

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

**“VERGİ SİYASƏTİNDƏ KİÇİK SAHİBKARLIĞIN  
DƏSTƏKLƏNMƏSİ MƏSƏLƏLƏRİ: AZƏRBAYCAN TİMSALINDA”  
mövzusunda**

**MAGİSTR DİSSERTASİYASI**

**KƏRƏMOVA TƏRLALƏ FİRDOVSI QIZI**

**BAKİ -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**

\_\_\_\_\_  
“        ” \_\_\_\_\_ **2019 -cu il**

**“VERGİ SİYASƏTİNDƏ KİÇİK SAHİBKARLIĞIN DƏSTƏKLƏNMƏSİ**  
**MƏSƏLƏLƏRİ: AZƏRBAYCAN TİMSALINDA”**

**mövzusunda**

**MAGİSTR DİSSERTASİYASI**

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

**İxtisaslaşma: Vergi və vergiqoyma**

**Qrup: 612**

**Magistrant**  
**Kərəmova Tərlalə Firdovsi**

**Elmi rəhbər**  
**i.e.n.,dos.Seyfullayev İ.Z**

**Proqram rəhbəri**  
**i.e.n.,dos.Seyfullayev İ.Z.**

**Kafedra müdiri**  
**i.e.d.,prof. Kəlbəyev Y.A.**

**BAKİ -2019-cu il**

## Summary

**The actuality of the subject.** As a result of successful state policy in the field of economic regulation in the Republic of Azerbaijan, great achievements have been achieved in ensuring regular economic growth, improving the living standards of the population, improving its material well-being, shaping the entrepreneurship environment, and developing entrepreneurship. Scientific research in the field of tax policy analysis in the development of entrepreneurship allows for identifying issues that are crucial and important. In particular, it should be emphasized that theoretically justified tax policy should be practically implemented. Although the scientific results obtained through the economic theory are related to socioeconomic policies, its practical application is related to many problems.

**Purpose and tasks of the work.** The purpose of the research is to identify the scientific and theoretical foundations of the tax system management system, the effective taxation system, the key features of the tax system management in modern conditions and the scientific and practical results aimed at improving. To achieve this goal, the following tasks have been planned in the research work:

- analyze the theoretical and conceptual aspects of small business activities and its regulation;
- complex analysis of the current state of development of small entrepreneurship in Azerbaijan;
- revealing the features of taxation of small entrepreneurship subjects in Azerbaijan;
- investigating the improvement of tax policy in Azerbaijan in terms of supporting small entrepreneurship, etc.

**Research methods.** Here are empirical, statistical distribution, econometric and comparative analysis methods.

**Research information base.** The dissertation information database is compiled by the State Statistical Committee of Azerbaijan, Ministry of Taxes, International Monetary Fund, tax system of Azerbaijan, internet materials, etc.

**Scientific-practical significance of the research work.** From the results of the dissertation can be used to improve the legal basis of taxation and taxation and increase the effectiveness of the tax system management.

**Key words:** small entrepreneurship, tax system, tax policy, state regulation

## MÜNDƏRİCAT

	<b>GİRİŞ.....</b>	<b>5</b>
<b>I fəsil</b>	<b>Kiçik Sahibkarlıq fəaliyyəti və onun tənzimlənməsinin nəzəri-konseptual aspektləri .....</b>	<b>9</b>
	1.1. Sahibkarlıq fəaliyyətinin sosial-iqtisadi məzmunu .....	9
	1.2. Kiçik sahibkarlığın spesifik xüsusiyyətləri .....	26
	1.3. Kiçik sahibkarlıq fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsinin zəruriliyi və onun reallaşdırılması mexanizmləri .....	31
<b>II fəsil</b>	<b>Azərbaycan Respublikasında Kiçik Sahibkarlığın inkişafının mövcud vəziyyətinin qiymətləndirilməsi.....</b>	<b>35</b>
	2.1. Azərbaycanda kiçik sahibkarlığın inkişafının müasir vəziyyəti və kompleks təhlili .....	35
	2.2. Azərbaycanda kiçik sahibkarlıq subyektlərinin vergiyə cəlb olunmasının xüsusiyyətləri.....	40
<b>III fəsil</b>	<b>Azərbaycanda vergi siyasətinin Kiçik Sahibkarlığı dəstəkləmədi baxımında təkmilləşdirilməsi istiqamətləri.....</b>	<b>44</b>
	3.1. Kiçik sahibkarlığın vergiyə cəlb edilməsində beynəlxalq təcrübə .....	44
	3.2. Dövlətin vergi siyasətinin kiçik sahibkarlığın stimullaşdırılması mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi.....	50
	<b>NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....</b>	<b>65</b>
	<b>İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT.....</b>	<b>68</b>
	Şəkillərin siyahısı.....	70
	Qrafiklərin siyahısı.....	70
	Cədvəllərin siyahısı.....	70

## Giriş

**Mövzunun aktuallığı.** Azərbaycan Respublikasında iqtisadiyyatın tənzimlənməsi istiqamətində uğurla aparılan dövlət siyasəti nəticəsində mütəmadi iqtisadi artımın təmin olunmasında, əhalinin həyat səviyyəsinin, onun maddi rifahının yüksəlməsində, sahibkarlıq mühitinin formalaşmasında, həmçinin sahibkarlığın inkişafında böyük nailiyyətlər qazanılmışdır. Sahibkarlığın inkişafı üçün əlverişli institusional-iqtisadi mühitin formalaşması, bir tərəfdən iqtisadiyyatın diversifikasiyası, qeyri-neft sektorunun genişlənməsi, yeni iş yerlərinin açılması üçün əlverişli şərait yaradır, iqtisadiyyatın modernləşdirilməsi onun mobilliyinin və dinamikliyinin təmin edilməsinə, dövlətin sosial yükünün azalmasına imkan verir. Müasir qloballaşan dünya iqtisadiyyatında transmilli korporasiyaların, beynəlxalq şirkətlərin rolunun artması şəraitində milli iqtisadiyyatın qorunmasında və onun təhlükəsizliyinin təmin olunmasında sahibkarlığın inkişafı xüsusi əhəmiyyət daşıyır.

Ölkəmizdə sahibkarlığın inkişafının davamlı xarakter daşması üçün institusional və qanunvericilik mühitinin təkmilləşdirilməsi, biznesin stimullaşdırılmasında müvafiq vergi siyasətinin, müasir menecment və idarəetmə üsullarının tətbiqi AR Prezidenti cənab İlham Əliyev tərəfindən müəyyən olunmuş iqtisadi inkişaf strategiyasında öz əksini tapmışdır. Sahibkarlığa dövlət dəstəyinin gücləndirilməsi, vergi sisteminin təkmilləşdirilməsi, güzəştli kreditlərin verilməsi, bank sektorunun və maliyyə-kredit münasibətlərinin tərəqqisi AR-da biznesin genişlənməsini stimullaşdırır.

İqtisadi artıma təsir göstərən amillər müxtəlif olmaqla demək olar ki, iqtisadiyyatın və cəmiyyətin bütün sahələrini əhatə edir. Hazırda qloballaşma proseslərinin genişlənməsi, vergi siyasəti sahəsində məlumat mübadiləsinin sürətlənməsi şəraitində, sahibkarlığın inkişafı siyasətinin formalaşması prosesində beynəlxalq təcrübədə sınaqdan keçmiş vergi mexanizmlərinin tətbiqi üsullarının, mövcud problemlərin araşdırılması zərurəti yaranır.

Beynəlxalq təcrübədə sahibkarlığın inkişafına təkan verən vergi siyasəti zamanı yaranan problemlər çoxşaxəlidir. Bir ölkədə kiçik hesab edilən biznes, digər ölkədə iri sahibkarlıq subyekti olur. İstənilən ölkə üçün effektiv olan vergi sistemi, digər bir ölkədə mənfi nəticələr verir. Bu səbəbdən kiçik biznesin tənzimlənməsində vergi siyasətinin rolunun tədqiq olunması iqtisadi nəzəriyyənin və sosial-iqtisadi siyasətin geniş spektrli məsələlərini əhatə edir.

Sahibkarlığın inkişafında vergi siyasətinin rolunun təhlili sahəsində elmi tədqiqatların aparılması həlli zəruri olan və imperativ xarakter daşıyan məsələlərin aşkar edilməsinə imkan yaradır. O cümlədən, vurğulamaq lazımdır ki, nəzəri olaraq əsaslandırılmış vergi siyasətinin praktiki cəhətdən həyata keçirilməsi mümkün olmalıdır. Bir çox hallarda İEÖ və İEOÖ-də müxtəlif xarakterli sosial, iqtisadi və siyasi amillərin təsiri nəticəsində elmi cəhətdən əsaslandırılmış konsepsiyayı həyata keçirmək mümkün olmur. İqtisadi nəzəriyyə vasitəsi ilə əldə olunan elmi nəticələr sosial-iqtisadi siyasət ilə əlaqədar olsa da, praktiki nöqteyi-nəzərdən onun tətbiqi bir çox problemlərlə əlaqədar olur.

**Problemin öyrənilmə səviyyəsi.** İqtisad elminə məlum olduğu kimi vergilərin iqtisadi mahiyyəti və vergi güzəştləri bir çox aspektləri ayrı-ayrı ölkələrin tanınmış, məşhur iqtisadçıları tərəfindən tədqiq edilmişdir. Vergi güzəştləri probleminin ən müxtəlif tərəfləri nəzəri cəhətdən olduqca əhatəli araşdırılıb.

Azərbaycan alimləri A.F.Musayev, M.M.Sadıqov, A.Hüseynov, D.A.Bağirov, Ə.Ə.Ələkbərov, M.X.Həsənli, A.M.Kərimov, B.X.Xankişiyev, Y.A.Kəlbiyev, T.N.Paşayev, V.Z.Zeynalovun elmi tədqiqatlarında əlverişli mühitində vergi sisteminin formalaşması, vergi güzəştlərinə dair qanunvericiliyinin təkmilləşdirilməsi, vergitutma işinin təşkili ilə bağlı elmi-praktik əhəmiyyətə malik nəticələr əldə edilib.

**Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri.** Tədqiqatın məqsədi vergi sisteminin idarə edilməsi, vergitutmanın effektiv sisteminin formalaşması üçün tətbiq edilən

güzəştlərin elmi-nəzəri əsasları müəyyənləşdirmək, müasir şəraitdə vergi sisteminin idarə edilməsinin əsas xüsusiyyətləri və təkmilləşdirməyə yönələn elmi-praktik nəticələri aşkara çıxarmaqdır. Bu məqsədin reallaşması üçün tədqiqat işində aşağıdakı vəzifələrin həlli planlaşdırılmışdır:

- Kiçik sahibkarlıq fəaliyyəti və onun tənzimlənməsinin nəzəri-konseptual aspektlərinin təhlil edilməsi;

- Sahibkarlıq fəaliyyətinin sosial-iqtisadi məzmununun aydınlaşdırılması;

- Kiçik sahibkarlığın spesifik xüsusiyyətlərinin üzə çıxarılması;

- Azərbaycanda kiçik sahibkarlığın inkişafının müasir vəziyyətinin kompleks təhlil edilməsi;

- Azərbaycanda kiçik sahibkarlıq subyektlərinin vergiyə cəlb olunmasının xüsusiyyətlərinin üzə çıxarılması;

- Azərbaycanda vergi siyasətinin kiçik sahibkarlığı dəstəkləməsi baxımından təkmilləşdirilməsi istiqamətlərinin araşdırılması;

- Kiçik sahibkarlığın vergiyə cəlb edilməsində beynəlxalq təcrübənin tədqiqi;

- Dövlətin vergi siyasətinin kiçik sahibkarlığın stimullaşdırılması mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi yollarının müəyyənləşdirilməsi.

**Tədqiqatın nəzəri-metodoloji əsasları.** Tədqiqatın nəzəri və metodoloji əsasını müvafiq ədəbiyyatlarda xarici və yerli tədqiqatçıların işləri və işçi sənədləri təşkil etmişdir. Tədqiqatın informasiya bazasını Vergilər Nazirliyi, Dövlət Statistika Komitəsi, Maliyyə Nazirliyi və Mərkəzi Bankın statistik məcmuələri və müşahidə əsasında vergi ödəyicilərinin bir sıra göstəriciləri haqqında məlumatları təşkil etmişdir.

Tədqiqat işində empirik, statistik paylanma, ekonometrik və müqayisəli təhlil üsullarından istifadə edilmişdir.

**Tədqiqatın informasiya bazası.** Dissertasiya işinin informasiya bazasını Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin, Vergilər Nazirliyinin məlumatları, Beynəlxalq Valyuta Fondunun Azərbaycanın vergi sisteminə aid məlumatları, internet materialları və sair təşkil edir.

Mövzuya uyğun olaraq müxtəlif ədəbiyyatlardan (rus, türk), statistik göstəricilərdən, internet saytlarından və digər vəsaitlərdən istifadə edilmişdir.

**Tədqiqatın obyektı və predmeti.** Tədqiqatın obyektı vergi güzəştlərinin tətbiqi prosesidir.

Tədqiqatın predmeti vergi güzəştlərinin idarə edilməsinin təkmilləşməsi istiqamətləridir.

**Tədqiqat işinin elmi-praktik əhəmiyyəti.** Dissertasiyaların nəticələrindən vergitutma işinin və vergitutmanın hüquqi əsaslarının təkmilləşdirilməsində və vergi sisteminin idarə olunmasının səmərəliliyinin artırılmasında istifadə oluna bilər.

**Dissertasiya işinin quruluşu və həcmi.** Dissertasiya işi, giriş, üç fəsildən, 9 paraqrafdan, nəticə və istifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısından ibarətdir.



# FƏSİL I. SAHİBKARLIQ FƏALİYYƏTİNİN VƏ ONUN TƏNZİMLƏNMƏSİNİN NƏZƏRİ-KONSEPTUAL ASPEKTLƏRİ

## 1.1 Sahibkarlıq fəaliyyətinin sosial-iqtisadi məzmunu

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. Bununla yanaşı, 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 bəndində sahibkarlıq funksiyalarının prizmasından göstərilən xidmət sahəsindəki sahibkarlığa nəzər yetiriləcək.

