreditin verilməsi haqqında qərar qəbul edilir.

ABŞ-da kiçik müəssisələrin 750 min ABŞ dollarına (zəmanətin həcmi) qədər məhsullarının ixracına yardım göstərən beynəlxalq ticarət kreditlərinə və DELTA proqramlarına (maliyyə və texniki yardım yolu ilə kiçik firmaların müstəqilliyinin qorunması, bazarda onların məhsullarının diversifikasiyası) tələbat xüsusilə böyükdür. Həmçinin, ordu veteranlarının, qadınların kəndli biznesmenlərin yemdən hazırlanması; enerji resurslarının qorunması; ekologiya; məhsulların sertifikatlaşdırılması; yeni iş yerlərinin yaradılması və s. üzrə proqramlar kiçik biznesin inkişafına kömək edir.

Almaniyada kiçik və orta müəssisələri “orta səviyyəli iqtisadiyyat” adlandırırlar. Bu ölkənin iqtisadi dinamikasına kiçik və orta sahibkarlıq böyük ölçüdə töhfə verir. Xırda və orta biznesin daha geniş vüsət almış hüquqi şəkli “məhdud məsuliyyətli cəmiyyətlərdir - ölkənin qərb torpaqlarında firmaların, üçdə ikisi i MMC-lərdən təşkil olunmuşdur, şərq torpaqlarında isə təzəcə ərsəyə gətirilmiş xırda və orta müəssisələrin 77 %-dən çoxu həmin hüquqi formanı tətbiq etmişdir. Bu ölkə daxilində xırda biznesə yardım sistemində əsaslanan mühüm prinsip xırda və orta müəssisələrin iqtisadi imkanlarının həyata keçirilməsini dəstəkləyən yardım təqdim olunmalıdır. Dövlət yardımı əldə etmək üçün mühüm şərt xırda və ya orta müəssisənin böyük şirkətin törəmə firması hesab edilməməsi, xırda və orta müəssisələrin fondunda nəhəng firmaların iştirak etməsi səbəbilə ayrılan payın isə 26 %-dən az olmasıdır.

Sahibkarlıq sektoru üçün dövlət dəstəyinin Avstriya təcrübəsi kiçik və orta biznesin ölkədə dayanıqlı təsərrüfat inkişafını təmin etməli olması prinsipinə əsaslanır. Dövlətimiz haqsız yerə baş verən rəqabətə qarşı cəza tədbirləri mövzusunda, qiymətin aşağı salınması, məhsulların hərracda satışı barəsində və s. zamanında qəbul olunmuş qanunlara danışıqsız əməl edilməsi əsasında satış mərzində ədalətli rəqabət aparmaq vəzifəsini öhdəsinə götürmüşdür. Kiçik

biznesin müdafiəsinə xüsusi diqqət yetirilir: bununla əlaqədar bir tərəfdən, kiçik bizneslə İri biznesin, digər tərəfdən isə kiçik bizneslə dövlətin qarşılıqlı münasibətlərini tənzimləyən xüsusi müddəalar qüvvədədir. Avstriya hökuməti əsas diqqəti, əsasən, sahibkarlıq üçün uyğun başlanğıc şəraitin qurulmasına - tələbat, dotasiyalar və güzəştli kredit haqda məlumatların ötürülməsinə istiqamətlənmişdir.

Cənubi Koreyada iqtisadiyyatın yüksək işgüzar fəallığı və ciddi dövlət tənzimlənməsi sistemi bir-biri ilə bağlıdır. Cənubi Koreya hal-hazırda Amerika və Yaponiyadakı kimi iri korporasiyalara malikdir (hazırda bu ölkənin beş aparıcı korporasiyası dünyanın 20 ən iri korporasiyası sırasına daxildir), onun iqtisadiyyatını ön mövqelərə məhz kiçik biznes çıxarmış və Koreya iqtisadiyyatının əsasına çevrilmişdir. Bu ölkədə əksər hissəsi hökumət tərəfindən qeyd olunan təşkilat olmaqla, 15 qurum kiçik biznesə yardım işi ilə bağlı fəaliyyət göstərir. Bu ölkənin Ticarət və Sənaye Nazırlığında Kiçik biznes bürosu var ki, burada o, yeni kiçik müəssisələrin yaradılmasını və fəaliyyətinə kömək edir, banklar qarşısında zəmin formasında çıxış edərək, bu prosesə dəstək olur, geri qaytarılmamağa icazəsi olan subsidiyalar verir və müxtəlif inzibati-idarəetmə məsələlərdə köməklik göstərir - qeydiyyatda alınmaqda yardım edir, mütəxəssislərə müxtəlif təlimlər və kurslar keçir və s.

Maliyyələşdirmə sahəsində dörd ümummilli təşkilat - Koreya Sənaye Bankı, Milli Mülki Bank, Koreya Təminatlı Kredit Fondu (o, kiçik biznesin bütün kreditləri üzrə zəmanətlər verir, dövlət onun vasitəsilə özünün yardım missiyasını yerinə yetirir) və Koreya Texnoloji Kredit Fondlu yalnız kiçik biznesə işləyirlər. Sonuncu Fond kiçik biznesdə yeni texnologiyalara dəstək verir. Bunlardan savayı, kiçik biznes məhsullarının ixracını stimullaşdıran iri xarici ticarət təşkilatları da vardır: onlar vergilərin, gömrük tariflərinin azaldılmasına, güzəştli kreditlərin, alınmasına nail olurlar. Onlar, həmçinin, digər ölkələrdən mənfəətin Cənubi Koreyaya gətirilməsi ilə məşğul olur, bazarları tədqiq edir, sahibkarları informasiya ilə təmin edir və kontragentlər axtarıb tapır, dünya bazarına çıxmağa kömək edirlər. Bunlar Koreya Kiçik Biznes Xarici Ticarət Assosiasiyası, Koreya



Ticarət Korporasiyası və Koreya Beynəlxalq Kiçik Biznes Ticarət Korporasiyasıdır.

Təhlillərə əsasən demək olar ki, maliyyə vəsaitlərinə əlyetərlik KOS-un inkişafını məhdudlaşdıran başlıca problemlərdən biridir: ölkələrin əksəriyyətində — iqtisadiyyatın bu sektorunun uğurla fəaliyyət göstərməsi üç əsas amildən biri olan maliyyə yetərliyindən asılıdır. Bu əlamət üzrə, məsələn, AB ölkələrini üç qrupa ayırmaq olar:

Birinci qrupa Yunanıstan, Böyük Britaniya, Danimarka, İtaliya, İsveç və İspaniya daxildir - bu ölkələrdə maliyyə resursları əldə etmək uğurlu inkişafın əsas amilidir;

İkinci qrupa daxil olan Portuqaliya, Fransa, Almaniya və Finlandiyanın kiçik və orta müəssisələri üçün maliyyələşmənin açılması ikinci yerdə dayanır;

Üçüncü qrupa daxil edilmiş Lüksemburq, Avstriya, Belçika və Niderland üçün maliyyə resursları əldə etmək amili üçüncü yerdə, İrlandiya üçün isə hətta dördüncü yerdə dayanır.

Maliyyə vəsaitlərinə əlyetərlik problemi kiçik və orta ölçülü firmalarda çalışan işçilərin sayı ilə tərs mütənasiblik təşkil edir. Apardığımız təhlillərə əsasən müəyyən edilmişdir ki:

- Avropa Birliyindəki bütün kiçik və orta müəssisələr üçün maliyyələşdirmə birinci dərəcəli əhəmiyyətə malik amildir;
- Maliyyə vəsaitlərinə əlyetərliyin vaciblik dərəcəsi bilavasitə müəssisənin ölçüsündən asılıdır: müəssisə kiçik olduqca onun inkişafının digər səbəbləri sırasında maliyyələşdirmə amili daha mühüm mənə kəsb edir;
- Kiçik və orta müəssisələrin digər amillərdən asılılığı KOS sektoru daxilində müəssisənin ölçüsünün artmasına uyğun olaraq artır.

Maliyyələşdirmə nöqtəyi-nəzərindən, fikrimizcə, müəssisənin spesifikasiyasının habelə onun həyat tsiklinin haqq mərhələsində olduğunu da nəzərə almaq lazımdır. Məsələn, İqtisadi şəraitin yaxşılaşdırılması üzrə tədbirlər haqqında məruzəyə (Re-

port of Business Enviroment Simplisication Task, qısaca - BEST) qeyd edilmişdir ki, KOS rəngarəngdir, ona görə də şirkətlərin dörd tipi ayrı-ayrılıqda nəzərdən keçirilmişdir:

- i. erkən inkişaf mərhələsində olan şirkətlər;
- ii. yetkin kiçik şirkətlər;
- iii. yüksək texnoloji şirkətlər;
- iv. sürətlə inkişaf edən orta şirkətlər.

İnkişaf etmiş olan ölkələrdə kiçik və orta sahibkar firmalarının inkişafına yardım tədbirləri planlaşdırılmış vergi siyasəti sayəsində möhkəmləndirilir. Güzəştli vergitutma sistemi aşağıdakı müddəaları əhatə edir:

- ✓ müəssisənin yeni texnologiyaya, tikinti sahəsinə kapital qoyuluşları həcmində yaranan məsrəflərin mənfəət vergisi dərəcəsinin faizədək azaldılması- bir qayda olaraq, emal sənayesi müəssisələri üçün
- ✓ mənfəət vergisinə cəlb edilməyən xüsusi ehtiyat fondlarının yaradılmasına icazə verilməsi;
- ✓ mənfəət vergi dərəcəsinin azaldılmış faizindən istifadə olunması;
- ✓ mənfəətdən və gəlirdən tutulan vergi dərəcəsinə diferensial yanaşmanın tətbiq edilməsi;
- ✓ vergi tutulmayan ehtiyatın yaradılması;
- ✓ tezləşdirilmiş amortizasiya mexanizmindən istifadə edilməsi.

Bildirmək lazımdır ki, verilən güzəştlər kiçik və orta müəssisələrin hamısına deyil, yalnız ölkənin səmərəsiz ərazilərində mövcud olan və ya iqtisadiyyatın başqa-başqa sahələrinə aid olan qruplarına verilir. Bir sıra inkişaf etmiş dünya ölkələrində vergi siyasəti mənfəət vergi dərəcəsinə kiçik bizneslərə güzəşt edilməsinə gətirib çıxardır: məsələn, Böyük Britaniya kimi inkişaf etmiş ölkədə həmin bu vergi dərəcəsi fəaliyyətdə olan müəssisələrin hamısı üçün 35% olmaına

baxmayaraq, kiçik firmalar üçün 25%, Hollandiyada isə 50% müqabilində 40%-dir; bu cür güzəştlər Almaniya, həmçinin Fransada da vardır.

AB-nin üzvü olan bir çox dövlətlərdə kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin əsas fondlarına vəsait qoyuluşu xüsusilə stimullaşdırılan Belçikada, Niderlandda, Fransada risk kapitalının verilməsi praktikasını həyata keçirilir. O cümlədən bu ölkələrin hökumətləri vençur fondlarının mümkün itkilərini örtməyə zəmanət verirlər.