Sahibkarlıq fəaliyyəti bu halda xidmət göstərilməsinə yönəlmişdir - onları xüsusi istehlakçılara çatdırmaq: ev təsərrüfatlarına, digər sahibkarlara, dövlətə, hansıki, əsasən ümumi iqtisadi funksiyanı müəyyənləşdirir. Üstəlik, sahibkarlıq fəaliyyəti öz subyektləri tərəfindən hüquqi, sosial və iqtisadi sahələrin, yəni biznes mühitində (ətraf mühit) vahid bütövlüyü çərçivəsində, bazar iqtisadiyyatının bütün iqtisadi qanunlarının (təchizat və tələbat, rəqabət, dəyər və s.) təsiri altında həyata keçirilir. Buna görə xidmət sahəsində işgüzar əlaqələrin öyrənilməsinin əsasını bu sahədə fəaliyyət göstərən müəssisələrin xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirmək və təhlil etməklə başlamaq lazım gəlir.

Sahibkarlıq sahəsinin subyektləri xidmət sahəsində biznes fəaliyyətinin həyata keçirilməsində və tənzimlənməsində hüquq və öhdəliklərin sahibləridirlər. Aşağıdakı sxemdə sahibkarlıq subyektlərinin bütün sistemi təşkilati-hüquqi forma və mövqeyinə uyğun olaraq təqdim edilmişdir.( Asoni, A. and T. Sanandaji, 2009)

Birincisi, 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.

İkincisi, xidmət sektorunun işgüzar sahədə də əsas vəzifəsi qeyri-iqtisadi, qeyri-kommersiya fəaliyyətini həyata keçirməkdir. Onların fəaliyyətinin məqsədi sosial, xeyriyyə, mədəni, təhsil və digər sosial xeyri olan ehtiyaqlara cavab verməkdir.

Xidmət sahəsində həyata keçirilən sahibkarlıq fəaliyyətinin tərkib hissəsinin xüsusiyyətlərinin təhlili kontekstində xüsusilə qeyd olunmalıdır ki, burada sahibkarlığın qarışıq təşkili formaları geniş yayılmışdır. Xidmət sahəsindəki qarışıq sahibkarlığın bu formalarından biri qeyri-kommersiya idarəçiliyidir, yəni qeyri-kommersiya təşkilatlarının iqtisadi fəaliyyəti, hardaki dövlətin köməyi ilə kommersiya və qeyri-kommersiya prinsiplərinin birləşməsi təmin olunur (sonuncular birinciyə tabe olduqda). İqtisadiyyatın qeyri-kommersiya sahəsi məhs sosial xidmət sahəsində kifayət qədər böyük payı olan xidmət sahəsindəki, sahibkarlıq fəaliyyətini həyata keçirir. Bu tip struktur bölmələrinə ilk növbədə əsasən həyata keçirdiyi komersiya fəaliyyətinin əhəmiyyətli dərəcəsi olan səhiyyə, ali və orta təhsil müəssisələrini aid etmək olar.

Bazar şəraitində dövlət müəssisələri olan qeyri-dövlət müəssisələrinin və kommersiya təşkilatlarının iqtisadi fəaliyyətləri ilə çox ümumi bir əlaqə mövcuddur ki, bu da bu sahədə biznes fəaliyyətinin aparılması üçün ümumi prinsiplərdən istifadə etməyə imkan yaradır. Eyni zamanda, onların aşağıdakı xüsusiyyətlərini də nəzərə almamaq olmaz:

■ Dövlət müəssisələrinin maliyyələşməsinin bütün səviyyələrdə olan büdcələrə sıx asılılığı;

■ Dövlət müəssisələrində dövlət mallarının istehsalı üçün dövlət sifarişlərinin daha üstün yerləşdirilməsi;

■ Dövlət müəssisələrinin idarə olunmasında ciddi tabeçiliyin mövcudluğu;

■ Müəssisələrin şəxsi mənfəəti ictimaiyyətin maraqlarına tabedir.

Xüsusi ilə qeyd etmək lazımdı ki, sahibkarlıq fəaliyyəti kimi çıxış eləyən dövlət, xidmət sahəsində də, hətta müəyyən xüsusiyyətlərə malik olsa da, bu halda sadəcə təsərrüfat fəaliyyəti göstərən bir subyekt olaraq qalır(hansı ki, təbii monopoliyalar üçün xüsusi olaraq aktualdır). Bu o deməkdir ki, dövlət və sahibkarlar arasındakı münasibətlər bərabər tərəfdaş münasibətləridir və onlar bərabər hüquq və öhdəliklərə malikdirlər. Dövlət sahibkarlığı üçün fəaliyyət qaydaları güzəşt və imtiyazlara əsaslanma bilməz.

Xalqın qeyri-kommersiya fəaliyyət forması kimi ictimai təşkilatlar aşağıdakı xüsusiyyətlərə malikdir.(Məmmədov Ə.C., 2014 )

■ Bu cür təsərrüfatdan əldə olunan gəlirə mənfəət forması verilmir. Bu halda gəlirlərin yaranan xərclərdən artıq olması(kvazi-mənfəət) artıq qeyri-kommersiya təşkilatı quran, bununla məşğul olan və ya onun idarə edilməsində iştirak edən insanlar arasında dividendlər şəklində paylanmır, lakin bu, onların saxlanmasına yönəldilə, elmi, texniki və maddi bazasının inkişafına investisiya oluna bilər. ;

■ Təşkilatın nizamnaməsində olan xüsusi məqsədlərinin əldə olunmasını maksimum dərəcədə təmin etməyə istiqamətləndirməsi. Qeyri-kommersiya təşkilatlarının fəaliyyətinin məqsədi sosial-xeyriyyə, mədəni, maarifləndirici və digər sosial cəhətdən faydalı ehtiyacları qarşılamaqdır;

■ Qeyri-kommersiya təşkilatlarının büdcəsi aşağıdakılardan ibarətdir: bütün əhali hökumət subsidiyaları və vergi imtiyazlarının; üzvlük haqqları; xeyriyyə

ödəmələri, təşkilat və fərdlərin əmlak töhfələri; kommertiya təşkilatının yaranma məqsədi olan sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsindən əldə olunan gəlirlər .

Xidmət sahəsindəki qeyri-kommertiya təşkilatlarının ən geniş yayılmış növü dövlət müəssisələridir, onlar əsas maliyyə əsas mənbəyi isə qanunvericiliklə müəyyən edilmiş büdcə fondlarıdır (məsələn, ali təhsil müəssisələri). Belə müəssisələr operativ idarəetmə hüququndan istifadə edirlər, yəni onlara verilmiş əmlaka sahib olmaq, istifadə etmək və idarə etmək hüququnu malikdirlər. Müəssisələr əmlakın sahibinin (dövlətin və ya onun tərəfindən göstərilən üçüncü tərəfin) maraqları çərçivəsində idarəetməni aparırlar və əgər əmlak ona smetaya uyğun verilmişdisə onu müsadirə etmək hüququna da malik deyil . Lakin, onlar, əsas məqsədlərinə (müəyyən bir sahənin mütəxəssislərini hazırlamaq) nail olmaq üçün onlar sahibkarlıq fəaliyyəti həyata keçirmək hüququna malikdirlər (kommertiya əsaslı təhsil müqavilələri bağlamaq). Bu cür fəaliyyətlərin həyata keçirilməsi onları sahibkarlıq münasibətlərinə daxil edir, yəni sahibkarlıq subyekti kimi fəaliyyət göstəriirlər.

Bundan əlavə, xidmət sektorunda qeyri-kommertiya fəaliyyəti həyata keçirən təşkilatlar arasında ictimai və dini təşkilatları, könüllü birlikləri, assosiasiyaları, müxtəlif ittifaq və fondlarını qeyd etmək olar. Onların fərqləndirici xüsusiyyəti iştrakçıların(üzvlərin) ödəmələrinin hesabına yaranan könüllü üzvlük və maliyyələşdirmə əsasında təşkil olunmalarıdır.

Üçüncüsü isə xidmət xidmətinin sahibkarlıq sahsinin ayrı bir qrupu olan, bu sahədə sahibkarlıq fəaliyyətinin tənzimlənməsini həyata keçirən subyektlərdir. Bu halda söhbət inzibati-hüquqi münasibətləri həyata keçirən subyektlərdən gedir, yəni hüquq normalarının idarəetmə səlahiyyətlər verilmiş və bu funksiyaların həyata keçirilməsi ilə bağlı fəzifələri olan şəxslərdən danışırıq. Bunlara dövlət və bələdiyyə qurumları, dövlət və yerli özünüidarə təşkilatları, eləcə də müəssisələrin (məsələn, afilləşdirilmiş şəxs), əmək kollektivlərinin və s. fəaliyyətlərini tənzimləyən təsərrüfat təşkilatları daxildir.

Sahibkarlıq sahəsinin bu qrupunun üzvünün subyekti kimi çıxış edən dövlət sahibkarlıq fəaliyyətinin idarə olunmasından fərqli olaraq ,daha fərqli funksiyaları yerinə yetirir. Buna görə də o, sahibkarlıq fəaliyyətinin bütün iştirakçılarına münasibətdə fərqli mövqe tutur. Xatırladaq ki, azad rəqabət şəraitində - xidmət bazarında sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafı üçün şərait kimi - xidmət sektorunda kommersiya təşkilatları ilə münasibətlərdə dövlətin rolu çox məhduddur və onun biznesin iqtisadi fəaliyyətinə müdaxiləsinə yol verilmir. Dövlət bazarın ümumi şərtlərini təmin etmək üçün ənənəvi funksiyaları yerinə yetirir, belə bir funksiya sayəsində xidmət bazarının bütün agentləri üçün ümumi və xüsusi qaydalar yaradılır.

Dördüncü olaraq, təsərrüfat hissəsinin xidmət sahəsinin ayrılmaz hissəsi istehlakçıdır - sahibkarın gəlirini formalaşdıran mənbə. Sahibkarın bütün xidmət istehsalatı məhsul istehlakçıya yönləndirilib , çünki xidmət müəssisələrinin fəaliyyətinin səmərəliliyi (məhsul istehsalından fərqli olaraq) əsasən xarici səmərəliliyin meyarlarının – uyğun bir yerdə,vaxtda və zəruri həcmdə və müvafiq xidmət sahələrində konkret istehlakçının tələblərinin mütləq keyfiyyətli yerinə yetirilməsidir.Xidmət sahəsində sahibkarlıq fəaliyyətinin istehlak bazarına bu qədər güclü yönəlməsi, xidmətin müəyyən iqtisadi xüsusiyyətləri ilə,yəni xidmətin fərdi olaraq istehlak olunması və istehlakçının bilavasitə xidmətin istehsal prosesində iştirakı ilə bağlıdır.

Sahibkarların istehlakçı-vətəndaşlarla ictimai münasibətləri bir sıra fərqli xüsusiyyətlərə malikdir.

Birincisi, bu, xidmət sahəsində fəaliyyət göstərən iş adamlarının əksəriyyəti üçün, istehlakçı vətəndaşların iştirakı ilə müqavilələrin olması ictimai əhəmiyyəti var.

Lakin qeyd etmək lazımdır ki, xidmətlərin alqı-satqısında alıcının riski daha yüksəkdir, çünki xidmət onu təmin edəne qədər mövcüd deyil, və nəticə icraçının fəaliyyətindən, fərdi xüsusiyyətlərindən, təcrübəsindən, peşəkarlığından

ayrılmazdır və əvvəlcədən tam dəqiqliklə müəyyənləşdirilə bilməz. Onun yekun qiymətləndirilməsi yalnız xidmətdən sonra mümkündür.

Digər tərəfdən, mülki qanunvericiliyə əsasən, xidmət göstərilmədə öhdəçilik olaraq xidmətin özü çıxış edir, onun nəticəsi isə müqavilədən kənar qalır. Əgər istehlakçı hüquqşünasa bu və ya digər sahədə ona məsləhət verməsi üçün müraciət edirsə, qanun yalnız xidmətin özü - sözlü məsləhəti təmin edir.

Onun faydası, məqsədəuyğunluğu və nəhayət, reallığa uyğunluğu, yəni istehlakçı üçün lazım olan nəticə alınması dövlət tərəfindən qorunmur. Beləliklə, xidmətin xüsusi bir məhsul kimi olmasına görə nəticə əldə edilməməsi riski xidməti əldə edənə aiddir.

İş yerinin bütün subyektlərinin qeyd olunan qruplara bölünən zaman, xüsusən vurğulamaq lazımdır ki, bu bölünmə mütləq deyil. Bəzi hallarda sahibkarlıq fəaliyyətinin aparılması və tənzimlənməsi funksiyaları birləşdirilə bilər, əsasən sahibkarlıq fəaliyyətini həyata keçirən təşkilatlar bəzən bu cür fəaliyyətlərin tənzimlənmə funksiyalarını həyata keçirə bilər və əksinə.

Beləliklə, subyektlər müəyyən bir ərazidə sahibkarlıq fəaliyyətini tənzimləyir, eyni zamanda mülkiyyət sahibi kimi (məsələn, muzey) ola bilərlər, onlar bu məqsədlə birbaşa sahibkarlıq fəaliyyətlərini həyata keçirə bilər (bilet satışını həyata keçirə bilərlər) və əmlaklarını idarə edə bilərlər. Digər tərəfdən, sahibkarlıq fəaliyyətinin subyektə olan bir müəssisə törəmə müəssisələrə malik ola bilər və onların fəaliyyətlərini tənzimləyən müəssisə kimi fəaliyyət göstərə bilərlər. Və aydındır ki, bir vətəndaş eyni zamanda sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul ola bilər, həmçinin şəxsi məqsədləri üçün məhsul əldə edərək istehlakçı kimi də çıxış edə bilər.

İstənilən sahədə, eyni zamanda xidmət sferasında firmaların sahibkarlıq 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 passivləri ilə bağlı maliyyə risklər;
- ✓ Qiymətlərin səviyyəsinin dəyişməsi ilə əlaqədar risklər; (Məmmədov Ə.C., 2014 )

Q.N.Manafovun “Sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşması və inkişafının elmi-praktiki problemləri” adlı tətqiqat işində eyni zamanda problemin tətqiqi baxımdan dəyərli mənbələrdəndir

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

Xidmət sektorunda, iqtisadiyyatın digər sahələrində olduğu kimi, sahibkarlıq fəaliyyəti müxtəlif təşkilati formalarda həyata keçirilir. Sahibkarlığın ən effektiv formasını seçmək hər hansı bir müəssisənin, o cümlədən xidmət bazarında uğurlu fəaliyyətinin vacib şərtidir. Aydındır ki, ümumi yanaşma istifadə imkanlarını maksimum dərəcədə genişləndirməkdən ibarət olmalıdır: mövcud resurslar; əmək və intellektual potensialı; mövcud iqtisadi imkanlar. Bu zaman bu və ya digər sahibkarlıq fəaliyyətinin təşkilati formasının hüquqi xüsusiyyətlərini nəzərə almaq lazımdır. Əvvəl qeyd edildiyi kimi, xidmət sektoru öz tərkibinə görə heterogendir, 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 sistemləşdirilməsi, eləcə də tətbiq sahəsinin - xidmət sektorunun - kiçik biznes fenomeninə ekstrapolyasiyasıdır.

1. Kiçik müəssisənin şirkət daxili idarə olunması baxımından aşağıdakı xüsusiyyətlər vurğulanmalıdır.

Birincisi bu, mülkiyyət hüququ və birbaşa idarə etmə hüququdur. Yəqin ki, böyük sahibkarlıq subyektinin az qala ən əsas problemi mülkiyyətçilərin və menecerlərin mövcud maliyyə maraqları arasındakı ziddiyyətdir. Birincilər, müəssisənin gəlirini maksimum dərəcədə artırmaq, ikincilər isə gəlirin böyük hissəsini istehsalın inkişafına yönəltmək istəyir. Gəlirin əsas hissəsinin mülkiyyətçilər tərəfindən çıxarılması təbii olaraq müəssisənin istehsal, texniki və sosial inkişaf imkanlarının azalmasına gətirib çıxarır. Daxili iqtisadiyyatın bir çox xammal sahəsi xüsusi nümunə kimi çıxış edir. Əsaslı, həmçinin valyuta gəlirinin əldə olunmasına baxmayaraq, onların əsas fondları son on il ərzində demək olar ki, yenilənməmişdir. Kiçik bir müəssisə üçün, xüsusilə ailə işi üçün bu cür problem mövcud deyil. Bir mülkiyyətçinin və menecerinin əmlak maraqları eyni insan olduğu zaman, tamamilə üst-üstə düşür və xarici təcrübələr göstərir ki, biznes ehtiyacları ümumiyyətlə ön plana çıxır.

İkincisi, menecerin (mülkiyyətçinin) əsas rolu kiçik müəssisənin idarə olunmasına təsir göstərir. Əvvəlki xüsusiyyətlərdən fərqli olaraq, o, həm müsbət, həm də mənfi nəticələrə səbəb ola bilər. Beləliklə, kiçik sahibkarlıq sahəsində sahibkar-menecerin yüksək səlahiyyətləri aşağı inzibati instansiyaların kifayət qədər ixtisaslanmaması ilə zəifləməyəcəkdir. Ancaq, əks halda mülkiyyətinin qeyri-peşəkar qərarlarının həyata keçirilməsi nəticəsində maksimal itkilərin böyük riski



var. Böyük biznesdə bunun muzzdu menecerlərin və mütəzəssislərin icraçı idarəsi kimi mövcud olması ilə qarşısını almaq mümkündür.

2. Əmək münasibətlərinin xüsusiyyətləri baxımından aşağıdakılar ön plana çıxır.

Birincisi, işəgötürmənin hüquqi tərtibatının spesifikliyi. Böyük biznesdə, xüsusilə dövlət sektorunda, belə bir problem yoxdur. işəgötürmə kollektiv və fərdi əmək müqaviləsi vasitəsilə həyata keçirilir. Bu, işçiyə avtomatik olaraq ictimai zəmanətin hüquqi paketi təqdim edir. Gələcəkdə müvafiq hüquqların pozulması məhkəmədə dayandırıla bilər.

İkincisi, mülkiyyətçi və işçi arasındakı əlaqənin daha çox "şəxsi" xarakteridir. Bu xüsusiyyət, əvvəlki vəziyyətdə olduğu kimi, kiçik sahibkarlığın kadr idarə edilməsinin təşkilinin də təsirini artırır. Böyük sahibkarlıqlarda və dövlət müəssisələrində nəzərə alınmaqla daxili şirkət rəhbərliyinin istiqaməti tamamilə rəsmi - əmək qanunvericiliyi, fərdi müqavilələr və daxili qaydalara əsaslanır. Kiçik sahibkarlığın mülkiyyətçi – meneceri dəqiq qərarlar qəbul etdikdə, həmçinin, tabeliliyində olan şəxslə arasındakı münasibətlərə əsaslanır.

3. Seçilən bazarda kiçik müəssisənin işini təşkil etmək mövqeyindən yola çıxaraq başqa xüsusiyyətləri vurğulamaq lazımdır.

Birincisi, ərazi segmentasiyası və yerli xarakterdir. Onun təbiətini (məsələn, saxlanılma və nəql edilmənin mümkünsüzlüyü), tələbatını, təqdimat formalarını və sahibkarlığın funksional aparılmasının şəraitlərini müəyyən edən spesifik xidmətlər baxımından bu sahədə müəyyən bazarın əhatə etdiyi ərazinin xüsusiyyətlərindən asılıdır. Nəticədə, ərazi (coğrafi) meyar xidmət bazarında müəssisələrin fəaliyyətinin əsasən yerli xarakterini müəyyənləşdirir və bu, öz növbəsində, ərazi vahidləri çərçivəsində yerləşdirilir. Qeyd etmək lazımdır ki, bu formasiyaların miqyası müxtəlif ola bilər və bir qayda olaraq, iqtisadi, inzibati, təbii-coğrafi və digər sərhədlərlə bağlıdır.

İkincisi, resurs və satışların kiçik bazarlarının nisbətən üstünlük təşkil etməsi. Bu xüsusiyyət sahibkarlığın konyunkturaya fəal təsir göstərə bilməsini təyin edir, məsələn, qiymətləri diktə etməyi. Bazarın digər iştirakçıları mövqesindən nəzər yetirilən formanın sahibkarlıq fəaliyyətinin potensial monopolistlər kimi olan korporativ strukturlarının sərfəli fərqi. Ancaq, kiçik sahibkarlıq üçün burada əlverişsiz nəticələr ola bilər. Digər tərəfdən məhz bu xüsusiyyət onu daha elastik, bazar konyukturasının dəyişikliklərinə daha uyğunlaşmış edir. Kiçik sahibkarlığın rəhbəri yeni təchizatçıya və yaxud istehlakçı qrupuna daha asan və daha tez istiqamətlənir. Məsələn, gəncləri cəlb etmək üçün kiçik bir kafenin daxili dizaynını və xidmət stilini dəyişmək, bir elitar restoranı daha böyük müştəri kütləsinə yönləndirməkdən daha ucuzdur.

A.V Brevnov və V. V. Matveev kimi marketoloqlar və mütəxəssislər, bu rəqabətin üstünlüyünə uzun müddət öncə diqqət yetiriblər.

Üçüncüsü, resursların məhdudluğu, xarici maliyyələşdirməyə məhdudiyyət. Kiçik müəssisələrin, xüsusilə də ümumi xidmət sahəsindəki əvvəlcədən nəzərə alınmış nöqsanların birləşməsi ilə müəyyənləşdirilmiş bir sıra obyektiv səbəblərə görə, bu sektorda biznesin təbiətinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərən bir sıra şərtlər mövcuddur:

- ilk mərhələdə maliyyələşdirmənin məhdudiyyəti. Yəni əsasən, kiçik sahibkarlıqlar öz qohumlarının yaxınlarının və dostlarının yığdıqları pullar ilə qurulur. Çox zaman yeni sahibkarların kreditlərinin həqiqi təminatı onların və ailələrinin yaşadıkları daşınılmaz əmlakdır;

- əsasən fəaliyyətin ilkin mərhələsində kiçik sahibkarların krediti ödəməmə riskinin yüksəkliyi. Xarici statistika göstərir ki, kiçik sahibkarların 50% qədəri öz fəaliyyətinin birinci il dayandırır;

- layihənin hazırlanmasının aşağı səviyyədə olması, sahibkarlığın konsepsiyasının inkişafına biznesin planlaşdırılmasına kifayət qədər diqqət yetirilməməsi;

■ kredit təminatında girov kimi istifadə edilə bilən kifayət miqdarda şəxsi vəsaitlərinin olmaması.

Dördüncüsü, kiçik sahibkarlığa menecer ilə müştəri arasındakı münasibətlərin şəxsləndirilməsi məxsusdur. Bunu fəal marketinqin aləti kimi nəzərdən keçirmək lazımdır. Kiçik müəssisənin, xüsusən istehlakçının, bir qayda olaraq, istehsal prosesində iştirak etdiyi, xidmət sahəsində fərqli və əlverişli üstünlüyü, müştəriyə xidmətə fərdi yanaşma kimi baxılmasıdır.

Belə ki, ticarət və məişət xidməti sahəsinin müəssisələri üçün daimi müştəriyə istiqamətlənmə xarakterikdir. Yaşayış evlərinin tikintisi üzrə ixtisaslaşan kiçik firmalar çox zaman fərdi lahiyələr üzrə işləyirlər. Hətta sənayedə belə firmaların, podratçıları ilə danışıqlarda kiçik müəssisələri, həmişə ticarət aparatının direktorunun muzzdlu meneceri deyil, şəxsən sahibinin özü təmsil edir.

Sənaye və elmi –texniki sahədə işləyən kiçik müəssisələr üçün daha bir xüsusiyyət xarakterikdir – özünün təsərrüfat fəaliyyətini konkret iri kompaniyalarla “bağlamaq”. Korporativ strukturlar da, həmçinin öz aralarında strateji partnyorluq münasibətlərinə daxil olurlar, öz fəaliyyətlərinin bəzi aspektlərini inteqrasiya edirlər, “təsir dairəsinin” bölüşdürülməsi haqqında razılığa gəlirlər. Lakin kiçik sahibkarlıqda bu kimi inteqrasiya xüsusi xarakter daşıyır, çox zaman aşağıdakı formalarda özünü göstərir:

- Francayzinq, yəni bir iri korparasiya ətrafında, bu korparasiyanın əmtəə nişanı ilə istehsal (xidmət göstərmək) hüququna malik, kiçik firmalar şəbəkəsinin yaradılması.

- İri korparasiyalar üçün kompleksləşdirici məhsullar (yarımfabrikatlar və s.) istehsal edən kiçik müəssisələrdə çox illik partnyorluq münasibətlərinin nəzərdə tutulması.

- Vencur maliyyələşdirmə, iri kompaniyaların konkret innovasiya layihələrinin reallaşdırılması üçün kiçik müəssisələrin yaradılmasını nəzərdə tutur.

-Lizinq, iri və ixtisaslaşdırılmış kompaniyaların müəyyən əmlakın ( istehsal fondlarının, nəqliyyat vasitələrinin və s.) sonradan girovdan çıxartmaq və ya çıxarmamaq hüququ ilə, kiçik sahibkarlıq subyektlərinə icariyə verilməsi formasında həyata keçirir.

İri biznes üçün kiçik sahibkarlıqla yuxarıda göstərilən qarşılıqlı təsir istiqamətləri nəzəri cəhətdən sərfəlidir. Lakin müəyyən səbəblərin təsirindən, onlar xüsusi olaraq dövlət tərəfindən tənzimlənməli və stimullaşdırılmalıdır.

4. Sahibkarlıq fəaliyyətinin nəzərdən keçirilən formasına, biznesin təşkilinə maliyyə nöqtəyi –nəzərindən yanaşdıqda aşağıdakıları qeyd etmək olar.

Digər təsərrüfat subyektləri üçün ənənəvi olmayan daimi maliyyə mənbəyindən sahibkarın şəxsi maliyyə ehtiyatlarından istifadə olunması. Bu xüsusiyyət çox zaman, ailəvi firmalara və ya “ xüsusi kiçik” müəssisələrə məxsusdur. Burada nəzərdən keçirilən tip kiçik müəssisələr üçün “ şəxsi” və “sahibkarlıq” maliyyə sahələrinin müəyyən kəsişməsi obyektiv zəruriyyətdir. Sahibkarların fəaliyyətində “ hüquqi şəxsi yaratmadan” yuxarıda göstərilən sahələri ayırmaq sadəcə mümkün deyil.

Lakin digər hallarda da kiçik müəssisələrin sahibləri mütəmadi olaraq xüsusi rəsmiləşdirmə( həmçinin, qaytarılma zəmanəti) olmadan biznesə şəxsi vasitələrini qoymağa, firmanın balansında olmayan əmlakdan ( şəxsi mənzillər, avtomobillər və s.) istifadə etməyə məcbur olurlar. Bu xüsusiyyət burada nəzərdən keçirilən müəssisələr vergi qoyulmasının xüsusi qaydasını müəyyən etmişdir.

II. Nəzərdən keçirilən ümumi iqtisadi funksiyadan başqa, sahibkarlığın mühüm funksiyası vəsait mənbəyidir. Sahibkarlığın inkişafı yenidən hasil edilən, həmçinin məhdud vəsaitlərdən effektiv istifadə olunmasını nəzərdə tutur. Bu halda vəsaitlər dedikdə istehsalat xidmətlərinin maddi və qeyri- maddi faktorları düşünülür.

Göstərilən sahibkarlıq funksiyasının xidmət sahəsində özünü göstərən xüsusiyyətləri içərisindən aşağıdakıları göstərmək olar.

Birincisi, maddi istehsalatla müqayisədə xidmət sahəsi xammaldan və əsas materiallardan asılıdır. Yalnız, işləməsi üçün iri istehsalat fondları – rabitə, mənzil –kommunal təsərrüfat , turizm və sanitar –kurort müalicəsi üçün zəruri olan, onun ayrı –ayrı sahələri, təbiətdən geniş istifadə olunmasına istiqamətlənmişdir.

İkincisi, mütəxəssislərin qeyd etdiyi ki, bir çox ölkələrdə aparılan tədqiqatlar göstərir ki, xidmət sahəsində əmək məhsuldarlığının aşağı düşməsi tendensiyası mövcud deyil. Müəyyən edilmişdir ki, bir çox xidmət növləri elmi-texniki tərəqqiyə eyni dərəcədə həssas deyildir. Məsələn, ofisiyanın, bərbərin, massajistin xidməti bu növlərə aiddir və dəyişilməz qalır.

Üçüncüsü, istehsalçının və istehlakçının birbaşa şəxsi əlaqəsini müəyyən edən xidmətlərin xüsusi xarakteri, insanların əmək ehtiyatlarının əsas tərkib hissəsini müəyyənləşdirir. Müxtəlif növ xidmət sahələrində işçilərin yüksək təhsil və peşə, ixtisas səviyyəsi əməkyin yaradıcı, intellektual məzmunu ilə müəyyənləşdirilir. Buna görə də, işləyənlərin ümumi sayının beşdən biri ali və orta ixtisas təhsilli mütəxəssis olduğu halda, xidmət sahələrində bu ümumi işləyən personalın üçdən ikisini təşkil edir.