Qərbi ölkələrində yeniliklərə kiçik vençur müəssisələri vasitəsilə kömək üzrə xüsusi proqramlar işlənilib hazırlanmışdır. Bu proqramlar çərçivəsində maliyyələşdirmənin istiqamətləri, ölçüsü və mənbələri müəyyən edilir. Məsələn, Amerikada büdcəsi 100 milyon dollardan çox olan federallar və kiçik biznesin tərəqqisi üzrə 12 agentlik özlərinin maliyyə resurslarının 1,25%-ni kiçik elmi-tədqiqat şirkətlərinin fəaliyyətinin təmin edilməsinə yönəltməlidirlər.

Vençur kapitalı bazarı son onilliklərdə inkişaf etmiş ölkələrdə çox dinamik xarakter almışdır. Bu bazanın mühüm subyektləri bir neçə təşkilatı formalarında mövcud olan və bunlardan da ən mühümü ixtisaslaşmış müstəqil vençur kapitalı firmaları olan vençur fondları, iri korporasiyaların vençur fondları və kiçik biznesə investisiya qoyan şirkətlərdir.

Vençur kapital firmaları məxsusi olaraq innovasiya biznesini maliyyələşdirmək üçün yaradılır və yalnız vençur maliyyə əməliyyatları ilə məşğul olurlar. Onların təşkilinin spesifik xüsusiyyətləri vardır, maliyyə-kredit təşkilatları sistemində xüsusi yer tuturlar. Onlar üçün kapitalın yüksək konsentrasiya dərəcəsi də xarakterikdir: orta statistik vençur kapitalı firması 70 milyon dollar həcmində fondları idarə edir. Vençur fondlarının kapitalı müxtəlif mənbələrdən formalaşır; bura fərdi və ailə əmanətləri, fondların ianələri və əmanətləri, sığorta şirkətlərinin və bankların, xarici investorların, korporasiyaların və pensiya fondlarının investisiyaları aiddir.

Müxtəlif vaxtlarda 100-dən çox Amerika korporasiyası yeni biznesə və elmi-texniki inkişafı sürətləndirməyə kömək məqsədilə vençur maliyyələşdirmə

proqramına əl atmışdır. İri korporasiyalar tərəfindən vençur maliyyələşdirməsi üç yolla həyata keçirilir:

**I.** Yeni məhsulların yaradılması ilə məşğul olan kiçik firmaların bilavasitə maliyyələşdirilməsi yolu ilə (yeni məhsulun kütləvi istehsalı isə korporasiyanın özü tərəfindən həyata keçirilir, bu tipli tətbiq firmaları “inhisarların istixana təsərrüfatı” adlanır);

**II.** Bütünlüklə özlərimə məxsus olan filiallar - kiçik vençur kapitalı firmalarının yaradılması vasitəsilə (vençur investisiya firması formasından şirkətlərdən kənarı ixtiraların işlənilib hazırlanması və mənimsənilməsi üçün ssuda verən fondlar yaradılır, həm də çox vaxt belə filial fondlar və ya investisiya firmaları bir neçə korporasiya tərəfindən birgə yaradılır);

**III.** Vençur kapitalı firmalarının kapitalında korporasiyaların payçı kimi iştirakı vasitəsilə.

Kiçik və orta müəssisələrin maliyyə tənzimlənməsi və dəstəklənməsini yaxşılaşdırmağa yönəlmiş vacib tədbirlər sırasında aşağıdakılar xüsusi qeyd edilməlidir:

Banklarla KOS arasında daha sıx əlaqələrin qurulması (KOS üçün maliyyənin bölüşdürülməsində daha böyük dəqiqliyin əldə olunması; təminat fondlarının-maliyyələşdirilməsi üçün onların inkişaf etdirilməsi; Avropa İnvestisiya Bankının (AIB) verdiyi qlobal borclardan istifadənin səmərəliliyinin yüksəldilməsi və Avropa İnvestisiya Fondundan (AIF) təminatların alınması; AIB- nin verdiyi borclar üzrə faiz dərəcələrindən daha çevuk istifadə edilməsi; bank qulluqçularının KOS-un maliyyələşdirilməsinin xüsusiyyətlərinə daha yaxşı hazırlaşdırılması və s.);

KOS-un maliyyə resurslarının möhkəmləndirilməsi (vergitutmanın azaldılması, praktik olaraq əlavə zəmanət olmadan borclardan daha geniş istifadə edilməsi, KOS üçün EASDAQ (The European Association of Securities Dealers Automatic Quotation adlı yeni Avropa kapital bazarından istifadə olunması yolu ilə) ödənişlərin müqavilə müddətlərinə riayət olunmasına təminatların artırılması

(Avropa Birliyi səviyyəsində qanunvericilik tədbirlərinin işlənilib hazırlanması, faktoring kimi maliyyə mexanizmlərinin və iri, o cümlədən ekspert kreditlərinin təşviqi yolu ilə).

Beləliklə, bu tədbirlər kiçik və orta biznes sahibkarlığı müəssisələrinin tələbləri və fəaliyyət spesifikasiyası nəzərə alınmaqla, onların maliyyələşdirilməsini xeyli dərəcədə asanlaşdıracaqdır.

KOS-un inkişafı ilə əlaqədar yuxarıda qeyd edilən və ya başqa tədbirlərin həyata keçirilməsindən ötrü KOS-a informasiya xidmətlərinin təqdim edilməsinə yardımın böyük əhəmiyyəti vardır. Kiçik və orta müəssisələrin tədqiqatlara, innovasiyalara və təlim keçməyə əlyətərliyinin yaxşılaşdırılması KOS-ların texnoloji inkişafına yardım siyasətinin bir hissəsidir. Müasir mərhələdə kiçik biznesin texnoloji potensialının möhkəmləndirilməsi üzrə hökumət proqramlarının həyata keçirilməsində hakimiyyət orqanlarının birbaşa iştirakının nəzərəcarpacaq dərəcədə genişlənməsi ilə dövlətin, özəl və ictimai təşkilatların qarşılıqlı fəaliyyətinin güclənməsi, KOS heyətinin təlim keçməsinin yaxşılaşdırılması, daha geniş və dolğun informasiya xidmətlərinin göstərilməsi və yeni layihələrə dair məsləhətlərin verilməsi kimi yeni tendensiyalar meydana çıxır.

Dünya təcrübəsində ixrac malları ƏDV-dən, ixrac malları üçün istifadə olunan idxal məhsulları isə əksər vaxt ödənilməli olan idxal gömrük rüsumlarından azad olunur. Belə tədbirlər istehsalın və ixracın miqdarından asılı olmayaraq, bütün bazar iştirakçılarının ixrac fəaliyyətini qaydaya salır, ancaq kiçik biznesin özünün bir sıra xassələri vardır:

İlkin olaraq, bu növ biznes bütün ixracatçılara lazım olandan daha çox dərəcədə əlavə yardıma ehtiyac duyur;

Sonra isə, həvəsləndirmənin ünvanlılığını həyata keçirmək mütləqdir. Bununla yanaşı, onlara ixrac məhsulunun istehsal olunması ilə əlaqədar innovasiya fəaliyyəti zamanı köməklik göstərilir, ixracın sığortalanması və eyni zamanda kreditləşdirilməsi tətbiq edilir, kadr hazırlığı aparılır, xarici iqtisadi fəaliyyət

sektorunda xırda müəssisələrə tövsiyələr verilir, ixrac sektorunda nailiyyətlər əldə etmiş xırda və orta müəssisələrin təcrübəsi geniş vüsət alır.

İxrac kreditlərinin dövlət sığortası ilə yanaşı dövlət kreditləşdirməsi də kiçik və orta biznesə böyük dəstək olur. Sığortanı dövlət təşkilatları, şəxsi sığorta şirkətləri yaxud qarışıq dövlət-özəl müəssisələri dövlətin büdcə pulları ilə həyata keçirilir, o cümlədən belə olduqda ixrac zamana yaranan itkilərinin 85-95%-i bağlanır. Qeyd edilən yardım tədbirləri nəticəsində, AB-nin nümayəndəliyində olan dövlətlərin sənaye ixracında xırda və orta müəssisələrin məhsulunun xüsusi çəkisi biltün ixracın orta hesabla 1\3 hissəsini, eyni zamanda İtaliyada 30%-ni, Fransada 24%-ni, Almaniyada 29 %-ni, Belçika və Niderlandda 36-40%-ni, Yunanıstanda 63%, İrlandiyada 57%-dir. İxrac üçün nəzərdə tutulan məhsullarını istehsalında kiçik müəssisələrin xüsusi çəkisi Fransada 27%, Belçikada 53%, İrlandiyada 26% təşkil edir. Ancaq qeyd edək ki, subpodrat vasitəsilə KOS özünün komplektləyici məmulatları ilə digər müəssisələr tərəfindən istehsal edilən vjdxrac olunan son məhsulun buraxılışında da iştiraklar və bu da ixrac məhsullarının dəyərində onların payını, məsələn, İtaliyada 65%-ə, Fransada isə 68%-ə qaldırır.

Beləliklə, Avropa Birliyi ölkələrində kiçik və eləcə də, orta sahibkarlığın inkişafının tənzimlənməsi və dəstəklənməsi iqtisadiyyatın bu sektorunun fəaliyyətinin yaxşılaşdırılmasına, onun inkişafında mövcud olan çətinliklərin dəf edilməsinə gətirib çıxarır.

Avropada kiçik biznesin dəstəklənməsi həm ayrılıqda hər bir ölkədə, həm də Avropa Birliyi səviyyəsində həyata keçirilir. Bir çox dövlətlərdə sonuncu dünya iqtisadi böhranından xeyli əvvəl sahibkarlığın kiçik formalarının əhəmiyyətini dərk edərək, onların hərtərəfli rifahı, inkişafı və çiçəklənməsi üçün şərait yaratmağa çalışmışlar.

Ümumiyyətlə, Avropa Birliyinin həm ümumi inkişaf məqsədlərindən, həm işsizliyin yüksək olduğu zəif inkişaf etmiş regionlarda KOS-a xüsusi diqqət yetirilməsinə yardım edən başlıca istiqamətlər üzrə həyata keçirilir.

## **II FƏSİL. MÜASİR DÖVRDƏ KİÇİK VƏ ORTA SAHİBKARLIĞIN MALİYYƏLƏŞDİRİLMƏSİ MEXANİZMLƏRİNİN TƏHLİLİ VƏ QİYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ**

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

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

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

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

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

*2. Müəssisə yaratmaqla həyata keçirilən sahibkarlıq fəaliyyəti o cümlədən AR-nın müəssisələr haqqında qanunvericiliyi ilə də qaydaya salınır.*

*3. Xarici fiziki və hüquqi şəxslərin AR-da sahibkarlıq fəaliyyətinin xüsusiyyətləri bu maddənin I və II hissələrində qeyd edilən qanunvericilik aktları ilə yanaşı “Xarici investisiyaların qorunması haqqında” AR-nın Qanunu və AR-nın beynəlxalq hüquqi öhdəlikləri ilə də tənzimlənir.. ( “Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu., Bakı şəhəri, 15 dekabr 1992-ci il, № 405)*

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

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

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



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

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

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

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

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

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

Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında digər bir qanun isə Ulu Öndərimiz Heydər Əliyevin 1999-cu il 4 iyun tarixli “Kiçik sahibkarlığa dövlət köməyi haqqında”

Azərbaycan Respublikasının Qanunudur. Bu qanun respublikamızda sahibkarlığın inkişafına təkan verən ən əsas qanunlardan biridir. Digər ölkələrdə olduğu kimi Azərbaycanda da sahibkarlığın inkişafına dəstək, onun stimullaşdırılması, genişlənməsi üçün şərait yaradılması baxımından bu qanun əvəzedilməz rol oynadı. Bu qanun ölkənin iqtisadi inkişafının göstəricisi olan kiçik sahibkarlıq sahəsində məqsədyönlü və stimullaşdırıcı tədbirlər həyata keçirilməsi üçün zəmin yaratdı. Qanun çərçivəsində kiçik sahibkarlıq fəaliyyətinə kömək proqramları işlənib hazırlanmışdır. Bu kömək proqramları dövlət və daha sonra regional, eləcə də sahələrə ayrılaraq hazırlanır, onları hazırlamaq isə müvafiq icra hakimiyyəti orqanına tapşırılır.