Dördüncüsü, xidmət sahəsinin xüsusi ehtiyat potensialına istehlakçıların özləri aiddir. Xidmət sahəsinin əvvəllər müəyyən edilmiş xüsusiyyətlərindən biri xidmətin istehsalı və istehlakçı prosesinin bağlı olmasıdır ki, bu da xidmət sektorundakı sahibkarlıq fəaliyyətinin təşkili prosesinə təsir edir. Yəni, istehlakçı çox zaman xidmətin istehsalı prosesinin birbaşa iştirakçısı kimi çıxış edir. Məsələn, tibbi xidmət alarkın o, : lazımi məlumatı verməli, problemini ifadə etməli, bir çox hallarda mütəxəssislərlə birlikdə mümkün həlli yollarını müzakirə etməli, nəhayət şəxsən onun tətbiqini təmin etməli və nəticəni almalıdır.

Bundan başqa keyfiyyətli xidməti təmin etmək üçün, xidmət təşkilatının ehtiyat potensialının idarə edilməsi, xidmət müəssisəsinin əlavə mənbəyi kimi, istehlakçıların özlərindən istifadə edilməsini nəzərdə tutur, özünə xidməti təmin edir.

Beşincisi, xidmət sahəsinin ehtiyat funksiyasının fərqli xüsusiyyəti sahibkarlıq kapitalının dövriyyəsinin sürətli olması istehsalat dövrünün daha qısa olmasının, xidmətə tələbatın daha dinamik xarakterinin, xidmət bazarının çevikliyinin yüksək olmasının nəticəsidir və bu sahədəki sahibkarlıq fəaliyyətinin əsas üstünlüyüdür.

III. Təsərrüfatçılığın müasir tipi kimi, sahibkarlıq, həmçinin, innovasiya, yaradıcı – axtarış funksiyasına malikdir. Bu yalnız sahibkarlıq fəaliyyəti prosesində yeni ideyalardan istifadə olunması ilə deyil, həmçinin qarşıya qoyulan məqsədlərə nail olmaq üçün yeni vasitə və faktorların işlənilib hazırlanması ilə əlaqədardır.

1) Beynəlxal Millətlər Təşkilatının məlumatlarına əsasən, dünya iqtisadiyyatının strukturunda xidmət sahibkarlığının əhəmiyyəti artır. Xarici tədqiqatçılar gələcək cəmiyyəti xidmət və ya xidmət iqtisadiyyatı adlandırırlar. Qeyd edildiyi kimi, inkişaf etmiş ölkələrdə xidmət cəmiyyətinə keçmə prosesi artıq başlamışdır.

Bu o, deməkdir ki, sənaye inqilabi dövründə olduğu kimi, yeni idarəetmə və təşkilati həllər tələb olunur. Cəmiyyəti “ xidmət” rəqabəti xidmət sahəsindəki rəqabəti bürüyür, bu da sahibkarlığın yeni idarəetmə və təşkilati məntiqinə zərurəti tələb edir.

2). Xarakterinə görə xidmət müəssisələri yüksək riskli kimi təsnif edilir. Bu, xidmətin xarakterindən, onun qeyri-maddi xarakterindən, istehsal prosesindən ayrılmazlığından, saxlanmanın mümkünsüzlüyündən asılıdır. Bu baxımdan, xidmət sektorunda biznes fəaliyyətinin riskini azaldacaq əsas təşkilati və iqtisadi tədbirlərdən biri, xidmət xüsusiyyətlərinin mənfi təsirini azaltmaq üçün xüsusi tədbirləri nəzərdə tutan, xidmət marketinqidir.

3). Xidmət sektorunda biznes fəaliyyəti üçün marketinq yalnız mütəxəssislərin ayrı funksiyası olaraq qala bilməz. O, genişlənməyə meyillidir: müştəriyə xidmət edən işçidən şirkətin üst rəhbərliyinə qədər. Buna görə, müəssisə

xidmət bazarında fəaliyyət göstərdiyi zaman, yalnız marketing vasitələri deyil, həm də marketingin şirkətin bütün idarəetmə sistemini bazara, bütün bazar subyektlərinin qarşılıqlı təsirinə yönəldir. Bu vəziyyətdə ənənəvi marketing qarışığı məhduddur, çünki həyat dövrünün müxtəlif mərhələlərində istehlakçı ilə əlaqədə bütün resursları, fəaliyyəti və prosesləri əhatə etmir. Marketing öz funksiyalarını genişləndirir, yəni tədqiqat, satış təşviqi və paylama xidmətləri funksiyaları ilə yanaşı, alıcı ilə qarşılıqlı əlaqə funksiyası da var.

Məhs alıcı bazar və rəqiblər haqqında əsas məlumat mənbəyidir. Bu şəkildə əldə edilən məlumatlar vasitəsilə bazarda fəaliyyət göstərən bir müəssisə, rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün əlavə imkanlar əldə edir. Bu prosesə xidmət sektoru üçün xüsusi əhəmiyyət verən və ən geniş yayılmış bençmarkinq adı verilir.

Bençmarkinq çərçivəsində sahibkarlıq funksiyaları məhsul və xidməti yaradan və onu bazarda yeridən proseslər kimi təhlil olunur. Bençmarkinq sisteminin tətbiqi özündə daimi olaraq sahə, sahələrarası, milli və beynəlxalq səviyyədə tərəfdaş və rəqiblərin ən yaxşı təcrübələrinə əsaslanan , strateji, əməliyyat və idarəetmə funksiyalarının hazırlanma prosesini birləşdirir .Bir çox mütəxəssis bençmarkinqin sahibkarlıq fəaliyyətinin digər sahələri və ya rəqib şirkətlərin zəif tərəflərinin aşkar edilməsindən sonra yaradılmış idarəetmə üsullarının qəbul olunmasının demək olduğu fikrindədi.

4). Kompleks və ya xidmətlər paketi təmin etmək üçün tək xidmət təmin texnologiyasından keçid. Xidmətlərin özündə qablaşdırma sənayeləşmə sahəsinə, xidmət sektorunda müxtəlif biznes strukturları arasında aktiv rəqabətə nisbətən daha sərtidir. Bununla yanaşı, malların satıcısı (əlavə xidmətlərlə əlavə olunan) və xidmətlərin satıcısı arasında rəqabət də vacibdir.

IV) Əvvəlki analizin də göstərildiyi kimi, sahibkarlıq xüsusilə xidmət sahəsində aşkar rolu olan ictimai funksiya əldə edir.

1). Xidmət sahəsinin məhsuldarlıqda maddi istehsalatdan geri qalması bu sahəyə maddi istehsalatdan azad olunan əmək resurslarının absorbsiya(sorulma)

funksiyasını verir(126, 44-cü səhifələr). Xidmət sahəsində yaradılmış iş yerlərinin sayı sənaye sahəsindən daha sürətli böyüyür. Böhran dövründə, xidmət sektoru əmək bazarına olan təsirini dəyərsizləşdirən mühüm sosial funksiyanı yerinə yetirir. Xidmət sektorunun iqtisadi böhrana davamlı olması məşğulluq rejiminin və işçilərin yüksək hərəkətliliyi, müəssisələrin şəbəkəsinin diversifikasiyası və xidmətlərin təşkili ilə təmin olunur.

2)Əlavə iş yerlərinin yaradılması. Bir tərəfdən, iş yerləri dövlət və qeyri-kommersiya təşkilatları tərəfindən, əvvəllər də təsis edildiyi kimi, xidmət sektorunda geniş şəkildə təmsil olunurlar. Bununla yanaşı, bir çox tədqiqatçının nəzər yetirdiyi digər faktorlar da var. Tətqiq olunan sahədə kiçik sahibkarlığın öyrənilmə sahəsindəki əsas biznes subyekti kimi, şübhəsiz üstünlüyü, iş yerlərinin yaradılmasının kiçik xərclərlə başa gəlməsidir. Onlardan bəzilərinə görə fərq on dəfədən az deyil.

3). Əhalinin sosial cəhətdən zəif olan təbəqələrinə məşğulluq imkanlarını təmin etmək. Demək olar ki, digər sahibkarların işə götürmədiyi əlavə əmək resursları burada prosesə cəlb olunurlar. Bunlara daşıyıcılar kimi əmək potensialı obyektiv faktorlar ilə məhdud olan vətəndaşlar daxildir. Bunlar təqaüdcülər, yetkinlik yaşına çatmayanlar, əlil insanlar, çoxsaylı anaları və s. aiddirlər.

4). Öz imkanlarını həyata keçirmək və yeni sosial təbəqənin formalaşması. Xidmət sektorunda şəxsi biznesin başlanması üçün, bir qayda olaraq, istehsal sektoruna nisbətən kiçik ölçülü başlanğıc kapital tələbolunur, bu da əhalinin geniş seqmentləri üçün biznes imkanlarını genişləndirir. Hər bir bacarıqlı fərd özünün fərqi qabiliyyətlərini və bacarıqlarını göstərmək üçün ən böyük gəlirlə biznes sahibi ola bilər. Bu funksiya insanların təşəbbüskar, müstəqil iqtisadi fəaliyyətə meyilli olan, ətraf mühitin müqavimətini aradan qaldırmağa və hədəfə çatmağa qadir olan insanların yeni bir təbəqəsinin formalaşmasında tədricən özünü göstərir.

5).Məhs sosial təbəqənin hasil olunması. Bir sıra müəlliflər qeyd edirlər ki, xidmət sektorunda əsas istehsal aktivlərinin əks etdirilməsindən fərqli olaraq, bu



proses əsasən sosial yönümlüdür və iqtisadi cəhətdən xidmət sektorunda əsas istehsal aktivləri uzunmüddətli istifadənin istehlakçı faydaları olduğundan, insanların rifahının və inkişafının keyfiyyətini yüksəldilməsi üçün maddi şərait yaradır

V) Sahibkarlığın ən vacib funksiyası təşəbbüskarların öz bizneslərini təşviq etmək, onu diversifikasiya etmək, ən gəlirli və perspektivli bazar sahələrini müəyyənləşdirmək, sahibkarlıqda şirkətdaxili fəaliyyətinin təşkili, sahibkarlıq fəaliyyətinin təşkili, kompleks sahibkarlıq strukturlarının yaradılması və s.

Təşkilat funksiyası kiçik biznesin sürətlə inkişafında xüsusilə açıq şəkildə nümayiş etdirilir, buna görə də bu funksiyanın xidmət sektorunda xüsusiyyətləri kiçik biznesin xüsusiyyətləri kontekstində ətraflı müzakirə olunmuşdur.

Ümumiyyətlə, xidmət sektorunda sahibkarlıq fenomeninin bütün funksional təhlili göstərir ki, xidmət sektorunda iqtisadi əlaqələrin xarakteri, xidmətlərin iqtisadi xidmət sektorunda bir növ sosial-iqtisadi obyekt kimi baxmağa imkan verən, xidmətə olan tələbatın maksimum səviyyəyə çatdırılması üçün sahibkarlığın xüsusi bir yanaşmasını müəyyənləşdirir, bu da əlbəttə ki, xidmətin biznesini müstəqil müstəqil iqtisadi sistem hesab etməyinizə imkan verən sahibkarlığın mahiyyətini və xüsusiyyətlərini dəyişdi. Sahibkarlığın öyrənilməsi metodik əsasları onun inkişaf etdiyi mühitin xüsusiyyətlərini nəzərə almalı və sahibkarlıq potensialının inkişafı və istifadəsi üçün ən yaxşı imkanları təmin edən tövsiyələr verməlidir. Beləliklə, sahibkarlığın uğurlu inkişafı üçün nəzərdə tutulan daxili məsələlərdən başqa, işgüzar imkanların formalaşması və saxlanması, yəni xarici biznes mühitinin təsiri altında bir sıra xarici amillər və şərtlər nəzərə alınmalıdır.

Biznes mühiti ölkə daxilində əlverişli sosial-iqtisadi, siyasi, mülki və hüquqi vəziyyət kimi başa düşülməlidir, bu da bacarıqlı vətəndaşlara bütün bazar iqtisadiyyatının ehtiyaclarını ödəmək məqsədilə biznes fəaliyyəti ilə məşğul olmaq imkanı verir.

## **1.2 Kiçik sahibkarlığın spesifik xüsusiyyətləri .**

Sahibkarlıq fəaliyyəti miqyasına görə kiçik ,orta və iri sahibkarlıq olmaqla üç qrupa bölünür.Kiçik müəssisələrin inkişafı ölkə iqtisadiyyatında mühüm rol oynayır.Heç bir inkişaf etmiş ölkə kiçik müəssisələr olmadan öz iqtisadiyyatını tarazlıqda saxlaya bilməz.Bu müəssisələr iqtisadiyyatın tarazlanmasında və həmçinin sürətli inkişafında mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Kiçik sahibkarlıq istehsalın canlanmasında və iqtisadi fəallığın yüksəlməsində ölkəyə stimül verən qabaqcıl sahələrdən biridir.Çünki ,ölkədə iqtisadi fəal əhalinin çox hissəsi onda işləyir,ÜDM –in xeyli hissəsi onun payına düşür.

Bazar münasibətlərinin əsas hərəkətverici qüvvəsi olan kiçik sahibkarlıq həmçinin ölkənin sosial -iqtisadi inkişaf səviyyəsini də müəyyən edir.Ona görə də digər inkişaf etmiş ölkələrdə olduğu kimi Azərbaycanda da bu sahənin inkişafına xüsusi fikir verilir. Ölkəmizdə həyata keçirilən iqtisadi islahatların əsas istiqamətlərindən biri kiçik və orta sahibkarlığın inkişaf etdirilməsinə investisiya qoyuluşlarını daha da yaxşılaşdırmaqdı. Ölkə iqtisadiyyatında son illərdə neft sektorunun sürətli inkişafı nəticəsində ,fəaliyyət göstərən kiçik müəssisələrin də sayında da artım baş vermişdir.

Kiçik sahibkarlıq müəssisələrində idarəetmə çevikliyi bazara daha tez və dəqiq uyğunlaşmağa imkan yaradır.Bu sahə iqtisadiyyata əhəmiyyətli təsir göstərmə qüvvəsinə malikdir.O,məşğulluğun genişlənməsində,rəqabət mühitinin formalaşmasında ,iqtisadiyyat tarazlanmasında mühüm amil kimi çıxış edir.

Hazırda inkişaf etmiş ölkələrə nəzər yetirsək,görərik ki,bir çox ölkələrdə kiçik müəssisələrin rolu əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır.Çünki ,kiçik müəssisələri inkişaf etdirməklə,bütövlükdə bazar iqtisadiyyatının inkişafı həyata keçirilir.