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

Sahibkarlıq fəaliyyətinə dövlət yardımını artırmaq və sahibkarlığın genişləndirilməsi üçün atılan ən mühüm addımlardan biri Ulu Öndər Heydər Əliyevin 2002-ci il avqustun 27-si imzaladığı Fərmanına görə “Azərbaycan Respublikası Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu haqqında Əsasnamə”nin və eyni tarixli digər bir Fərmanı olan ”Azərbaycan Respublikası Sahibkarlığa Kömək Milli

Fondunun vəsaitinin istifadə edilməsi Qaydaları” haqqında Fərmandır. Ölkə başçısı 2006-cı ilin dekabrında yuxarıda adı çəkilən Fərmanlara əsaslanaraq Sahibkarlığa Kömək Milli Fondunun regionlarda filiallarının açılmasına, sahibkarlıq edən şəxslərin fonda və eləcə də, fondun ərazilərdəki nümayəndəliklərinə müraciət etmələrinə, verilən güzəştli kreditlərin təsnifatında müəyyən dəyişikliklər edilməsi barədə 504 nömrəli Fərmanı imzalamışdır.

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

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

2015-ci ildən başlayaraq sahibkarlıq fəaliyyəti ilə əlaqədar bir çox islahatlar aparılmışdır. Bu islahatların ilki sahibkarlıq fəaliyyətilə məşğul olan şəxslərin hüquqlarını qorumaq məqsədilə qəbul olunan Qanundur. “Sahibkarlıq sahəsində aparılan yoxlamaların dayandırılması haqqında” olan bu Qanun 2015-ci il 20 oktyabr tarixində Azərbaycan Respublikasının Prezidenti tərəfindən qəbul

olunmuşdur. Qanuna görə sahibkarların fəaliyyətinə edilən nəzarət 2 illik dayandırıldı. Sözügedən qanunun ikinci maddəsinə görə isə yoxlamalar yalnız vergi sahəsində, insanların həyatı üçün təhlükə yaradan hallara görə baş verə bilər. Sahibkarlıq subyektlərinin hüquqi baxımdan təhlükəsizliyinin təmini üçün isə Ölkə Prezidentinin 2016-cı il fevralın 3-ü tarixli 761 və 762 nömrəli Fərmanlarına görə həm Prezident yanında, həm də yerli icra orqanlarında Apelyasiya Şuraları təsis edilmişdir. Onların fəaliyyəti isə müəyyən əsasnamələrlə tənzimlənmişdir. İcra hakimiyyəti orqanlarında yaradılmış Şurada sahibkarlardan daxil olan müxtəlif hallarla bağlı şikayətlərə baxılır. Həmin bu Şuralara isə Prezident yanında yaradılmış Apellyasiya Şurası nəzarət edir.

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

Sahibkarlığa göstərilən diqqətin sübutlarından biri Prezident İlham Əliyevin 2016-cı il 6 dekabrda imzaladığı Fərmanıdır. Bu Fərmanla ölkə iqtisadiyyatının 11 müxtəlif sahəsi üzrə strateji yol xəritələri işlənib hazırlanmış, təsdiq edilmişdir. Strateji yol xəritəsində diqqət göstərilmiş sahələr sırasında neft və qeyri-neft sektoru, maliyyə sahəsi, turizm, texnika və texnologiya (telekommunikasiya sahəsi) və digər sahələr qeyd edilmişdir. Strateji Yol Xəritələrindən biri isə tamamilə sahibkarlıq sahəsinə həsr edilib və “Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına dair Strateji Yol Xəritəsi” adlandırılmışdır. Bu sənəddə ölkəmizdə mövcud olan və həmçinin fəaliyyətini

davam etdirən kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin mövcud vəziyyəti araşdırılmış, bu sahədə hansı işlər görüldüyü, sahibkarların vəziyyətinin yaxşılaşdırılması üçün hansı islahatların keçirildiyi, eləcə də bu fəaliyyət növü üzrə statistik araşdırmalar və onların nəticələri öz əksini tapmışdır. Strateji Yol Xəritəsində sahibkarlıq fəaliyyəti üzrə 2020-ci ilə qədər olan dövr üzrə strateji məqsədlər, 2025-ci ilədək olan dövr üçün prioritetlər və sonrakı müddət üçün perspektivli, bu sektoru daha da inkişaf etdirə biləcək hədəflər müəyyən edilir. 2025-ci ilə qədər olan dövr ərzində əsas məqsəd əsasən KOB-ların fəaliyyət qabiliyyətlərinin, rəqabətə dayanıqlıq səviyyələrinin artırılması, insanların gündəlik istifadə etdikləri zəruri tələbat məhsullarının məhz kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələri tərəfindən istehsal edilməsi, onların ölkə iqtisadiyyatında, Ümumi Daxili Məhsulun artımında, həmçinin Respublika əhalisinin məşğulluq problemlərinin həll edilməsidir.

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

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

1. 2019-cu ildən etibarən kiçik sahibkarlıq subyektlərinin sərəncamında olan əsas vəsaitlərə sürətli amortizasiya normaları tətbiq olunacaq;

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

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

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

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

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

**Mənbə:** AR-nın Nazirlər Kabineti, <https://cabmin.gov.az/az/document/3251/> (28.12.2018)

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

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

## **2.2. Kiçik və orta sahibkarlığın maliyyələşdirilməsinin müasir vəziyyətinin təhlili və qiymətləndirilməsi**

Müasir dövrdə ölkə iqtisadiyyatında baş verən müsbət dəyişikliklərə nəzərən demək olar ki, həm neft sektorunda həm də qeyri-neft sektorunda köklü dəyişikliklər və irəliləyişlər vardır. Son illərdə keçirilən islahatlar, həmçinin qəbul edilən Qanunlar, onların bəzilərində edilən yenilənmələr, ölkə başçısı tərəfindən imzalanmış Fərman və Sərəncamlar sahibkarlıq sahəsində mövcud olan problemlərin aradan qaldırılmasına, nisbətən yüngülləşməsinə səbəb olmuş, onun inkişaf dinamikasına müsbət təsir göstərmişdir. Hər bir iqtisadi sahənin, inkişafı üçün əsas şərt onun necə maliyyələşdirilməsi, hansı maliyyə resurslarından, hansı mənbələrdən istifadə olunmasıdır. İqtisadiyyatda maliyyələşdirilmə mənbələri 2 hissəyə- borc kapitalı və xüsusi kapital hesabına maliyyələşdirilmə olaraq ayrılır. Borc kapitalı maliyyələşdirilmə mənbələrinə dövlət tərəfindən verilən yardımlar, güzəştli kreditlər, vençur kapitalı, eləcə də banklardan alınan kreditlər aiddir. Xüsusi kapitalla isə sahibkarların mövcud vəsaitləri, əgər sahibkarlıq fəaliyyətinə bir deyil, bir neçə şəxs birlikdə başlayarsa, onların birlikdə vəsaiti, yəni ortaqlar tərəfindən qoyulan maliyyə vəsaiti, aktivlərin satılmasından əldə edilən gəlirlər, habelə, mal və ya xidmət satışı edilib vəsaiti daxil olmayan borclar- debitor borcları, şirkətin səhmlərinin satışı aid edilə bilər.



**Cədvəl 5. Sahibkarlığın maliyyələşdirilmə mənbələri**

|  |   |
|--|---|
| Borc Kapitalı hesabına maliyyələşdirilmə mənbələri | Xüsusi kapital hesabına maliyyələşdirilmə mənbələri |
| Dövlət tərəfindən verilən yardımlar                | Sahibkarların öz vəsaitləri                         |
| Güzəştli kreditlər                                 | Ortaq fəaliyyətlərdə ortaqların vəsaiti             |
| Vençur kapitalı hesabına                           | Aktivlərin satışından daxil olan vəsait             |
| Banklardan alınan kreditlər                        | Debitor borcları                                    |
| Lizinq hesabına maliyyələşmə                       | Şirkətin səhmlərinin satışı                         |

**Mənbə:** müəllif tərəfindən maliyyələşmə mənbələri məlumatları əsasında tərtib olunmuşdur.

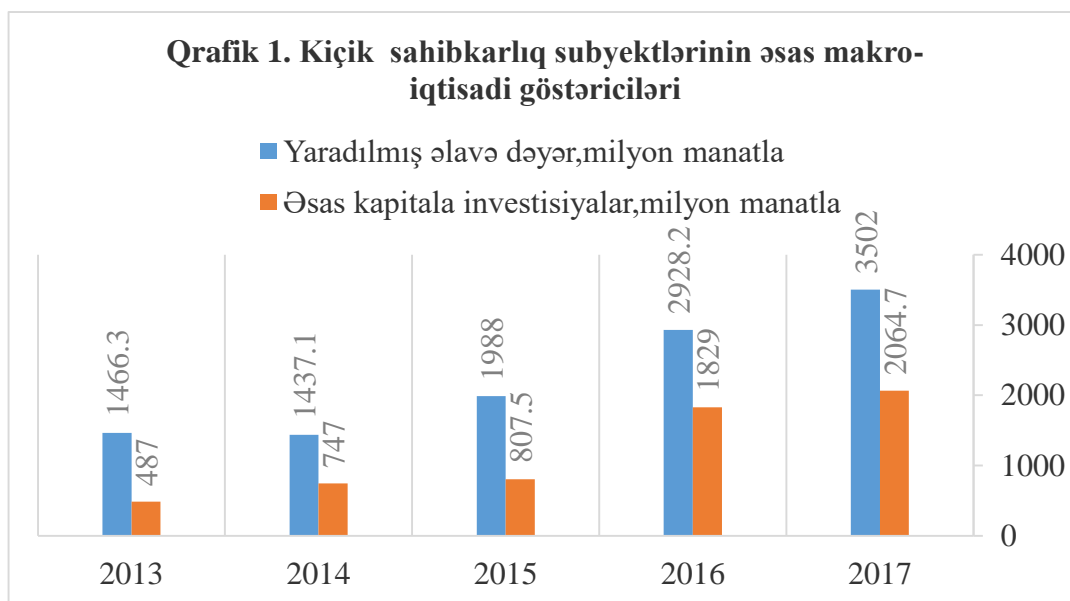
Ümumiyyətlə, sahibkarlıq subyektləri məhz bu mənbələr hesabına formalaşır. Bu vəsaitlərin təhlilini aparmaqla dövlət sahibkarlara yardım istiqamətlərini təyin edir. Onlara ayrılan kreditlərin məbləği, faiz dərəcələri məhz bu araşdırmaların nəticəsində müəyyənləşdirilir. Əlavə olaraq, orta və kiçik biznes franşayzinq və lizinq hesabına da maliyyələşdirilə bilər. Hətta maliyyə lizinqini sahibkarlığın əsas maliyyə mənbələrindən biri kimi qiymətləndirmək olar.