Aşağıda cədvəldə qeyd olunmuş statistik məlumatlara nəzərə yetirsək dünya ölkələrində 2017 və 2018-ci il üzrə orta sahibkarlıq indeksinin artımını müşahidə edərik.Cədvəlin məlumatlarına əsasən ,ötən illə müqayisədə orta sahibkarlıq

indeksi 2018-ci ildə 3%-ə qədər artmışdır. Belə ki, 2018-ci il ərzində ən yüksək artım Cənubi Amerikada Çilidə -4.6% qeydə alınmışdır. Digər ölkələrdən isə Asiyadan Avstraliyada -4%, Avropa ölkələrindən İsveçrədə -3.4%, Şimali Afrika və Orta şərq ölkələrindən İsraildə -2.9%, Cənubi Amerikada ölkələrindən US da -2.5% artım müşahidə olunmuşdur.

2018-ci ildə Sahibkarlıq indeksinin 3% artımı nəticəsində, ÜDM –in həcmində artmışdır. Belə ki, sahibkarlıq indeksinin artımı ÜDM-in 7 trilyon artmasıyla nəticələnmişdir. Burdan da aydın görsənir ki, ölkədə iqtisadi fəallığın təmin olunmasında və ÜDM –in artmasında kiçik sahibkarlıq əvəzolunmaz vasitədir.

Sahibkarlıq fəaliyyətində kiçik müəssisələrin bir sıra üstün cəhətləri vardır ki bunlar da aşağıda qeyd olunmuşdur;

İlk növbədə kiçik müəssisələrin üstün cəhətinə mülkiyyət hüququnun vahidliyini aid etmək olar.

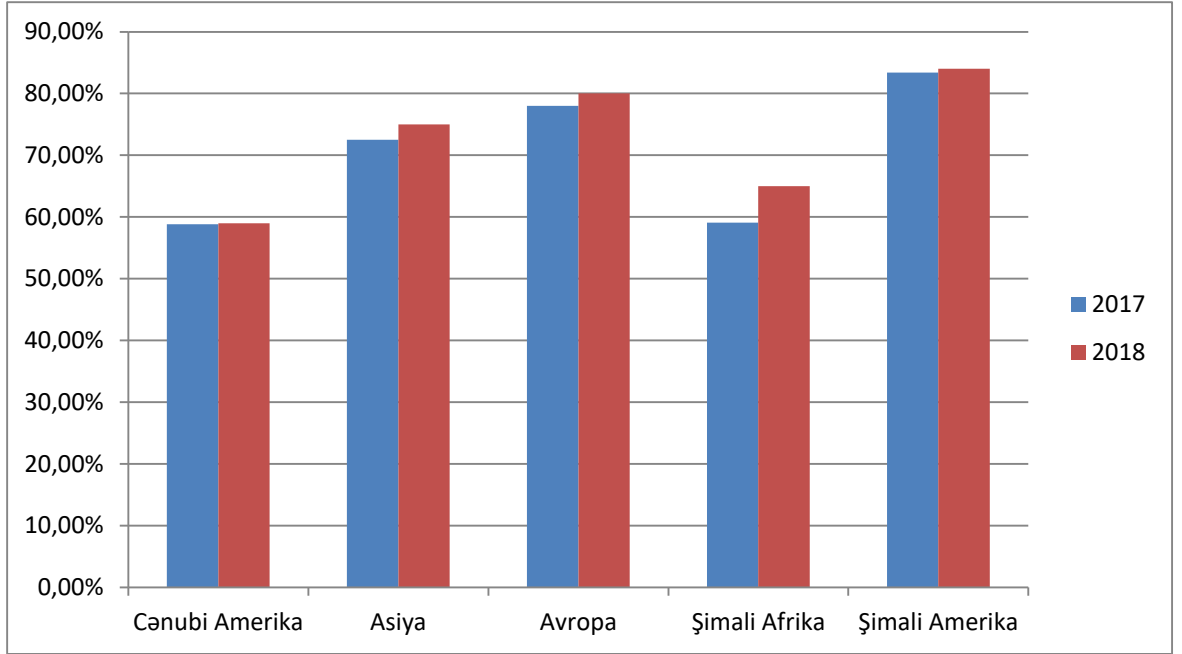
İkinci xüsusiyyət müəssisənin ölçüsünün kiçik olmasıdır ki, bu da münasibətlərin şəxsi xarakter daşımağına imkan verir.

Üçüncü xüsusiyyət kiçik müəssisələr istehlakçı və bazara daha çox təsir göstərmə qüvvəsinə malik olur

Dördüncü xüsusiyyət maliyyələşdirmə ilə bağlıdır. Belə ki iri və orta müəssisələr istehsal üçün lazım olan maliyyə resurslarını fond birjalarından, kapital bazarından əldə etdiyi halda, kiçik müəssisələr həmin resursları bank kreditləri, şəxsi vəsaitləri və s vəsait hesabına həyata keçirir.

Həmçinin İqtisadiyyat Nazirliyinin Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu kiçik sahibkarlıq subyektlərinin maliyyə resursuyla təmin olunması məqsədi ilə 55 müvəkkil kredit təşkilatı, 23 bank, 8 bank olmayan kredit təşkilatı və 24 kredit ittifaqı ilə əməkdaşlıq edir.

**Qrafik 1. Dünya ölkələrində kiçik sahibkarlıq indeksi**



**Mənbə:** The Global Entrepreneurship and Development Institute [www.thegedi.org](http://www.thegedi.org)

Bildiyimiz kimi, bazar iqtisadiyyatının əsas hərəkətverici qüvvəsi olan sahibkar istehlakçılarını tələbatının ödənilməsi üçün müəyyən növ əmtəə, xidmətlər istehsal edir və bunun üçün də maliyyə resurslarına ehtiyacı olur. Kiçik sahibkarın bu resursu formalaşdırması üçün müxtəlif mənbələr mövcuddur. Bunlara aiddir;

- yardım fondları
- lizinq maliyyələşməsi üsulu
- biznes inkubatorları
- kreditləşmə
- dövlət proqramları və s

Kiçik sahibkarlığın inkişafında maliyyələşmə vacib məsələdir. Maliyyə dəstəyi stimullaşdırıcı xarakter daşımaqla, sahibkarlığın daha da canlanmasına yardım göstərir. Kiçik sahibkarlığa dəstək məqsədi ilə yaradılmış yardım fondları, mühüm maliyyələşdirmə mənbələrindən biri olmaqla kiçik müəssisələrə dəstək

ola biləcək layihələr,proyektləri maliyyələşdirir.Bu fondlar hüquqi şəxslərdir və əsas fəaliyyət istiqamətləri aşağıdakılardan ibarətdir ;

-Yardım fondları kiçik sahibkarlığın inkişafını təmin edən əlverişli bazar infrastrukturunun yaranmasına xidmət edir.

-Yardım fondları kiçik sahibkarlıqda bazara yeni çeşiddə ,rəqabətə davamlı,yeni texnologiyalarla istehsal edilmiş məhsulların çıxarılması üçün sahibkarları stimullaşdırır

- Yardım fondları kiçik sahibkarlığın inkişafını təmin edən yeni proqramlar layihələri maliyyələşdirməklə,onun effektivliyinin yüksəlməsinə kömək edir

-Yardım fondları sahibkarların qanunvericiliklə nizamlanmış fəaliyyətini təmin etmək üçün onlar üçün xüsusi konsultasiyalar təşkil etməklə,suallarının cavablandırılmasına kömək edir.

Lizinq maliyyələşmə üsulu kiçik sahibkarlığın inkişafında çox faydalı maliyyələşmə üsullarından biridir.Çünki istehsala yeni başlayan sahibkar ,kapitalı olmadığı üçün banka müraciət etdikdə banklar çox vaxt kredit vermirlər,və ya daha yüksək faizlə daha az məbləğdə kredit verirlər.Nəticədə sahibkar istehsala başlaya bilmir.Bu zaman ən yaxşı çıxış yolu lizinq xidmətindən istifadədir.Lizinq xidmətindən istifadə kiçik müəssisələrə hətta nizamnamə kapitalı az olduqda belə ,istehsal fəaliyyətinə başlamağa imkan verir.Lizinqlə maliyyələşmə nəticəsində həm sahibkar istehsala başlayır,həm də sahibkarlığın daha da inkişafı nəticəsində dövlət büdcəsi daha çox vergi ödənilir.

Dünyanın müxtəlif ölkələrində kiçik müəssisələrə dəstəyin ən yaxşı vasitələrindən olan biznes inkubatorlarından istifadə olunur.Bu metod bir çox ölkələrdə geniş yayılmışdır.Biznes inkubatoru yaradılması sahibkarı həm maliyyə resursuyla təmin edir,həm də onu zəruri məsləhət və dəstəklərlə təmin edir.

Bir çox bazar iqtisadiyyatına malik olan ölkələrdə dövlət kiçik sahibkarlığın inkişafına dəstək üçün sahibkarlara müxtəlif imtiyazlar və güzəştli vergi qoyma

sistemindən istifadə edir.Ümumilikdə vergi sisteminin düzgün qurulması sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafında mühüm rol oynayır.Bu məqsədlə vergi sistemində kiçik sahibkarlığın inkişafını stimullaşdırmasına xidmət edən optimal vergi dərəcələri müəyyən olunmalı və bu istiqamətdə lazımlı tədbirlər həyata keçirilməlidir.Ölkəmizdə də həmçinin təkmil vergi siyasətinin yaradılmasında əsas məqsəd vergi dərəcələrini aşağı salmaqla ,gəliri yüksəltmək və nəticə etibarilə də, kiçik sahibkarlığa stimulaşdırmaqdır. Bunun üçün təkliflər;

1. Bütçə gəlirlərini kiçik sahibkarlığı inkişaf etdirməklə artırılmasına nail olmaq

2.Optimal vergi dərəcəsi müəyyən etməklə sahibkarlıqda vergi tənzipləməsi siyasətinin hazırlanması

3.Kiçik müəssisələr üzrə vergitutma sisteminin inkişafı üçün düzgün tədbirlərin görülməsi

4.Vergi güzəştləri tətbiq etmək

Bütövlükdə bütün yazılanları ümumiləşdirsək, belə bir nəticəyə gələrik ki,kiçik sahibkarlıq bazar iqtisadiyyatının əsas iqtisadiyyatı tənzipləmə elementlərindən biri olmaqla, müxtəlif funksiyaları yerinə yetirir.O idarəetmə çevikliyi vasitəsi ilə əvvəlcə istehsalda ixtisaslaşmaya nail olur və nəticədə iqtisadi səmərə artır.Həmçinin istehsalçının tələbatını dəqiq və tez müəyyənləşdirməsi nəticəsində,daha innovativ,yeni texnoloji tələblərə cavab verən məhsul istehsal edir.Bunun nəticəsində də sahibkarın əldə etdiyi vəsait onun ilkin vəsaitindən çox olur və bu onun üçün stimulaşdırıcıdır . Nəticədə təkrar istehsal baş verir. Həmçinin bazar iqtisadiyyatı üçün sağlam rəqabət mühiti yaradır.

Beləliklə,bu paraqrafda sahibkarlığın miqyasına görə formaları,kiçik sahibkarlıq,onun spesifik xüsusiyyəti,maliyyələşdirmə metodları haqqında məlumat verilmişdir.Bütün sahələrdə olduğu kimi,kiçik sahibkarlığın tənziplənməsində də dövlət tənziplənməsinin zəruriliyi növbəti paraqrafda müzakirə olunacaqdır.

### **1.3 Kiçik sahibkarlıq fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsinin zəruriliyi və onun reallaşdırılması mexanizmi**

Ümumilikdə iqtisadi fəaliyyətdə dövlət tənzimlənməsinin zəruriliyi barəsində tarix boyu iqtisadçılar müxtəlif nəzəriyyələr irəli sürmüşdür.

Bir qrup iqtisadçıların fikrincə dövlət iqtisadiyyata fəal surətdə müdaxilə etməlidir. Çünki iqtisadi fəaliyyət dövlət tənzimlənməsi nəticəsində stabilliyi qoruyur və bu tənzimləmələr icra olunmadıqda kəskin ziddiyətlər baş verəcəkdir.

Digər qrup iqtisadçıların fikrincə isə, bazar özü özünü tənzimləmə qüvvəsinə malikdir və əksinə dövlətin müdaxiləsi ziddiyətlərin yaranmasına səbəb olacaqdır.

Bunlardan fərqli olaraq isə üçüncü qrup iqtisadçılar orta mövqedə olan iqtisadçılardır. Yəni onlar düşünürlərki, müəyyən hədlər daxilində dövlətin müdaxiləsi olmalıdır.

Bazar iqtisadiyyatı sistemində də dövlət tənzimlənməsinin zəruri olduğu fəaliyyət sahələrindən biri də kiçik sahibkarlıqdır. İstehsalçı və istehlakçının hüquqlarının qorunması, ölkədə etibarlı qayda-qanunun və milli təhlükəsizliyin təmin edilməsi kimi ciddi vəzifələr dövlətə həvalə olunur. Bu isə milli iqtisadiyyatın dirçəldilməsi və azad sahibkarlığın inkişafında mühüm rol oynayır.

Kiçik sahibkarlıq fəaliyyətinin dövlət tərəfindən stimullaşdırılması üçün dövlət tərəfindən bir sıra tədbirlər həyata keçirilir. Bu tədbirlərə aiddir

1. Təşkilatı tədbirlər
2. Qanunvericilik tədbirləri
3. İnzibatı – hüquq tədbirləri
4. Büdcə tədbirləri
5. Vergi tədbirləri və s.

Bu tədbirlərin icrası nəticəsində dövlət kiçik sahibkarlıq fəaliyyətin inkişafına, bazarda rəqabətə davam gətirməsinə və özünü formalaşdırmasına kömək edir.

Kiçik sahibkarlıq fəaliyyətinin stimullaşdırılmasında istifadə olunan ən effektiv üsullardan biri onun bazar modelinə uyğun hüquqi mexanizminin yaradılmasıdır. Çünki bununla dövlət həm qanunvericilik bazasının formalaşmasına kömək edir, həm də sahibkarlığın dövlət tərəfindən hüquqi əsasları qorunur. Bu hüquqi bazanın formalaşması iqtisadi qanunlar və müvafiq qanunvericilik sənədləri vasitəsinə ilə həyata keçirilir.

Dövlət tərəfindən sahibkarlıq fəaliyyətinin maliyyə nizamlanması üsulları 2 qrupa ayrılır:

1. Bilavasitə (administrativ) üsullar - sahibkarlıq fəaliyyəti göstərən subyektlərə birbaşa dövlətin təsir, tənzimləmə vasitəsidir.

2. Dolayı üsullar - sahibkarlığa təsərrüfat subyektlərinin fəaliyyətinə uyğun şəraitin yaradılması yolu ilə formalaşdırılan iqtisadi təsir mexanizmidir. (şəkil)

**Şəkil 1. Sahibkarlığın dövlət tərəfindən tənzimlənməsi metodları**

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

**Mənbə:** Крутик А.Б., Решетова М.В.

Özəl sektorun bir sahəsi kimi sahibkarlığın inkişafının stimullaşdırılmasının müxtəlif vasitələri var. Bunların sırasında əlverişli vergi siyasətinin yürüdülməsi,



bank-kredit siyasəti, maliyyə mənbələrinin formalaşdırılması, dövlət yardım sistemində təşəkkül, qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi, özəlləşdirmənin səmərəli aparılması, infrastruktur problemlərinin həlli və s. göstərmək olar. Dövlət sahibkarlığın inkişafı üçün hər şeydən əvvəl əlverişli investisiya mühiti formalaşdırılmalıdır. Müsbət haldır ki, dövlət büdcəsinin hesabına maliyyələşdirilən İSN yanında Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu vasitəsilə hər il sahibkarların layihələrinə güzəştli şərtlərlə kredit ayrılır ki, bu da sahibkarlığa dövlət dəstəyinin ən səmərəli formalarından biridir.

Banklar kredit verərkən əsas şərtlərdən biri kredit götürən şəxsin maliyyə durumudur. Yəni, borc alanın dəyişməz maliyyə durumunun olması və yaxud krediti ödənişi üçün müəyyən likvidlərə sahib olması əsas meyarlardan biridir. Servis sahəsində işləyən sahibkarlarda bu məsələ ilə əlaqədar olan müəyyən çətinliklər vardır ki, bu da onların bu maliyyə mənbələrinə çatmalarında problem yaradır.

Banklar tərəfindən kreditlərin verilməsi kreditləşmənin şərtləri əsasında təşkil edilir ki, bunlar da aşağıdakılardır: müddətlilik; differensiallıq; təminat; haqqın ödənilməsi şərtləri (Abdullayev Ş.Ə., Əsgərova R.V., 2009). Bu şərtlər banka kredit götürmək üçün müraciət edən müştərilərin maddi, sosial, yaş, ailə və s. durumundan asılı olaraq ayırd edilir. Servis sahəsində işləyən sahibkarların kreditləşməsi zamanı onların maddi durumunun problem yaratması ilə yanaşı, biznesdə təcrübəsiz olmaları da kredit verilməsinə 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 % tariflərində belə borc alanlara qarşı daha ciddi tələblər qoyulur.

Maliyyə vəsaitinin dövlət tərəfindən təmin olunması xüsusilə, dövlətə aid banklar və təşkilatlar tərəfindən aşağı %-lə uzun müddətə pul vəsaitlərinin verilməsi nəzərdə tutulur. Sahibkarların gəlir qazanarkən bu və yaxud başqa

səviyyədə rəsmiləşdirilmənin olmaması, vergidən yayınma kimi də anlaşıla bilər ki, bütün bunlar da sahibkarlıq işləri ilə məşğul olmaq istəyənlərin maliyyələşdirilməsində problem yaradan situasiyalardan biridir. Maliyyə vəsaitinin dövlət tərəfindən təmin olunması xüsusilə, rəsmi sənədlərin doğruluğundan, müraciətlərin və onlarla bağlı məsələlərin dövlət və cəmiyyət üçün səmərəsindən lap çox asılıdır. Maliyyə vəsaitinin banklar və o biri kredit qurumları tərəfindən təmin olunması özü əsas prosesdir. Nəticədə, kredit qurumları kredit verərkən əsasən, bir neçə ünsürü əsas hesab edirlər. Bu ünsürlər arasında, maliyyələşdirilən obyektin fəaliyyət vaxtı, obyektin işlədənin yaşı və iş təcrübəsi, o cümlədən müəssisənin rentabelli olması və s. ünsürlər təməl şərtlərdən biri hesab edilir. Bu meyarlardan müəyyən biri bankın və başqa kredit qurumunun prinsiplərinə müvafiq olmazsa, onlar daha sağlam təminatlar tələb edir. Bank üçün I halda müştərilərin mötəbərliyi, II halda isə – onun təminatlı olması şərtidir.

## **II FƏSİL. AZƏRBAYCANDA KİÇİK SAHİBKARLIĞIN İNKİŞAFININ MÖVCUD VƏZİYYƏTİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ**

### **2.1 Azərbaycan da kiçik sahibkarlığın inkişafının müasir vəziyyəti və kompleks təhlili**

Azərbaycan Respublikası müstəqillik əldə etdikdən sonra ,geniş miqyaslı islahatlar həyata keçirmişdir.Bu islahatların əsas ideyalarından biri əhalinin daha çox hissəsinin sahibkarlıq fəaliyyətinə sövq edilməsi olmuşdur.Belə ki,ölkəmizdə bazar münasibətlərinin formalaşması nəticəsində kiçik sahibkarlıq mühiti , bu müəssisələrin işgüzar fəallığı və onların idarə edilmə prinsipləri xeyli dərəcədə inkişaf etmişdir.Artıq sahibkarlar mövcud reallıqla öz resurslarını qiymətləndirib,bazarda baş verən hadisələrə uyğun olaraq öz fəaliyyətlərini həyata keçirib,gələcək perspektivlərini qiymətləndirirlər.Bütün bu proseslər isə ölkənin iqtisadi vəziyyətinə təsir edərək, iqtisadi canlanmasına səbəb olur.

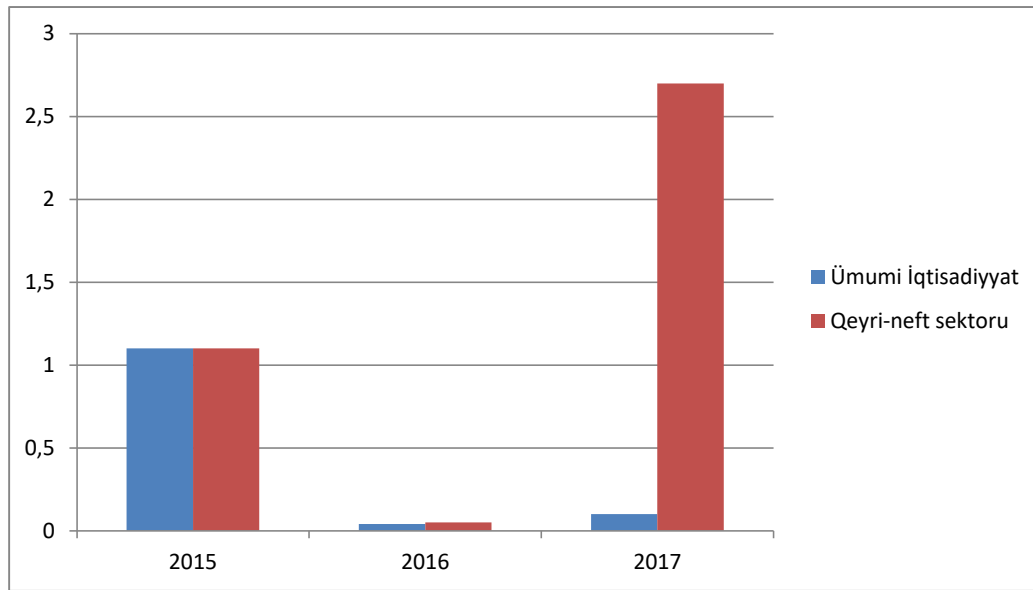
1993-cü ildə H.Əliyevin hakimiyyətə geri dönməsi nəticəsində və daha sonra həyata keçirilən məqsədyönlü siyasət nəticəsində kiçik sahibkarlıq fəaliyyəti daha da inkişaf etmiş və kiçik sahibkarlığın təşəkkül tapması üçün hüquqi baza formalaşmışdır. Hazırda isə bu siyasəti davam etdirən İ.Əliyevin başçılığı ilə kiçik sahibkarlığın inkişafının təminatı üçün yeni mərhələ yaşanır. Dövlət özünün mövcud imkanları ilə yeni sahibkarlıq subyektlərinin iqtisadi sferanın bütün sahələrində formalaşmasına şərait yaratmaqla, kiçik sahibkarların öz potensial imkanlarında səmərəli şəkildə istifadə edə bilmələri üçün geniş imkan yaratmışdır.

Kiçik sahibkarlığın əhəmiyyəti hər bir ölkə üçün əvəzsizdir. Onlar iri müəssisələrin istehsal edə bilmədiyi məhsulları və ya məhsulların istehsalı üçün lazım olan hissələri istehsal edərək, müxtəlif xidmətlər göstərirlər. İş yerləri məhdud olan yerlərdə işsizliyi qismən aradan qaldırırlar, istehlakçıları məhsulla təmin edirlər, vergi ödəməklə büdcənin gəlirini atırırlar , iri müəssisələrə nisbətən

çevikdirlər .Bir sözlə ümumi həyat səviyyəsinin yüksəlməsində kifayət qədər əhəmiyyətli rol oynayırlar.

Dünya təcrübəsinə nəzər yetirsək görürük ki, iqtisadiyyatın diversifikasiyalaşmasında ən çox istifadə olunan metod kiçik sahibkarlığın inkişaf etdirilməsidir.Belə ki,ölkədə kiçik sahibkarlığın inkişaf dinamikası nə qədər yüksək olarsa ,iqtisadiyyat bir o qədər diversifikasiya olunur və nəticədə onun bir sahədən asılılığı azalar. Ölkəmizdə də düzgün həyata keçirilən siyasət nəticəsində neftlə bağlı sahələrin inkişafıyla yanaşı qeyri-neftlə bağlı olan sahələrin inkişafı vasitəsi ilə ölkə iqtisadiyyatının bir sahədən asılılığı azalmış və bununla yanaşı büdcə gəlirlərində də əhəmiyyətli artımlar baş vermişdir. Ümumilikdə iqtisadiyyatda və qeyri neft sektorunda olan artıma nəzər salaq:

**Qrafik2. İqtisadiyyatda və qeyri neft sektorunda olan artım dinamikası (2015-2017)**

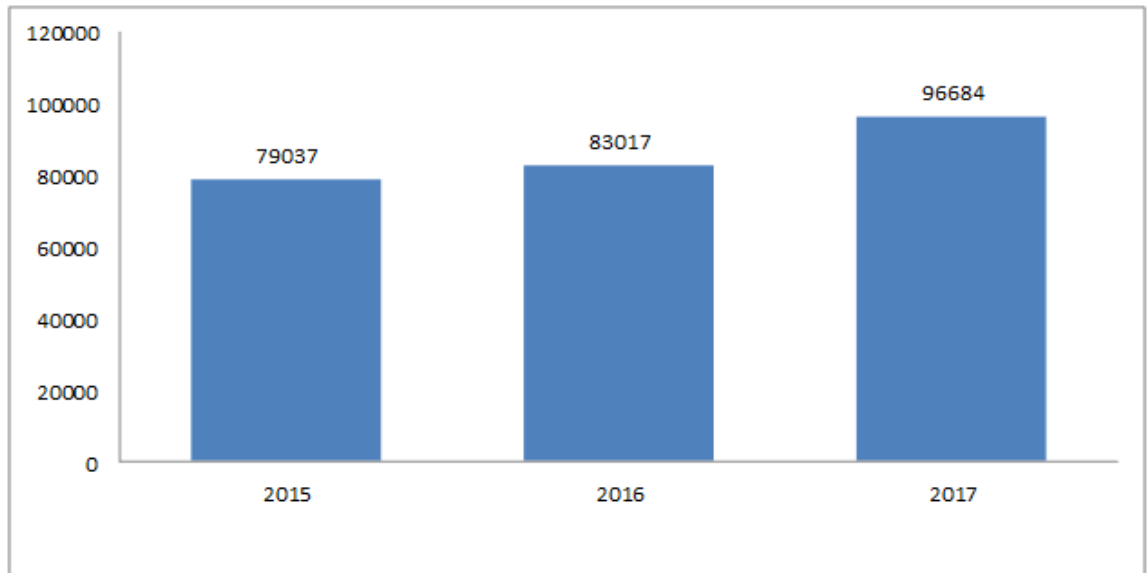


**Mənbə:** Azərbaycan Mərkəzi Bankı, [www.cbar.az](http://www.cbar.az)

Yuxarıdakı qrafikə nəzər yetirsək görürük ki, 2015-ci illə müqayisədə 2016-cı ildə baş vermiş böhrana görə azalma müşahidə olunmuşdur. 2016-cı ildə ÜDM-enməsinə qarşı 2017-ci ildə 0,1 faiz artım oldu. Manat 2017-ci ilin fevralından sabitləşməyə başladı və bir qədər də bahalaşdı. Ödəniş balansında saldo mənfiyə doğru dəyişdi. Beləliklə, 2017-ci ildə Azərbaycan iqtisadiyyatında

staqnasiya elementləri ilə yanaşı, böhrandan çıxma əlamətləri də özünü göstərmiş oldu. Bu özünü daha çox qeyri-neft sektorunda göstərdi. Neftin qiymətində ucuzlaşma müşahidə edilməsinə baxmayaraq, qiymət dəyişikliyi ölkəmizə təsir göstərməmişdir. Bunun əsas səbəbi isə respublikada qeyri – neft sektorundakı yüksəliş, həmçinin də region daxilində yeni istehsal sahələrinin formalaşdırılması ilə əlaqədardır. Dövlətin bu mərhələdə əsas hədəfi qeyri – neft sferasının inkişaf etdirməsi, sahibkarlığın iqtisadiyyatdakı rolunun artırılması, sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafına təkan verilməsidir.