Öncəki beş ilin araşdırmalarına görə, Azərbaycanda kiçik sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan subyektləri tərəfindən yaradılmış əlavə dəyər, həmin sahibkarlıq müəssisələrində əmək fəaliyyəti ilə məşğul olan işçilərin sayı, onların ay ərzində əldə etdikləri nominal əmək haqqı göstəricisinin orta dəyəri, eləcə də bu illər ərzində Azərbaycanda kiçik sahibkarlıq müəssisələrinə qoyulan investisiyaların dinamikası aşağıdakı kimi dəyişmişdir. Bu göstəricilərə əsaslanaraq Respublikamızda sahibkarlığa verilən dəstəyi, onun illər üzrə inkişaf dinamikasını aydın şəkildə görmək mümkündür.

**Cədvəl 6. Kiçik sahibkarlıq subyektlərinin əsas makro-iqtisadi göstəriciləri**

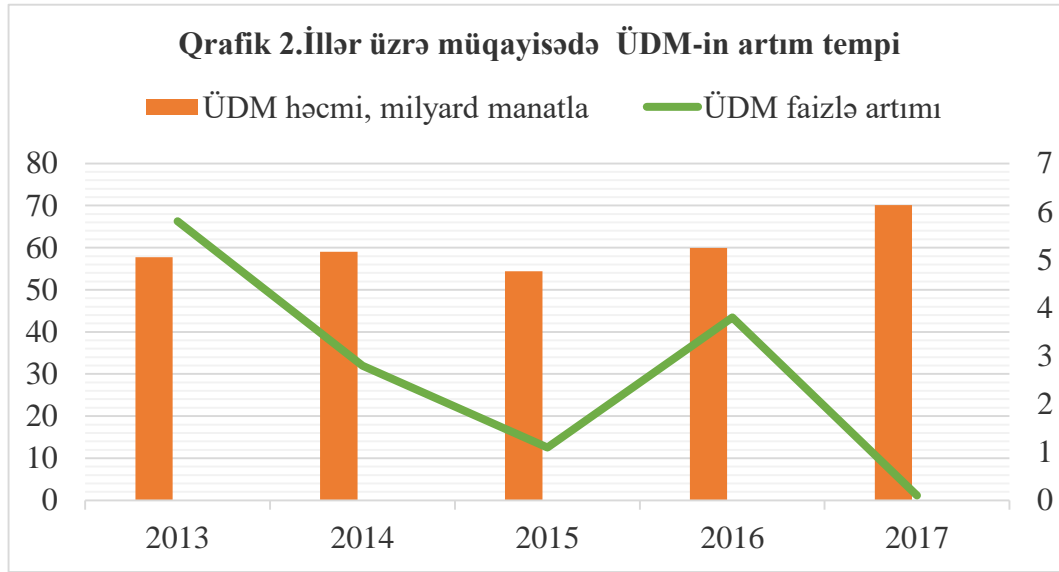
|   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|
| Yaradılmış əlavə dəyər, milyon manat        | 1466.3 | 1437.1 | 1988.0 | 2928.2 | 3502.0 |
| İşçilərin orta illik sayı, min nəfər        | 108.9  | 115.2  | 87.8   | 101.0  | 102.0  |
| Orta aylıq nominal əmək haqqı, manat        | 304.0  | 347.9  | 302.0  | 322.3  | 331.6  |
| Əsas kapitalla investisiyalar, milyon manat | 487.0  | 747.0  | 807.5  | 1829.0 | 2064.7 |

**Mənbə:** Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi, <https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/> (28.10.2018)



Göstəricilərdən göründüyü kimi 2014-cü ildə 2013-cü ilə nəzərən kiçik sahibkarlıq subyektlərinin yaratdığı əlavə dəyər 1.99% azalmışdır. 2014-cü ildə dünya iqtisadiyyatında baş qaldırmağa başlayan devalvasiya təhlükəsi və 2015-ci ilin fevral ayında devalvasiyanın Azərbaycana təsiri səbəbi ilə neftin qiymətində baş verən azalma qeyri- neft sektorunun inkişafına xeyli şərait yaratdı. Məhz bu səbəbdən artıq 2015-ci il və sonrakı illərdə kiçik sahibkarlıq subyektlərinin Azərbaycan iqtisadiyyatında yaratdığı əlavə dəyər xeyli artaraq 1988 milyon manata çatdı. Bu isə əvvəlki ilə nisbətən 38% artım demək idi. 2016-cı ildə isə bu göstərici əvvəlki il ilə müqayisədə təqribən 47.3 % artmışdır. Bunlardan əlavə baş verən devalvasiya ümumi olaraq işçilərin orta illik sayına və həmçinin orta aylıq nominal əmək haqqına da təsir etmişdi və beləliklə, həmin göstəricilərdə azalma müşahidə olunmuşdur. Devalvasiyanın yaratdığı şərait və qeyri-neft sektorun inkişafına meyillər yatırılan investisiyaların da miqdarında artıma səbəb oldu. 2015-ci ildən sonra demək olar ki, əsas kapitala olan investisiyaların miqdarı 2 qatından çox artmışdır. 2017-ci ildə bu göstərici 12% artaraq 2013-cü ildən bu yana özünün pik nöqtəsinə çatmışdır. Onu da qeyd etmək olar ki, bu göstəricilər təkcə kiçik sahibkarlıq subyektlərində deyil, orta ölçülü sahibkarlıq müəssisələrində də illər üzrə dəyişmişdir. Belə ki, 2017-ci ildə yaradılmış əlavə dəyər 2016-cı ilə

nisbətən 14 % artaraq 755.8 milyon manata çatdı. Eləcə də məhsul buraxılışının həcmi 18% artaraq 1384.9 milyon manata qədər qalxdı.



Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi , <https://www.stat.gov.az/search/?q=%C3%BCdm> (28.11.2018)

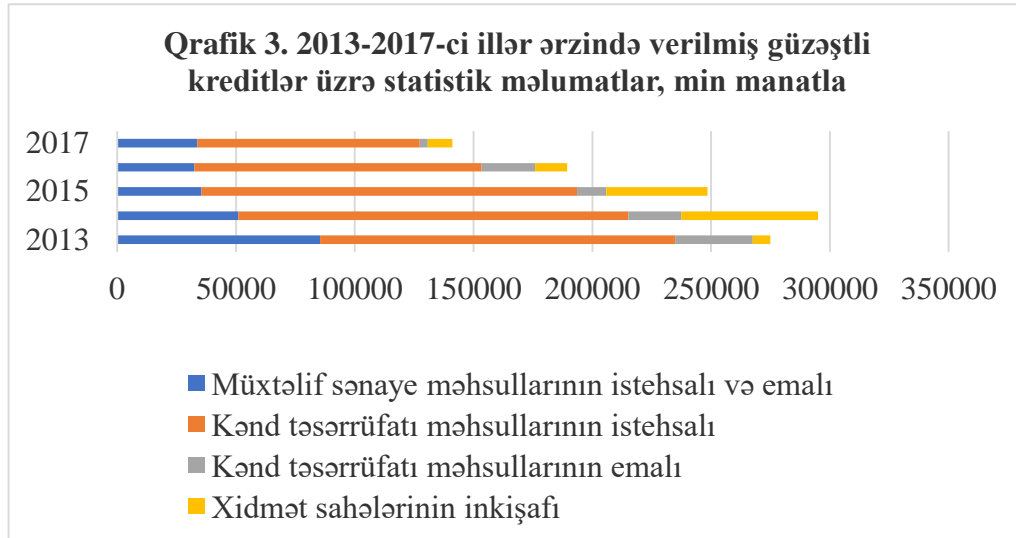
2013-cü ildən etibarən Ümumi Daxili Məhsulun ( ÜDM ) artım dinamikasına nəzər yetirdikdə dünya iqtisadiyyatında baş verən dəyişikliklərin Azərbaycan iqtisadiyyatından yan keçmədiyini görmək mümkündür. Belə ki, 2013-cü ildə ÜDM-in miqdarı 2012-ci il ilə nisbətən 5.8% yüksələrək 57.7 milyard manata yaxınlaşmışdır. Daha sonra 2013-cü ildə iqtisadiyyatın qeyri-neft seqmentində yaradılmış əlavə dəyər 10% artmışdır. Bu sektorun ÜDM-də payı 3.1% artmışdır. Yəni 53.5%-dən 56.6%-ə yüksəlmişdir. 2014-cü ildə isə 2013-cü ilə nisbətən Ümumi Daxili Məhsul istehsalı 2.8% çoxalaraq 59 milyard manata çatmışdır. Bu il ərzində əlavə dəyərin qeyri-neft sektorunda 7% artım müşahidə edilmişdir və onun ÜDM-dəki çəkisi 56.6 faizdən 61 faizə qədər yüksəlmişdir. 2015-ci baş verən devalvasiya səbəbi ilə Ümumi Daxili Məhsuldakı artım digər illərə nisbətən daha az, yəni, 1.1% olmuşdur. Bu artımın 69.3%-i qeyri-neft sektorunun yaratdığı əlavə dəyər nəticəsində olmuşdur. 2014-cü ilə nəzər yetirdikdə bu göstərici 8.3% çoxalmışdır. 2017-ci ili özündən əvvəlki illərə nisbətən ümumi daxili məhsulun artımında uğurlu hesab etmək olar. Baxmayaraq ki, bu artım öncəki illərdən faiz olaraq qat-qat azdır, lakin istehsal olunmuş ÜDM-

in 62.8% - i məhz qeyri-neft sektorunun payına düşmüşdür. Bütün bu illər ərzində baş verən bu dəyişikliklər Respublika Başçısı tərəfindən həyata keçirilən, sisteməlik şəkildə planlaşdırılan tədbirlərin nəticəsi olaraq qiymətləndirilir. Eləcə də qeyd etmək olar ki, qeyri-neft sektorundakı inkişaf 2016-cı ildə “Strateji Yol Xəritəsi” və onun sahibkarlıqla əlaqəli bölməsində nəzərdə tutulan məqsədlərin həyata keçirilməyə başlanması ilə bağlı olmuşdur. İlk məlumatlara əsaslanaraq yola saldıığımız ilə nəzər salındıqda ÜDM-in 79,8 milyard manat olduğunu müşayiət etmək olar. O cümlədən bu rəqəmin 41,8 milyard manatı sahibkarlıq fəaliyyətini özünə daxil edən qeyri-neft sektorunun payına düşür. Bu isə öz növbəsində 2017-ci il ilə müqayisədə 1,9% artım deməkdir. ÜDM isə 2018-ci ilin əvvəlinə 1.2% çoxalmışdır. Noyabr ayına qədər müəyyən edilmiş göstəricilərə nəzər saldıqda isə ümumi olaraq 2018-ci ilin sözügedən ayına qədər 1.0% artım müşahidə olunmuşdur. Bu artımın 1,3 faizi isə qeyri-neft sektorunun payına düşür. “Azərbaycan Respublikasında dövlət borcunun idarə edilməsi dair orta və uzun müddət üçün Stratejiya” sənədində isə ÜDM-in yaşadığımız ildə 3.1%, 2020-ci ildə isə 3.5% olacağı proqnozlaşdırılır. Eləcə də Avropa Yenidənqurma və İnkişaf Bankı 2019-cu il üçün bu rəqəmin bu artımın 3.5% olacağını qeyd etmişdir.