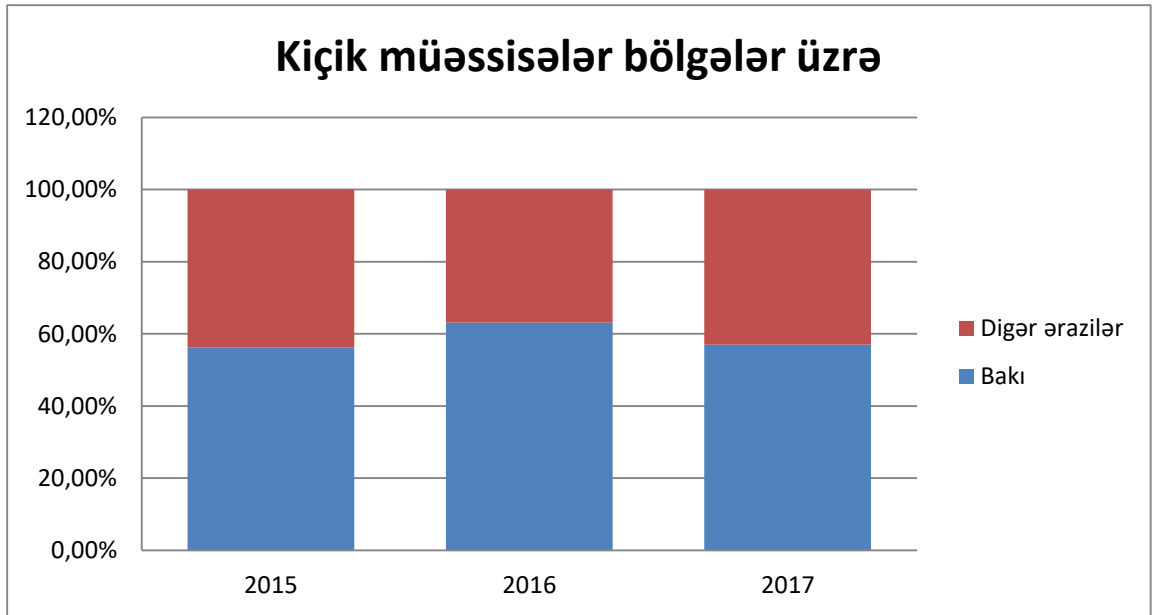
**Qrafik3. Kiçik müəssisələrin sayı**



**Mənbə:** Azərbaycan Respublikası İqtisadi İnkişaf Nazirliyi, [economy.gov.az](http://economy.gov.az)

Ölkəmizdə də həmçinin həyata keçirilən islahatlar nəticəsində kiçik sahibkarlığın inkişafında pozitiv meyillər özünü göstərir. Hazırki rəsmi statistik məlumatlara nəzər yetirsək görərik ki, kiçik sahibkarlıq müəssisələrinin sayı illər üzrə artmışdır. Belə ki kiçik müəssisələrin sayı 2015-ci ildə 79037 olmasına baxmayaraq, 2017-ci ildə 96684-ə qədər yüksəlmişdir. Bu da respublikamızda olan kiçik sahibkarlıq müəssisələrinin artımının, neftlə yanaşı qeyri-neft sektorunda olan inkişafın bariz nümunəsidir. Bu müəssisələrin daha çox hissəsi iri şəhərlərdə cəmlənmişdir. Kiçik Sahibkarlıq müəssisələrinin çox hissəsini Bakı, Sumqayıt və Gəncədə yerləşən kiçik müəssisələr təşkil edir.

Qrafik4.Bölgələr üzrə kiçik müəssisələr



**Mənbə:** Azərbaycan Respublikası İqtisadi İnkişaf Nazirliyi ,[economy.gov.az](http://economy.gov.az)

Ümumilikdə Azərbaycanda kiçik sahibkarlıq müəssisələri 2 qrupa bölünür.

1.Fərdi sahibkarlar

2.Kiçik müəssisələr

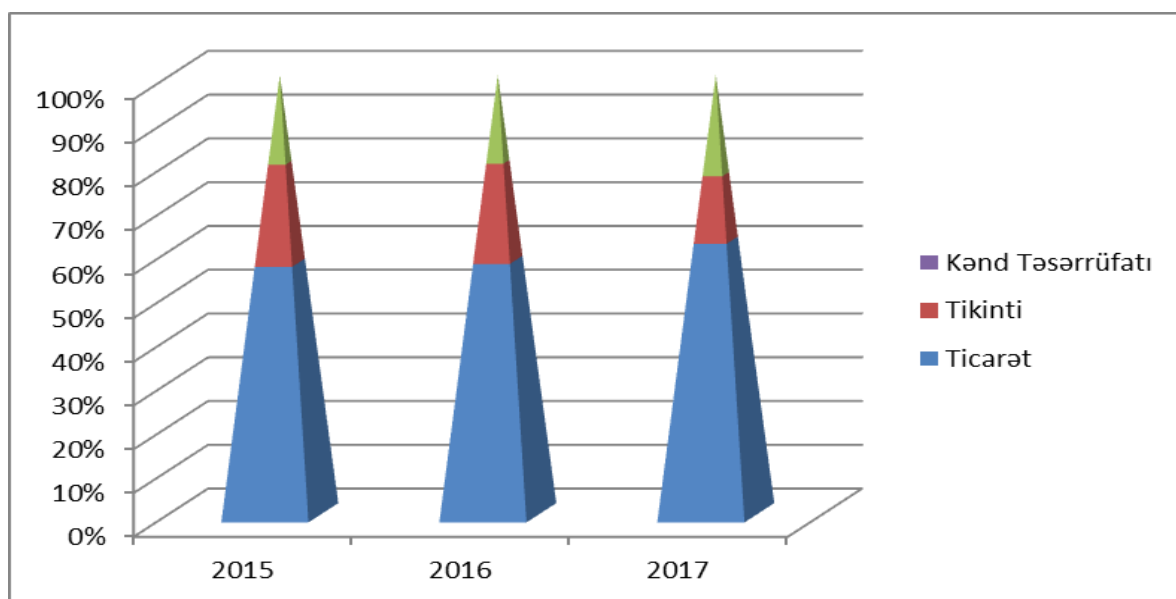
Fərdi sahibkarlar dedikdə hüquqi şəxs yaratmadan fəaliyyət göstərən müəssisənin yeganə sahibi nəzərdə tutulur. Bu sahibkarlar kiçik müəssisələrdir və hüquqi şəxs kimi qeydiyyatda alınır. Onlar işçilərin sayı və illik dövriyyəyə əsasən təsnif olunurlar. Kiçik və orta müəssisələr isə hüquqi şəxslərdir.

**Cədvəl 1. Kiçik müəssisələr və fərdi sahibkarlar**

Kateqoriya	2015	2016	2017
Kiçik müəssisələrin sayı	75119	79037	86514
Fərdi sahibkarlar	519860	576906	685406

**Mənbə:** Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyi, [www.economy.gov.az](http://www.economy.gov.az)

**Qrafik 5. Kiçik sahibkarlıq sahələr üzrə bölgü**

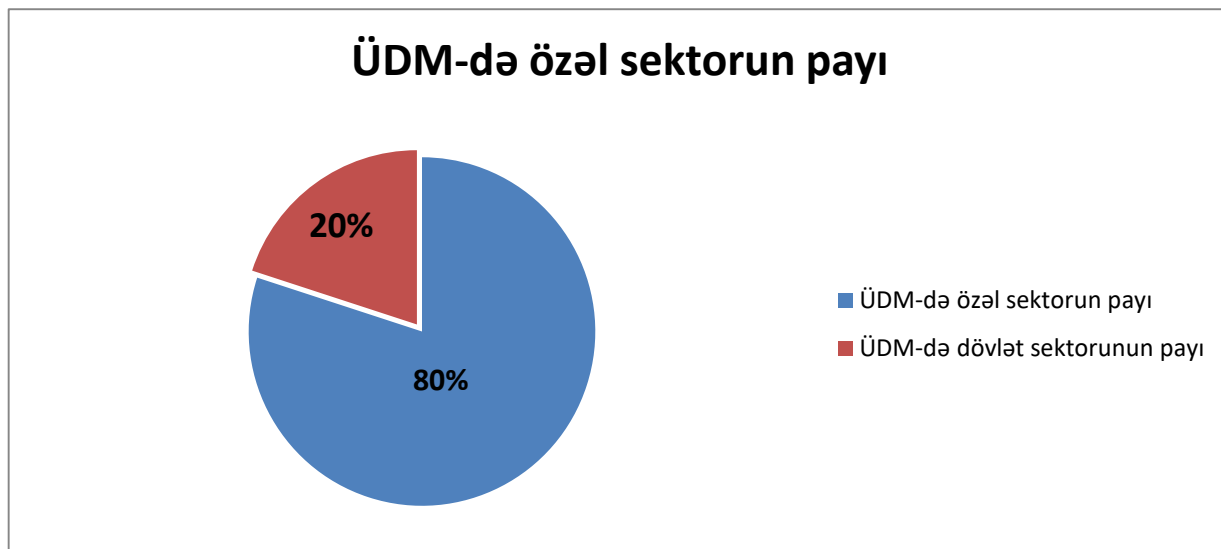


**Mənbə:** Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyi , [www.economy.gov.az](http://www.economy.gov.az)

Qrafikə nəzər yetirsək görürük ki, Kənd təsərrüfatı, Ticarət, tikinti və s Azərbaycanca qeyri-neft sektorunun inkişafında əsas prioritet sahələr hesab edilir. Beynəlxalq maliyyə institutları bu sahələr arasında kənd təsərrüfatında artım xüsusi ilə nəzərə çarpır. Belə ki, ölkənin məşğul əhalisinin çox hissəsi məhz kənd təsərrüfatında çalışır. Bu səbəbdən ölkədə kənd təsərrüfatının inkişafına yönələn ardıcıl dövlət proqramları, islahatlar və yeni texnologiyaların cəlb edilməsi həyata keçirilməkdədir. Belə ki ölkədə regionlarda infrastrukturun yaxşılaşması, kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçılarının subsidiyalaşdırılması və onlar üçün vergi güzəştlərinin saxlanması Azərbaycanda böyük potensiala malik olan kənd təsərrüfatı sahəsinin inkişafına yardım edir. Bütün bunlar isə qeyri-neft sektorunda ÜDM-inin artımına gətirib çıxarır. ÜDM –in illər üzrə artımına nəzər yetirsək görürük ki, 2015-ci ildə 54380.00mln manat olmasına baxmayaraq, 2016-cı ildə 60425.20mln manat, 2017-ci ildə isə 70135 mln manata bərabər olmuşdur. Həmçinin ölkədə biznes mühitinin yaxşılaşdırılması, biznesə başlama prosedurlarının sadələşdirilməsi, sağlam rəqabətin təmin edilməsi, sahibkarlığa dövlət dəstəyinin gücləndirilməsi, sahibkarların maarifləndirilməsi, qanunvericilik

bazasının təkmilləşdirilməsi və digər geniş həcmli tədbirlər nəticəsində Ümumi Daxili Məhsulun həcmində özəl sektorun payı 80,0 faizə çatmışdır

Qrafik 6.ÜDM-də özəl sektorun payı



**Mənbə:** Azərbaycan Respublikası Statistika Komitəsi , [www.stat.org.az](http://www.stat.org.az)

Kiçik sahibkarlığın inkişafı sahəsində görülən işlər, ayrılan vəsaitlər ölkənin gələcəyinə edilən yatırımdır. Çünki kiçik sahibkarlıq fəaliyyəti hər zaman öz çevikliyi, yüksək rəqabətqabiliyyəti və istehlakçı tələbatına uyğunlaşması ilə səciyyələnir.

Beləliklə bu paragrafda son illər ərzində kiçik sahibkarlığın inkişafı, ÜDM-in həcminə təsiri və s müxtəlif cədvəl və qrafiklərdən istifadə olunmaqla şərh edilmişdir.

## **2.2. Azərbaycanda kiçik sahibkarlıq subyektlərinin vergiyə cəlb olunmasının xüsusiyyətləri**

Vergi məsələlərinin tənzimlənməsində Vergi Məcəlləsi əsas qanunverici aktdır. O, vergi ödəyicilərinin hüquq və vəzifələrini, vergi orqanlarının səlahiyyət və vəzifələrini, vergi qanunvericiliyinin pozulmasına görə cərimələri, vergi



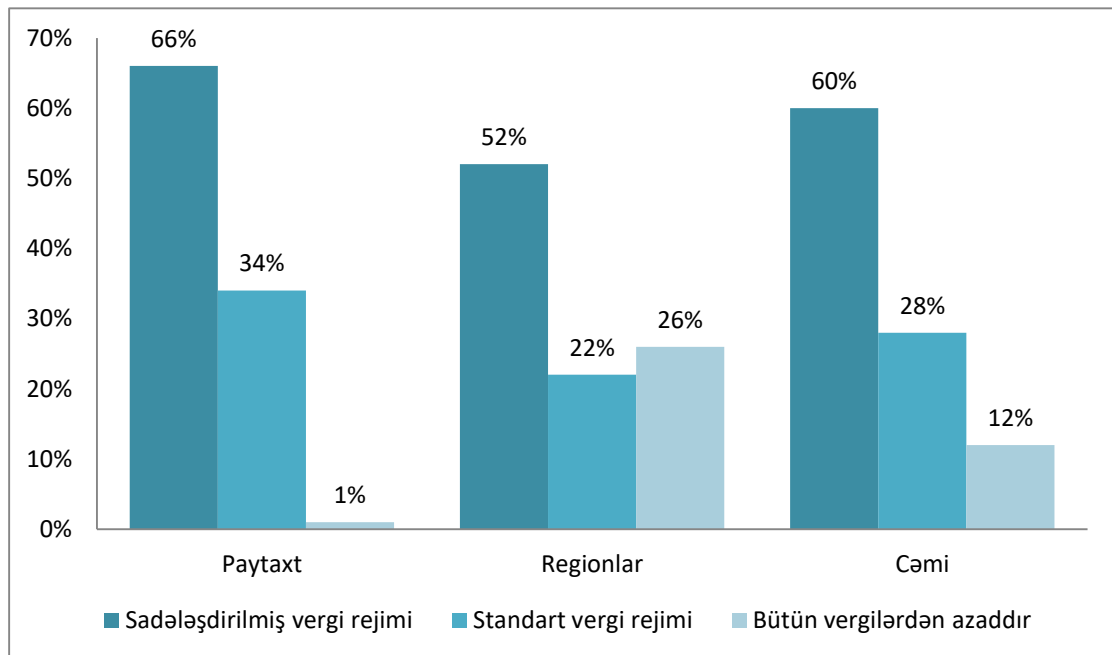
orqanlarının hərəkət və ya hərəkətsizliyindən şikayət edilməsi qaydalarını və Azərbaycanda yığılan bütün vergi növləri üçün qaydaları müəyyən edir.

Vergilər kiçik sahibkarlıq fəaliyyətinin maliyyə nəticələrinə təsir göstərən xarici amillər arasında xüsusi yer tutur. Dövlət vergi siyasətini həyata keçirərkən vergilərə məxsus funksiyalara söykənir və fəal vergi siyasətinin həyata keçirilməsi üçün bu funksiyalardan istifadə edir.