Bütün bu qeyd edilənlərdən əlavə olaraq, Azərbaycanda ötən il üçün sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmaqdan ötrü qeydiyyatdan keçən hüquqi şəxslərin sayı 12500 olmuşdur. 1 yanvar 2019-cu il tarixinə olan statistik göstəricilərə nəzər yetirdikdə 2018-ci ilin yanvar ayı ilə müqayisədə hüquqi şəxslərin sayı 10%, hüquqi şəxs formalaşdırmadan sahibkar fəaliyyəti göstərən fiziki şəxslərin sayı isə 6% artdığını müşahidə etmək mümkündür.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin maliyyələşdirilməsində əsas rol dövlət tərəfindən verilən maliyyə dəstəyi və güzəştli kreditlər oynayır. Respublikamızda sahibkarlara bu cür kreditləri Sahibkarlığın İnkişafı Fondu təmin edir. Bu fondun vəsaiti hesabına verilən güzəştli kreditlər müəyyən istiqamətlərə əsaslanaraq verilir. Belə ki, bu istiqamətlər içərisində ilk olaraq “startap” layihələrinin maliyyələşdirilməsi, kənd təsərrüfatının inkişafını təmin etmək, daha sonra isə Azərbaycanda sahibkarlıqla məşğul olan əhəlinin çoxalması, eləcə də məşğulluğun artırılmasını

təmin etmək məqsədilə gənc kadrların, əlillərin, məcburi köçkünlərin, qadın sahibkarların inkişafı üçün kömək, turizm, informasiya texnologiyalarının, innovasiyalaşmış sahibkarlığı inkişaf etdirmək kimi istiqamətlər vardır.



Mənbə: AR İqtisadiyyat Nazirliyi Sahibkarlığın İnkişafı Fondu, <http://edf.gov.az/az/content/23> (28.11.2018)

Bu fond tərəfindən verilən statistik məlumatlara nəzər yetirdikdə 2014-cü ildə fond tərəfindən ayrılan vəsaitin xidmət sahəsində dəfələrlə artdığı müşahidə edilir. Ümumiyyətlə, xidmət sferasında sözügedən ildə 16 layihə təsdiqlənmişdir. Bu isə dövlətin ayırdığı diqqətin nəticəsi kimi qiymətləndirilir. Bu sahəyə ayrılan kredit miqdarı isə ümumi məbləğin yəni, 295002.6 manatın 19.5 faizini təşkil edir.

Ümumi olaraq götürüldükdə isə Azərbaycanda kənd təsərrüfatı sahəsinə, xüsusilə də, məhsul istehsalına ayrılan diqqət təqdirəlayiqdir. Belə ki, bəhs edilən ilə nəzər saldıqda bu sahə üzrə ayrılan güzəştli kreditlərin məbləğinin digər sahələrlə müqayisədə xeyli miqdarda artıq olduğu (55.7%) görünür. Kənd təsərrüfatı sahəsində açılan layihələrin 5000-dən çox olması, eləcə də onların iqtisadiyyatın başqa sahələri ilə birlikdə nəzər saldıqda olan xüsusi çəkisi 96 faiz təşkil etməsi bu diqqətin əyani sübutudur.

Bütövlükdə isə, 2014-cü ildə verilən güzəştli kreditlərin ümumi həcmində kiçik məbləğli kreditlər 21.8%, orta miqdarda olanlar 2.5%, böyük dəyərdə verilən

vəsaitlər isə 75.7% olmuşdur. Layihələrin maliyyələşdirilməsində tutduğu çəkiyə gəldikdə isə kiçik həcmli kreditlər 98% yer tutmuşdur.

2015-ci ilin Azərbaycan Respublikasında “ Kənd Təsərrüfatı ili ” elan edilməsi, dövlətin də xüsusi dəstəyi bu sahəyə olan marağı artırmışdı. 2017-ci ildə Sahibkarlığın İnkişafı Fondu xidmət sahələrindən əlavə olaraq, ayrıca turizm sektoruna da kredit məbləği ayırmışdır (4875 manat) və bu sahədə yaradılan layihələrin sayı 8 olmuşdur. Bu il də əvvəlki illərdən fərqli olmayaraq kənd təsərrüfatı mallarının istehsalı sahəsinə önəm verilmişdir.

2018-ci ilin birinci yarımilinə olan statistik məlumatlara əsasən müxtəlif sənaye məhsullarının istehsalına ayrılan vəsait 28859 manat, kənd təsərrüfatı mallarının emalına 3020, istehsalına 57171 manat, turizm sahəsinə 2445 manat, ümumilikdə xidmət ( infrastruktur) sahələrinin inkişafı üçün ayrılan vəsait isə 8690 manat olmuşdur. Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı sahəsində açılan layihələrin sayı 557 olmuşdur. 2018-ci ilin birinci yarımili ərzində ümumilikdə 560 layihə kiçik həcmli kreditlər hesabına fond tərəfindən maliyyələşdirilmişdir.

Ümumilikdə götürdükdə isə Dünya Bankının Azərbaycanın da daxil olduğu “Doing Business - 2019” biznes sahəsi inkişaf edən və inkişaf etməkdə olan dövlətlərin reyting cədvəlində Respublikamızın 190 ölkə arasında tutduğu mövqedən 32 pillə irəli gələrək 25-ci yerdə qərarlaşması artıq sahibkarlıq sahəsində baş verən irəliləyişlərin göstəricisidir.

### **III FƏSİL. KİÇİK VƏ ORTA SAHİBKARLIQ MÜƏSSİSƏLƏRİNİN MALİYYƏLƏŞDİRİLMƏSİNİN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ VƏ ONLARIN SƏMƏRƏLİLİYİNİN ARTIRILMASI İSTİQAMƏTLƏRİ**

#### **3.1. Kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin maliyyələşdirilməsinin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri**

Bazar iqtisadiyyatına keçid dövründə sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafı, kiçik və orta biznes müəssisələrinin yaradılması və onların irəliyə doğru tərəqqi etmə imkanlarını artırmaq üçün Azərbaycan hökuməti müəyyən islahatlar, müxtəlif dövlət proqramları və layihələr həyata keçirtmişdir. Bunlara İqtisadiyyat Nazirliyinin nəzdində yaradılan Sahibkarlığın İnkişafı Fondu, eləcə də “Strateji Yol Xəritəsi” layihəsi, “Kiçik və Orta Biznes Evləri” layihəsi- bu layihə çərçivəsində sahibkarlar üçün demək olar ki, bütün xidmətlərin göstərilməsi (lisenziyaların alınmasından “Asan İmza”ların verilməsinə qədər) nəzərdə tutulub və digər bu kimi tədbirlər aiddir. Bütün bunlar ölkəmizdə kiçik və orta biznesin inkişaf etmiş ölkələrdəki kimi bir tərəqqi səviyyəsinə çatmağında əhəmiyyətli bir paya sahib olsa da, digər faktorlar- yəni dövlət dəstəyindən kənar faktorlar zəif olduqda bu cür inkişaf çətinləşir.

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

Lizinq dedikdə, ilk olaraq xatırlanan “icarə” sözüdür. Lakin lizinq elə bir icarə formasıdır ki, bu icarə müddətində lizinq obyektini olan əsas vəsait lizinqalanın mülkiyyətində olur və həmin müddətin sonunda tamamilə müəyyən bir simvolik dəyərlə onun sərəncamına keçməsidir. Lizinqverən tərəf lizinq üçün müraciət edən tərəfə onun tələb etdiyi əsas vəsaiti vermək üçün həmin əmlakı başqa bir satıcıdan

öz mülkiyyətinə keçmə şərtilə satın alır və lizinqalana “Lizinq” vasitəsilə təqdim edir. Belə olduqda lizinqi 2 tərəf arasında bağlanılan uzunmüddətli maliyyə müqaviləsi də adlandırmaq olar. Lizinqi digər kredit növlərindən fərqləndirən əsas cəhət isə onun ən azı 3 il müddətinə verilməsidir. Lizinqin əsasən 2 növü var. Bunlar operativ lizinq və maliyyə lizinqidir. Sahibkarlıqda maliyyə lizinqi daha əhəmiyyətli hesab olunur. Çünki məhz onun vasitəsilə əsas vəsaitlərin- texniki avadanlıqlar, binalar, tikililər, sənayedə istifadəsi vacib olan avadanlıqların icarəsi nəzərdə tutulur. Onu da qeyd etmək olar ki, maliyyə lizinqini əldə edən zaman, yəni əsas vəsaitləri icarəsində müsbət cəhətlərdən biri də onun hesabına əldə olunan avadanlığın amortizasiya sürətinin yüksək olması lizinqalanın ödəməli olduğu vergi borclarını azaltmasına şərait yaradır. Lizinqin digər bir üstün cəhəti isə odur ki, lizinq onu alan üçün banklardan və bank olmayan kredit təşkilatlarından pul vəsaitlərinin əldə olunması üçün bir maneə törətmir.

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

Qeyd edilməsi vacib olan məqamlardan biri də Azərbaycan Kredit və İnkişaf Agentliyinin fəaliyyətidir ki, agentlik kənd təsərrüfatı ilə məşğul olan şirkətlərə alınan texnikanın 40 % dəyərində olan subsidiya təqdim edir. Belə ki, əgər texniki avadanlıq xaricdən alınıb yerli şirkətlərə satılırsa, bu zaman avadanlığı əldə edən tərəfə onun 40% gömrük qiyməti dəyərində subsidiya təqdim edilir. Lakin əgər texnika xaricdən deyil də yerli şirkətlərdən əldə edilib satılırsa, o zaman bazar



qiymətləndirilməsinin 40%-i miqdarında subsidiya əldə edilə bilər. Bu prosesdə respublikamızın bir sıra bankları- Pasha Bank, Rabitə Bank, TuranBank, Muğan Bank və s. AKIA ilə əməkdaşlıq edərək Azərbaycanda sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafına töhfə verirlər.

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

Françayzing - bir şirkətin öz əsas vəsaitlərini, idarəetməsini başqa bir şirkətə satması və ya müəyyən bir müddətə istifadəyə verməsidir. Lakin burada olan əsas məqam odur ki, bu müddət ərzində istehsal olunan məhsullar məhz həmin şirkətin – yəni istifadəsini başqasına verən müəssisənin əmtəə nişanı altında istehsal oluna bilər. Françayzing münasibətləri müqavilə ilə tənzimlənir və burada istifadə haqqını verən tərəf françayzer, bu haqqı əldə edən sahibkar isə françayzi adlanır. Bu saziş yalnız avadanlıqların, texnikaların istifadəsini nəzərdə tutmur, həmçinin həmin iri müəssisələrin daha əvvəldən mövcud olan bazardakı mövqeyini, onların “ xarici görünüşü ” nü, ideyalarını və fikirlərini istifadə etməyə şərait yaradır. Françayzer olan sahibkarlar adətən iri müəssisələr olurlar. Bu müqavilə vasitəsilə həm istehsal edilən məhsulların satılması təmin olunur, həm də bu satışı təşkil edən françayzilərin, yəni, fərdi sahibkarların öz fəaliyyətlərini genişləndirməyinə şərait yaranır. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, bu metodun iri şirkətlərdən ötrü üstün cəhətləri təkcə onların məhsullarının satılması deyil, eləcə də məhsul satışı sürətli və daha asan olduğu üçün gözlənilən və gözlənilməyən risklərin aşağı olmasındadır.

Ümumiyyətlə, dünya üzərində bir çox iri şirkətlərin françayzing metodundan geniş istifadə etdiyinin bir çox nümunəsi vardır. Misal olaraq, “Hampton Hotels”. Fəaliyyət istiqaməti otelçilikdir və bu metodla bağladığı sazişlə əldə etdiyi dəyər 7 milyon dollardan çox olmuşdur. Eləcə də McDonald’s kimi dünyaca məşhur brend və restoranlar şəbəkəsi də məhz françayzingdən istifadə edərək dəyərini 2 milyon

dollara yaxın bir miqdarda artırmışdır. Yuxarıda qeyd edilən firmalardan əlavə olaraq Azərbaycanda da fəaliyyətini müvəffəqiyyətlə davam etdirən “Coca-cola”, “Papa John’s Pizza”, “Pizza Hut”, “Holiday Inn” , “Rent-a-Car” və s. böyük müəssisələrin adlarını çəkmək mümkündür.

Françayzinqin müxtəlif növləri vardır ki, bu növlərdən də müxtəlif sahələrdə istifadə etməklə effektiv qazanclar əldə etmək mümkündür. Mal-əmtəə françayzinqi bu metodun növləri arasında ən geniş yayılanıdır. Belə ki, bu növdə françayzinqi əldə edən tərəf müəyyən müsbət üstünlüklərə malik olur ki, bunlara əsasən françayzerin istehsal etdiyi məhsulu dəyərindən aşağı qiymətə satmaq imkanı, marketinq strategiyası və həmçinin reklam strategiyaları, işçilərin ixtisaslaşdırılması, onlara müxtəlif təlimatların keçirilməsi və s. aiddir. Burada əsas məqam isə istehsal olunmuş əmtəənin françayzer şirkətin əmtəə nişanı altında istehsal olunmasıdır. Məhz bu yolla kiçik müəssisələr və eləcə də, fərdi sahibkarlar həmin logo altında bazarda özlərinə müəyyən qədər mövqə qazana, rəqabətə tab gətirə bilirlər. Digər bir üstünlük isə endirimli qiymətlərin olmasıdır ki, bu zaman da daha çox müştəri cəlb etmək mümkündür və nəticədə iri sahibkarlıq müəssisələri olan firmaların da malları daha tez və asan satılmış olur. Bu növ françayzinqdən istifadə edən şirkətlərdən “General Motors”-un adını çəkmək olar.

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

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

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

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

- a. Əvvəla, onun təcrübə baxımından əhəmiyyətli təsiri vardır. Belə ki, əgər sahibkar hər şeyi sıfırdan başlamaq istəyirsə və seçdiyi sahədə yetərincə praktikasızdırsa, o zaman bu müəssisənin özünü doğrultmasına, tamamilə etibar qazanmasına, eləcə də maliyyə cəhətdən “özünə gəlməsi”nə xeyli zaman tələb olunur. Həmçinin bu müddətdə sözügedən müəssisənin uğur qazana bilməməsi, zərərə uğraması kimi halların da baş verəbiləcəyi riskini nəzərə alıqda franşayzın yeni bir şirkət üçün və ya hər hansı bir şirkətin daha öncə fəaliyyət göstərmədiyi bir sahədə inkişafı üçün əhəmiyyəti ortaya çıxır.
- b. Franşayzın eyni zamanda sahibkarlar üçün bir növ “açıq dərs” imkanını yaradır. Yəni fərdi biznesi olan bir şəxs böyük şirkətlərdən bu hüququ əldə etməklə onun biliklərindən, məsləhətlərindən faydalana bilir ki, bununla da onun hər hansı bir addımda səhv etmə ehtimalı tamamilə azalır və eyni zamanda sahibkarlara iri müəssisələr tərəfindən keçirilən təlimlər də bu işdə xüsusi əhəmiyyətə malikdir.

- c. Daha bir müsbət cəhət isə istehsal olunan malların keyfiyyət üstünlüyünün dəyişməməsidir. Françayzer müəssisə françayziyə texnikasından istifadə imkanını verdiyi üçün məhsul istehsalında keyfiyyət dəyişikliyi baş vermir. Eləcə də, bu metod kiçik sahibkara böyük şirkətlərin müştərilərini qazandırır, yəni müştəri artıq markanın etibarlılığına və istehsal etdiyi əmtəənin keyfiyyətinə inanır. Bu səbəbdən də françayzi artıq müştəri baxımından sıxıntı çəkmir və mallar çox rahatlıqla satıla bilər.
- d. Peşəkar və ixtisaslı kadr tapmaq kiçik müəssisələr üçün çətinlikdir. Çünki həm şirkət yenidir, buna görə də istənilən səviyyədə işçilərin marağına səbəb olmaya bilər, həm də belə potensial işçilərin ixtisas artırma məsələlərində kifayət qədər təcrübəsi olmayacaqdır. Françayzinq metodu yeni sahibkarlara böyük şirkətlərin kadr imkanlarından istifadə etmək şansı verir.

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

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

Beləliklə, françayzinq metodunun tətbiqinin müəyyən üstünlükləri, kiçik və ya fərdi sahibkarlar üçün müsbət təsirləri vardır. Məhz bu metodun istifadəsi, hüququ əldə edən tərəfə ilk olaraq böyük şirkətlərdən öyrənmə biləcəyi uğurlu biznes təcrübəsi və ideya qazandırır. İkincisi isə əgər şirkət beynəlxalq miqyaslı bir şirkət olarsa (Coca-cola kimi), o zaman bu həmin müəssisənin françayzisində dünya

bazarına çıxış imkanı verir, bu da öz növbəsində daha çox inkişaf imkanı, daha çox gəlir, böyümə perspektivi və praktika deməkdir. Böyük şirkətlərlə belə (françayzing) sazişin olması həmin müəssisəyə yüksək ixtisaslı kadrlarla çalışmaq şansı yaradır.

Sahibkarlıq fəaliyyətində ən çox yaşanan problemlərdən biri də məhz risklərlə qarşılaşma və ya onların idarə edilməsində çətinliklərdir. Klassik iqtisadçılar da sahibkarlıq fəaliyyətinin ən riskli fəaliyyət növlərindən biri olduğunu qeyd etmişlər. Yalnız kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələri deyil, böyük şirkətlər də öz idarələrində və ya istehsal prosesində, ümumiyyətlə, biznes fəaliyyətində zaman-zaman müəyyən risklərlə qarşılaşır. Bəzən bu “çətinlik”ləri əvvəlcədən müəyyənləşdirmək alınmadığı üçün firmalar onların ağır nəticələrinə məruz qalırlar. Buna görə də müəssisənin fəaliyyət planında risklərin idarə edilməsi önəmli mövqelərdən birini tutmalıdır. Risklərin idarə edilməsi firmanın üzləşdiyi riskləri müəyyən etməyə və həll etməyə kömək edir və onun biznes məqsədlərinə nail olmaq şansını artırır.

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

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

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

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

Əlbəttə ki, kiçik və orta sahibkarlıqla məşğul olmaq üçün vençur kapitalı əsas vəsait mənbəyi hesab edilir. Vençur kapitalı müxtəlif startap layihələrinə - elmi-texniki yeniliklərə, müxtəlif kəşflərə, ixtiralara, riskli sayılan layihələrə edilən maliyyə yardımındır və ya bir növ kreditləşmə yoludur. O, yeni yaranan və bazarda, rəqabət şəraitində özünə yer tutmağa çalışan kiçik və orta ölçülü firmalara verilən dəstəkdir. Vençur kapitalını əsasən, investorlar tərəfindən yatırılan maliyyə vəsaiti olmasına baxmayaraq, dövlət də bu yoldan istifadə edir. Bu maliyyələşdirilmə yolu ilə qazınlan gəlirlər adətən çox yüksək olur və hətta həmin gəlirin 25-30%-i belə həmin kapitalın geri ödənilməsinə kifayət edir. 2017-ci ilə əsasən, ölkəmizdə mövcud olan yalnız 2 vençur kapitalı fondu var idi ki, bunlar da “ Khazar Ventures” və “İnfipro” şirkətləridir. Onlar əsasən informasiya texnologiyaları sahəsində olan startapları, kiçik firmaları maliyyələşdirirdilər. Belə şirkətlərin az olmasının əsas səbəbi investorların vəsaitlərini riskli və ya sonunda gəlir əldə edib- etməyəcəyini bilmədiyi layihələrə qoymaq istəməməyidir. Lakin müəssisələrdə olan riskləri ləğv etmək üçün məhz belə şirkətlərin yaradılması vacib haldır. Yaxud hər bir kiçik və orta sahibkarlıq müəssisəsi öz daxilində riskli layihələr bölməsi yaradaraq onlarla bu “departament” daxilində məşğul ola biləcək kadrlar cəlb etməlidir.

Şirkətlər öz fəaliyyətləri çərçivəsində riskləri yumşaltmaq və yaxud seyrəltmək üçün müəyyən addımlar atmalıdır. Bunlar aşağıdakılardır:

1. Müəssisə öz fəaliyyət dairəsini genişləndirərək müxtəlif sahələrdə istehsal və ya xidmətlə məşğul olmalıdırlar;
2. Bir çox bazarlarda özünə yer tutaraq alış-satış məntəqələrini artırmalıdırlar. Beləliklə də, daha çox kütləyə mal təklif edə və xidmət göstərə bilər.
3. Yaranacaq risklərin çox ağır şəkildə yalnız şirkətin bir bölməsinin üstünə düşməsinə deyərək onların “komandalar” arasında və vaxta görə bölüşdürülməsi vacibdir.

Son olaraq, artıq baş vermiş riskləri kompensasiya etmək üçün sahibkar ilk öncə məhz belə hallar üçün ehtiyat kapitalına sahib olmalıdır. Fəaliyyətini düzgün şəkildə planlaşdırmalıdır ki, itirdiklərini qısa zamanda geri qazana bilsin. Riskə uğradığı halda bu həm də müəssisənin imicinin zədələnməsi ilə də nəticələnə bilər. Bu məqamda marketinqin önəmi ortaya çıxır. Yəni şirkət marketinq strategiyasını dəqiq və aktiv şəkildə qurmalıdır ki, yaranmış imic və etibar zərərinə ortadan qaldıra bilsin.

Bundan başqa, riskləri azaltmağın və ya aradan qaldırmağın digər bir yolu kimi sahibkarlar öz müəssisələrində “hedging” strategiyasından istifadə edə bilərlər. Hərfi mənası ingilis dilindən tərcümədə “çəpərləmə” olan “hedging”-in əsas funksiyası gəlirləri artırmaq deyil, riskləri azaltmaqdır. Bu prosesi yerinə yetirən mütəxəssislər isə “hedger” adlanır. Hedgerlər şirkətin risklərini və əslində həm şirkətin, həm də qarşı tərəfin ( bu müştəri də ola bilər ) risklərini azaltmağa yönəldilmiş bir strategiya qururlar. Sahibkarlar belə mütəxəssislərə müraciət edərək, hətta gələcək gəlirlərini proqnozlaşdıraraq, bazardakı hazırkı vəziyyətdə nə etməli olduqlarını, hətta yarana biləcək riskləri əvvəldən təyin edərək, onlara qarşı tədbir görə bilərlər. Ümumiyyətlə, dünyanın bir çox inkişaf etmiş ölkələrində və böyük sahibkarlıq müəssisələrində hedging strategiyasından geniş istifadə olunur.

Beləliklə, risklərin idarə edilməsi prosesi qərarların qəbul edilməsini, planlaşdırma və prioritetləşdirilməsini yaxşılaşdırır, kapital və resurs bölgüsünü daha effektiv yerinə yetirməyə yardımçı olur, gələcəkdə yanlış ola biləcək halların, hərəkətlərin qarşısını almağa və ən pis halda belə ciddi maliyyə itkisinə yol

verməməyə səbəb olur. Həmçinin sahibkarın qurduğu biznes-planı vaxtında və müəyyən etdiyi büdcəni aşmayaraq yerinə yetirməsinə şərait yaradır. Firma yeni bir məhsul istehsalını reallaşdırmaq istəyən zaman və ya onun daha geniş miqyaslı, yeni bazarlara çıxmaq üçün cəhd etməsi zamanı risklərin idarə edilməsi daha mühüm əhəmiyyət daşımağa başlayır. Çünki yeni əmtəə satışına cəhd etmək özü real bir riskdir. Müştərinin bu malı qəbul edib-etməyəcəyi, onun keyfiyyətinin, qiymətinin alıcını razı salıb-salmayacağı sual altında olur. Bu həmçinin yeni bazarlara çıxmaq cəhdinə də aiddir. Ona görə ki, yeni bazar dedikdə, yeni rəqiblər, yeni rəqabət mühiti nəzərdə tutulur. Burada əsas məsələ sahibkarın bu rəqabət şəraitinə tab gətirib-gətirməyəcəyidir. Məhz bu suallara cavab tapmaq üçün firma risklərini düzgün idarə etməli və baş verə biləcək potensial təhlükələri əvvəlcədən proqnozlaşdırma bilməlidir.

### **3.2. Kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin maliyyələşdirilməsinin səmərəliliyinin artırılması yolları**

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



Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin əksəriyyəti Bakıda cəmləşmişdir. Buna görə də regionlarda bu cür firmaların inkişafı nisbətən geridə qalmışdır. Respublikamızın regionlarında mütəmadi olaraq sahibkarların xidmətində ola biləcək mərkəzlərin yaradılması onların inkişafı üçün kömək ola bilər. Belə ki, bu mərkəzlərdə fəaliyyət göstərən mütəxəssislər yeni bir fərdi sahibkara, yaxud onun üçün yeni sayılan bir sahəyə giriş etmək istəyən kiçik müəssisələrə bu sahədə necə hərəkət edə biləcəkləri, bazarda sahibkarın istehsal etmək istədiyi məhsula tələbin hansı səviyyədə olacağını və ya hal-hazırkı vəziyyətdə necə olduğunu araşdıraraq bu barədə sahibkarı maarifləndirə bilərlər. Həmçinin dünyanın inkişaf etmiş ölkələrində olduğu kimi istehsal olunacaq məhsulun bu bölgə üzrə marketing baxımından hansı tələblərə cavab verməli olduğunu və ya bu məhsulun gələcəkdə sahibkara gəlir gətirib-gətirməyəcəyini, ümumiyyətlə Azərbaycan üzrə hansı regionlarda bu əmtəyə tələbin olacağını araşdırma bilərlər. Əlbəttə ki, regionlarda yaradılan belə mərkəzlər birbaşa olaraq Bakıdakı mərkəzə tabe olmalı, bölgələrdən əldə olunan məlumatlar Bakıya ötürülməlidir. Bakıda yerləşən mərkəz isə öz növbəsində AR İqtisadiyyat Nazirliyinə birləşməlidir. Çünki belə olduqda dövlətin bu mərkəzlərə nəzarəti və eləcə də, fəaliyyətinin tənzimlənməsi daha asan olacaqdır. Belə layihələrdən biri “Kiçik və Orta Biznesin Dostu” 12 fevral 2019-cu il tarixində Qəbələdə öz fəaliyyətinə başlamışdır. Bu Şəki-Zaqatala iqtisadi ərazisi üzrə birinci belə layihədir. Bununla yanaşı Respublikanın 9 regionunda da bu layihə öz fəaliyyətinə artıq başlamışdır. Əgər layihə uğurla davam edərsə, o zaman sahibkarlığın inkişafı “Strateji Yol Xəritəsi”ndə nəzərdə tutulduğu kimi 2020-ci ildə gözlə görüləcək dərəcədə uğurlu olacaqdır. Bu layihə gözlənilən qədər uğurlu olarsa, bir sıra aşağıdakı məsələlər öz həllini tapmış olacaq:

- Məşğulluq problemləri həll oluna bilər. Yeni iş yerlərinin açılması ehtiyatda olan kadrların da işə cəlb edilməsi üçün şərait yaradar. Yəni əhali iş üçün Bakıya və ya başqa ölkələrə getməz və bununla da əhəlinin miqراسiyasının da qarşısı alınır.

- Kiçik və orta sahibkarlığın inkişafının bütün ölkə ərazisində bərabər paylanmasına və bölgələrdə belə sahibkarların işlərinin əlaqələndirilməsinə imkan yaradar.
- Regionlarda baş tutacaq inkişaf əhalinin həyat səviyyəsinə təsir edəcəkdir və həmçinin ölkə ərazisində bölgələr arasında iqtisadi kommunikasiya da inkişaf edəcəkdir.

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

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

1. Əvvəla onu qeyd etmək olar ki, sahibkarlığın inkişafı üçün vacib sayılan maliyyə lizinqində əsas vəsaitin vaxtından əvvəl sıradan çıxması müqavilədə qeyd edilən ödəniş məbləğinin sazişin müddəti bitənə qədər dəyişməməsi mənfi cəhətlərdən biridir. Bu isə o deməkdir ki, avadanlığın sıradan çıxmasına baxmayaraq lizinqalan onun cari dəyərindən artıq bir ödəniş edərək mənfəətini və ya istehsal gücünü artırma biləcəyi halda daha çox xərc və ya zərərə uğrayır. Əgər yenidənqiymətləndirmə müəyyən bir müddətdən bir ( məsələn: 6 ay ) həyata keçirilərsə və onun nəticələrinə uyğun olaraq müqavilə şərtlərində dəyişiklik edilərsə, hər iki tərəf üçün nəticə daha yaxşı olar.
2. Digər bir çatışmazlıq isə inflyasiya və ya devalvasiya nəticəsində texnikanın dəyəri xarici valyuta ilə olduqda yaranan məzənnə fərqidir. Məsələn, bu gün əldə olunan avadanlığın dəyəri 200,000 dollardır. Maliyyə lizinqi sazişi isə 5 il müddətinə bağlanılır. 2023-cü ildə əgər dollar qalxıb 2 AZN olarsa, o zaman texnikanın qiyməti 200,000 dolların AZN ekvivalenti olan 340,000 AZN-dən

400,000 AZN-ə qalxmış olur. Nəticədə yaranan məzənnə fərqlinin ödənilməsi yenə sahibkarın üzərinə düşür və o, burada 60,000 AZN ziyanə düşür. Bu zərərin qarşısını almaq üçün ilk növbədə maliyyə lizinqi müqaviləsində hər hansı bu kimi hallarda texnikanın dəyərinin dəyişməyəcəyi, məzənnə fərqlindən lizinqalanın zərər görməyəcəyi qeyd edilməlidir. Yəni bir növ lizinqverən buna zəmanət verməlidir.

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

Digər bir maliyyələşdirilmə mənbəyi isə demək olar ki, bütün inkişaf etmiş ölkələrdə istifadə olunan françayzinq hesabına maliyyələşdirilmədir. Yuxarıda françayzinqin müsbət və mənfi cəhətləri, riskləri, növləri və üstünlükləri qeyd edilmişdir. Lakin burada onun Azərbaycanda istifadəsində olan çatışmazlıqlara diqqət yetiriləcəkdir. Ölkəmizdə françayzinq sisteminin inkişafını təmin etmək üçün müəyyən addımlar atılmalıdır. Belə ki:

- Bunun üçün hər şeydən qabaq bu hüququ təqdim edən tərəf müəyyən güvən qazanmalıdır. Bu o deməkdir ki, françayzinqi əldə edən sahibkar bu biznesə “investisiya” edəcəyi halda biznesə yatırdığı vəsaitin “batmayacağından” əmin olmalıdır. İri sahibkarlar, yəni, françayzerlər indiyə qədər istehsal olunmuş məhsulların praktikada hansı nəticələri göstərdiyi barədə qarşı tərəfdə əminlik yaratmalıdır.
- Françayzer istehsal prosedurunun, eləcə də, müxtəlif strategiyaları françayziyə elə formada izah etməlidir ki, bu məhsul istehsalının gedişatına və keyfiyyətinə təsir etməsin. Yəni françayzi olan müəssisə proseduru elə yerinə yetirməlidir ki, françayzerin bazarda formalaşdırdığı imici qorusun, onun piarını zəiflətməsin. Habelə, bazara çıxartdığı əmtəyə olan tələbi ödəyə bilsin, istehsal prosesinin sürətini olduğu kimi saxlamağı bacarsın.

- Bu formada həyata keçirilən istehsal və satışdan elə bir qazanc əldə olunmalıdır ki, həm françayzerin həm də françayzinin mənafeyinə uyğun olsun və hansısa başqa bir alternativdən və ya investisiyadan əldə edəcəyi vəsaitin məbləğini təmin edə bilsin.
- Ümumiyyətlə, bütün bunların sonunda françayzinin Azərbaycanda inkişafını təmin etmək üçün atılmalı addımlardan bu fəaliyyəti icra etmək üçün uyğun mexanizmin yaradılmasıdır. Daha sonra isə françayzerlər olan iri sahibkarlıq müəssisələri elə bir biznes-plan hazırlamalıdır ki, məqsədlərinə uyğun və istədikləri an françayziləri tapa bilsinlər.

Dünya praktikasında işlədilən bir çox metodlar Azərbaycanda demək olar ki, istifadə edilmir və ya bunun üçün kifayət qədər imkan yoxdur. Belə metodlardan biri xarici təcrübədə istifadə edilən “crowdfunding”, yəni hərfi tərcümədə “kütləvi maliyyələşdirmə”-dir. “Kütləvi maliyyələşdirmə” 2008-ci il krizis dövründə Avropada yeni-yeni ortaya çıxan, onlayn bazalı bir maliyyələşdirilmə metodu idi. 2008-ci ildə Avropada baş qaldıran maliyyə böhranı səbəbi ilə artıq kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin maliyyələşdirilməsində də müəyyən çətinliklərin meydana gəlməsinə səbəb oldu. Beləliklə, maliyyəçilər vəziyyət belə olduqda, yeni trend olan bu metoda diqqət verməyə başladılar.

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

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

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

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

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

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

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

Güclü bir kütləvi maliyyələşdirmə kompaniyası biznesin etibarlılığını və sosial imicini yüksəldə bilər ki, bu da müəssisənin inkişafında vacib məsələlərdən

biridir. Bu cür maliyyələşdirmə platformasından istifadə potensial investorların və müştərilərin yeni firmanın mallarına və əmtəələrinə maraq göstərdiyi zaman bir növ onlara qarşı həmin müəssisənin “sosial sübut”unun formalaşmasına kömək edir. Yəni, bir investor sahibkarın ideyasını bəyənib ona dəstək verir. İşin gedişatı isə digər investorlar üçün müəssisənin necə fəaliyyət göstərdiyi barədə informasiya mənbəyinə çevrilir. Bu da nəticədə digər maliyyə mənbələrinin cəld edilməsinə kömək olur.

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

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

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

Hərtərəfli bir yanaşma təklif edən bu sistem, hökumət qərarlarını dəqiq və düzgün təhlil etməklə və mənfi situasiyaları minimuma endirməklə sahibkarlıq fəaliyyətində rol oynayan mövcud məsələləri araşdırmaqda çox vacibdir. Bu, təhlil aparılmadan alınmış birbaşa qərarların qarşısını alır və hakimiyyət orqanlarını

qərarların qəbul edilməsi prosesində təklif edilən tam informasiya bazası ilə təmin edir. Qanunvericiliyin əlaqəli tərəflərlə müzakirəsi, onların mövqeləri və təsirləri bu təhlilin mühüm tərkib hissəsidir. Buna görə hazırlıq prosesinin rəsmi bir hissəsi olan qanunvericilik aktlarının normativ qanunvericiliyinə təsiri araşdırılmalıdır. Araşdırmalar əsasən, özəl sektorun normativ-hüquqi normalarının qəbul edilməsinin təsirinə yönəldilməlidir. Yeni qanunvericilikdə, ictimaiyyətin iştirakının düzgün tənzimlənməsi effektivdir. Ona görə ki, bu kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələri üçün onların qarşılaşa biləcəyi problemlər barədə informasiya rolunu oynaya bilər. Buna görə də qanunvericiliyin təsirinin təhlili ölkəmiz və onun qeyri-neft sektorunun bir hissəsi olan sahibkarlıq üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edə bilər.

Ölkəmizdə kiçik və orta biznesin inkişafından ötrü vacib məqamlardan biri də xarici birbaşa investisiyaların təmin edilməsidir. Azərbaycanda kiçik və orta müəssisələrə birbaşa xarici sərmayələrin cəlb edilməsinə xüsusi diqqət yetirilməlidir. İntestisiyaların cəlb edilməsi mexanizmləri və imkanları araşdırılmalıdır. Belə sahibkarlıq subyektlərinin potensial investisiya qaynaqları ilə birbaşa əlaqə yaratmaq üçün səy göstərilməlidir. Xarici investisiyaların və yeni texnologiyaların cəlb edilməsinə dair məsələlər, bazar tədqiqatları, biznes planlarının hazırlanması və statistik məlumatların əldə edilməsi ilə dəstəklənən kiçik və orta biznes müəssisələri tərəfindən müntəzəm olaraq nəzərdən keçirilməlidir. Bu sahədə fəaliyyət göstərən yerli və xarici təşkilatların təcrübəsi və potensialı, bu müəssisələrə xarici sərmayələrin dəstəklənməsi üçün istifadə olunmalıdır.

Sahibkarlıq müəssisələrinin maliyyələşdirilməsində digər bir problem isə kreditlərin alınması və ümumiyyətlə, kiçik və orta biznesin kreditləşdirilməsi ilə bağlıdır. Problemin mənbəyində isə borcalan ilə borc verənlər arasında informasiya simmetriyasının pozulması dayanır. İnformasiya assimetriyası borcalanın öz maliyyə vəziyyəti və investisiya imkanları barədə borcverəndən daha çox məlumata sahib olduğu zaman yaranır. Bu “kreditorlar bazarında” səmərəsizliyə gətirib çıxarır, çünki kreditorlar potensial müştərilər tərəfindən təmsil edilən

riskləri qiymətləndirmək üçün kifayət qədər məlumata malik olurlar. Məhz bu səbəbdən də borcalanlar bazarın tələb etdiyi faiz dərəcəsinə və hətta daha çox ödəniş etmək qabiliyyətində olsalar belə, bəzən kredit imkanlarından məhrum olurlar. İnkişaf etmiş ölkələrdə bu cür assimetriyanı aradan qaldırmaq üçün “credit reporting service providers”- yəni, “kredit hesabatı təminatçıları” istifadə olunur. Bu hesabatın tərkibinə kredit məlumatları, kredit büroları və reyestrlər daxildir. Kredit hesabatlılığı vasitəsi ilə kiçik və orta biznes müəssisələri üçün maliyyə imkanlarının artırılması çətinliklərini təhlil edir və onların müəssisələr üçün daha əlçatan olmağı imkanlarını müəyyən edir. Ölkəmizdə bu cür hesabatlardan istifadə edilməsi sahibkarların yuxarıda qeyd edilən maliyyə mənbələrindən əlavə kreditlərlə təmini prosesini də inkişaf etdirə bilər.

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



## NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

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

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

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

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

1. İlk olaraq, əldə olunan nəticələr sırasına kiçik və orta biznes fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrin inkişafının ölkə iqtisadiyyatına müsbət təsir etdiyi faktı aiddir. Çünki, əgər belə müəssisələrin sayı artarsa, məşğul olan əhalinin

sayı artar və həmçinin iş axtarmaq məqsədilə başqa ölkələrə gedən yerli əhalinin sayı azalmış olar.

2. Gəlinən daha bir nəticə isə Azərbaycan bazarında yerli istehsal olan malların həcmi ilə bağlıdır. Belə ki, əgər ölkədə KOS-ların sayı artarsa, bu zaman bazarda öz istehsalımız olan malların həcmi də artar. Əlavə olaraq, əgər bu müəssisələrin maliyyə təminatı yüksək olarsa, o zaman, istifadə olunan xammal və materiallar da keyfiyyət cəhətdən yüksək olar. Nəticədə, yekun olaraq hazır məhsul keyfiyyət baxımından xarici mallardan geri qalmaz və əhali də artəq yerli istehsala aid olan əmtəələrə daha çox üstünlük verir.
3. Françayzinq dünyanın bir çox iri şirkətlərində və inkişaf etmiş ölkələrində istifadə olunur. Lakin ölkəmizdə fəaliyyət göstərən kiçik və orta ölçülü firmalarda maliyyələşmə mənbəyi kimi bu metod demək olar ki, işlədilmir. Bunun üçün ilk növbədə iri biznes müəssisələrinin təcrübəsindən istifadə etmək lazımdır. Bu praktikalardan yararlanaraq sahibkar onları öz biznesinə tətbiq etməlidir. Həmçinin kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələri bu metodla bazarda françayzeri olduğu iri firmaların brendindən və yaratdığı güvəndən istifadə edərək özlərinə müəyyən mövqə qazana bilərlər.
4. Digər bir təklif isə yuxarıdakı paraqrafda da qeyd edildiyi kimi, “crowdfunding” adlanan maliyyələşdirmə metodundan istifadədir. Belə ki, Azərbaycanda yox dərəcəsində olan bu metod əslində elə yaşadığımız internet əsrində mükəmməl bir vasitədir. Əgər sırf bu istiqamətdə bir internet platforması yaradılsa, burada biznes mühitinə yeni-yeni addım atmağa başlayan hər bir müəssisə özünün sosial tanıtımı vasitəsilə investoraları cəlb edə, həmçinin özünə müxtəlif ölkələrdən belə maliyyə vəsaiti cəlb edə bilər. Hətta bu zaman belə sosial mühitdə firmanın yayılan tanıtımı sayəsində müəssisələr reklam xərclərinə də qənaət etmiş olar.
5. Növbəti təklif kiçik və orta müəssisələrdə maliyyə baxımından yaranan risklərin qarşısını almaq və ya onları yumşaltmaqla bağlıdır. Beləliklə, yenə də beynəlxalq təcrübədə və böyük şirkətlər tərəfindən geniş istifadə olunan bir

taktika – “hedging” taktikası işlədilərsə, sahibkar ola bilsin ki, risklərini əvvəlcədən müəyyən edə, ya da riskə məruz qaldıqda bu vəziyyətdən minimum ziyanla çıxıb bilər. Bunun üçün xüsusi olaraq, bu fəaliyyətlə məşğul olan ekspertlərin təcrübəsindən yararlanmaq lazımdır.

6. Sahibkarlıqda digər çatışmazlıq isə məhz sığorta ilə əlaqədardır. Belə ki, hazırkı dövrdə sığorta şirkətləri kiçik və orta müəssisələrinin sığortalanmasında bir o qədər də maraqlı deyil. Ona görə ki, onlar belə şirkətlərlə bağlı riskləri hesablama bilmirlər və nəticədə sığortalama məsuliyyətini də üzərlərinə götürürlər. Bunun qarşısını almaq üçün müəyyən hüquqi aktlar hazırlanarsa və bu barədə hər iki tərəfin mənafeyinə uyğun müəyyən qərarlar qəbul edilərsə, sığorta şirkətləri də maliyyələşdirilmədə dövlət dəstəyi alarsa bu problem həll oluna bilər.
7. Sonuncu təklif isə sahibkarlığın ilkin maliyyə təminatlı məqsədilə vençur kapitalını təmin edən bir fond yaradılmasıdır. Düzdür, dövlətimiz sahibkarlara Sahibkarlığın İnkişafı fondu çərçivəsində müəyyən qədər yardımlar edir, lakin bəzən startaplar üçün vençur kapitalı qaçınılmaz olur. Beləliklə, belə bir fondun yaradılması, məhz yeni layihələr üçün yardım və biznesə qoşulmaq istəyən şəxslər üçün isə yeni bir ilham qaynağı sayıla bilər.

# İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT

## Azərbaycan dilində

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

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

### **Xarici dildə**

### **Rus dilində**

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

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

### **İngilis dilində**

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

### **İnternet Resursları**

1. [www.edf.gov.az](http://www.edf.gov.az)
2. [www.stat.gov.az](http://www.stat.gov.az)
3. [www.fundable.com](http://www.fundable.com)

## **Cədvəllərin siyahısı**

|   |    |
|---|----|
| Cədvəl 1. Kiçik və orta sahibkarlığın xüsusiyyətləri.....                             | 18 |
| Cədvəl 2. Sahibkarlıq məkanının subyektləri.....                                      | 19 |
| Cədvəl 3. Sahibkarlığın dövlət tərəfindən tənzimlənməsi metodları.....                | 26 |
| Cədvəl 4. Sahibkarlığın mikro, kiçik, orta və iri formalarının bölgüsü meyarları..... | 47 |
| Cədvəl 5. Sahibkarlığın maliyyələşdirilmə mənbələri.....                              | 49 |
| Cədvəl 6. Kiçik sahibkarlıq subyektlərinin əsas makro-iqtisadi göstəriciləri.         | 49 |

## **Qrafiklərin siyahısı**

|  |    |
|--|----|
| Qrafik 1. Kiçik sahibkarlıq subyektlərinin əsas makro-iqtisadi göstəriciləri..                               | 50 |
| Qrafik 2. İllər üzrə müqayisədə ÜDM-in artım tempi.....  | 51 |
| Qrafik 3. 2013-2017-ci illər ərzində verilmiş güzəştli kreditlər üzrə statistik məlumatlar, min manatla..... | 53 |