Hal-hazırda Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri əsasən sadələşdirilmiş vergi növünə üstünlük verirlər. İnzibatçılıq baxımından sadələşdirilmiş vergi digər vergi növlərinə nisbətən daha sadədir. Lakin kiçik sahibkarlıq subyektləri öz istəklərinə uyğun olaraq digər vergi növlərindən də istifadə edə bilirlər. Sadələşdirilmiş vergi sistemində daha geniş şəkildə nəzər yetirək

Aşağıdakı qrafikə nəzər yetirsək görərik ki, kiçik sahibkarlıq müəssisələrinin təxminən 80 faizindən çoxu sadələşmiş vergidən istifadə edir. Belə yüksək faiz göstərici isə, sadələşmiş vergitutma sisteminin səmərəliliyindən xəbər verir.

**Qrafik 7. Kiçik sahibkarlıq müəssisələrində vergitutma sisteminin dinamikası**

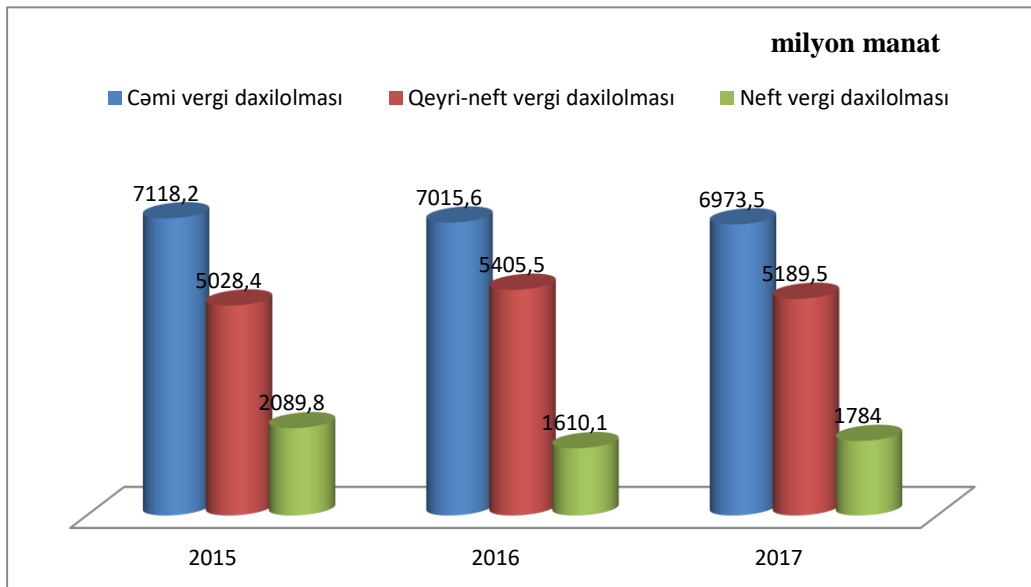


**Mənbə:** AR Dövlət Statistika Komitəsi, [www.stat.gov.az](http://www.stat.gov.az)

Sahibkarlıq fəaliyyətini stimullaşdırmaq məqsədi ilə dövlət tərəfindən minimal vergi dərəcələri müəyyən edilməklə vergi yükü yumşaldılır. Bununla da kiçik sahibkarlıq müəssisələri dövrüyyəyə daha çox vəsait cəlb etməklə, vergitutma bazasının genişlənməsində mühüm rol oynayır.

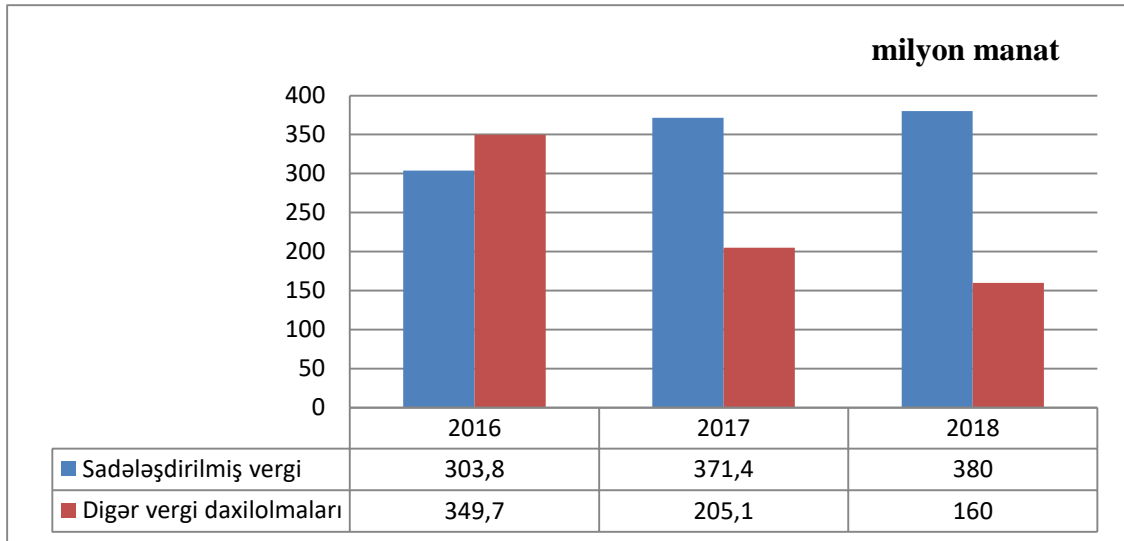
Əgər biz illər üzrə qeyri- neft vergi daxilolmalarına nəzər yetirsək görürük ki, vergi dərəcələrinin yumşaldılması nəticəsində daxilolmada artımı müşahidə edə bilərik. Belə ki, 2017-ci ildə büdcəyə ümumi daxil olan 6 973.5 milyon manatdan qeyri-neft sektoru üzrə daxil olan 5 189.5 milyon AZN məbləği qeyri neft sektoru üzrə daxil olmuşdur və bu daxil olmanın 371.4 milyon manatı sahibkarlıq müəssisələrindən daxil olan sadələşmiş vergidən formalaşmışdır.

**Qrafik 8. Neft və qeyri-neft sektorunda vergi daxilolmalarının dinamikası 2015-2017**



**Mənbə:** AR Vergilər Nazirliyi, [www.taxes.gov.az](http://www.taxes.gov.az)

**Qrafik9. Vergi daxilolmaları**



**Mənbə:** AR Vergilər Nazirliyi, [www.taxes.gov.az](http://www.taxes.gov.az)

Hazırda Sadələşmiş Vergi Məcəlləsinə uyğun olaraq vergi dərəcəsi Bakı şəhəri üzrə 4%, digər regionlar isə 2% müəyyən edilmişdir. Yük və sərnişin daşıma nəqliyyatında isə hər bir daşınma növü üçün bu sahə fərqlənir. Ümumilikdə vergi sistemində istehsal və kommersiya fəaliyyəti növləri üzrə vergi ödəyiciləri fərqləndirilir. Kiçik sahibkarlığın inkişafı üçün istehsal xarakterli sahələrə üstünlük verilməsi böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Beləliklə, hazırda respublikada iki cür vergi tətbiq edilir.

- 1) İri sahibkarlar üçün vergi sistemi
- 2) Kiçik sahibkarlar üçün sadələşdirilmiş vergi

Bu paragrafda son illər ərzində kiçik sahibkarlığın subyektlərinin vergiyə cəlb olunması, xüsusiyyətləri, vergi dərəcələri və s müxtəlif cədvəl və qrafiklərdən istifadə olunmaqla şərh edilmişdir.

### III FƏSİL AZƏRBAYCANDA VERGİ SİYASƏTİNİN KİÇİK SAHİBKARLIĞI DƏSTƏKLƏMƏSİ BAXIMINDAN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ

#### 3.1 Kiçik sahibkarlığın vergiyə cəlb edilməsində beynəlxalq təcrübə

Beynəlxalq iqtisadi ədəbiyyatda kiçik və orta sahibkarlığın meyarları statistik və vergi məqsədləri nöqtəyi-nəzərindən bir-birindən fərqləndirilir. Statistik məqsədlər üçün müəyyən olunmuş kriteriyalar vergi məqsədlərinin tətbiq olunmasını çox vaxt çətinləşdirir. Ancaq bu prinsip bütün ölkələr üzrə eyni deyildir.

Vurğulamaq lazımdır ki, sahibkarlığın vahid və beynəlxalq aləmdə qəbul olunmuş meyarları yoxdur. Statistik və vergi baxımından bu meyarların müəyyən edilməsi ölkənin iqtisadi inkişaf səviyyəsindən, rəqabətqabiliyyətli mühitin yaranmasından və başqa amillərdən asılıdır. Əksər ölkələrdə vergi məqsədləri üçün Sahibkarlığın meyarlarının müəyyən edilməsində statistik baxımla müqayisədə heç bir fərq qoyulmur.

Avropa Komissiyası tərəfindən kiçik, orta mikro müəssisələrin meyarları aşağıdakı şəkildə müəyyən olunmuşdur:

**Cədvəl 2. Avropa qurası tərəfindən Sahibkarlığın identifikasiyası**

Müəssisənin növü	İşçilərin sayı	Dövriyyənin həcmi	Müəssisənin balansı
Orta	< 250	≤ €50mln.	≤ €43 mln.
Kiçik	< 50	≤ €10 mln.	≤ €10 mln.
Mikro	< 10	≤ €2 mln.	≤ €2 mln.

**Mənbə:** European Commission Recommendation

Bu bölgü Avropa İttifaqına daxil olan ölkələrdə fəaliyyət göstərir. Vergi məqsədləri üçün kiçik və orta sahibkarların miqyasının müəyyən edilməsi zamanı qeyd edilən göstəricilərlə (işçilərin sayı və dövriyyə) yanaşı aşağıdakı göstəricilər də vardır:

1. Ödənilən vergilərin həcmi və vergi öhdəliklərinin xarakteri;
2. Müəssisənin əsas fondları və maliyyə vəziyyəti;
3. Müəssisənin tipi (hüquqi şəxs və yaxud fərdi sahibkar);
4. KOS subyektinin fəaliyyət göstərdiyi sektor (istehsal, xidmət və s.);
5. Beynəlxalq iqtisadi münasibətlər.

Bu göstəricilərin hər birinin meyar kimi göstərilməsinin müsbət və mənfi cəhətləri vardır. Bu məqsədlə hər göstəricinin xarakteristikalarına daha ətraflı nəzər salmaq. Dövriyyənin əsas göstərici kimi götürülməsinin çətinlikləri KOS subyektləri tərəfindən onun dəqiq təyin olunması ilə əlaqədardır. Xüsusilə kiçik müəssisələr dövriyyəni dəqiq formada göstərmirlər və onların azalmasında maraqlıdırlar. Müasir dövrdə beynəlxalq praktikada kiçik və orta biznesin statistik nöqteyi-nəzərdən tətbiq edilən kriteriyaları vergi məqsədləri üçün aparılan təsnifatdan fərqlidir. Statistik cəhətdən yuxarıda qeyd olunduğu kimi əsas meyar kimi işçilərin sayı və illik dövriyyə əsas götürülür. Məlumdur ki, bu meyarlar ölkələr üzrə bir-birindən fərqlidir. Ancaq bir çox sosial və iqtisadi səbəblərə görə bu meyarlar vergi məqsədləri üçün əsas götürməyə imkan vermir. Çox vaxt ölkədə tətbiq edilən vergi qanunvericiliyinə sahibkarlığın vergi rejimləri təyin edilir.

Ancaq vergitutma prizması nöqteyi-nəzərindən bu təsnifatlar bir qədər fərqlidir. Ayrı-ayrı ölkələr üzrə müxtəlif faktorlar əsas götürülür. Misal üçün, Lüksemburqda mənfəətin vergitutma bazası, Yaponiyada əsas kapitalın həcmi əsas götürülür. İEÖ-də sahibkarların hər hansı bir vergi stimullarının tətbiq olunması dövriyyənin ümumi dövriyyəsi yox, məhz vergitutma bazasının komponentləri əsas götürülür. Misal üçün, Belçikada vergi güzəştləri ancaq kiçik və mikrofimalara tətbiq olunur. Məlumdur ki, kiçik və orta biznesin identifikasiya meyarları müxtəlifdir və ölkələr üzrə fərqlidir. Bu meyarlara əsasən bir ölkədə kiçik müəssisə, digər ölkədə orta müəssisə kimi qəbul oluna bilər. Buna görə bir ölkədə sahibkarlığın təhlili zamanı ona daxil olan müəssisələrin strukturuna nəzər yetirmək vacibdir. Misal üçün, Çex Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq

subyektlərinin 90%-ni mikrofirmalar təşkil edir. Analoji vəziyyət Avstraliyada, İsveçdə və Macarıstanda da müşahidə edilir. Ancaq bəzi ölkələrdə vəziyyət biraz fərqlidir. İrlandiyada bu göstərici 34%, Koreyada, Yaponiyada isə 50%-dir. Bu cür vəziyyət bütün ölkələrdə dövlət tərəfindən həyata keçirilən iqtisadi siyasət nəticəsində formalaşır. Kiçik biznesin kifayət qədər təkmilləşdiyi Avstraliyada və Kanada da mikroşirkətlərdə 1-9 nəfər, kiçik müəssisələrdə 10-49 , orta ölçülü müəssisələrdə 50- 38 nəfərdən ibarət işçilər çalışırlar. Koreyada mikroşirkətlərdə 5-9 nəfər, kiçik müəssisələrdə 10-49, orta ölçülü müəssisələrdə 50-199 nəfərdən ibarət işçilər çalışırlar. ABŞ-da isə bu kriteriyalar fərqlidir. Belə ki, mikromüəssisələr 1-9, kiçik müəssisələr 10 — 99, orta müəssisələr 100-499 sayda işçilərdən ibarətdir. Kiçik və mikrofirmalara verilən vergi güzəştləri onların fəaliyyətini genişləndirməklə yeni şirkətlərin açılmasına səbəb olur. Dövlət tərəfindən yürüdülməsinə əsas məqsədi təkcə iqtisadi göstəricilərlə məhdudlaşmır. Bu zaman əhalinin həyat səviyyəsi, onun maddi rifahının yaxşılaşması, yeni iş yerlərinin açılması əsas hədəflər kimi götürülür. Sahibkarlığın inkişafı sahəsində yürüdülməsinə büdcə-vergi siyasəti kontekstində əhalinin məşğulluğunun təmin olunması məqsədi ilə mikrofirmaların açılması xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Sahibkarlığa daxil olan müəssisələrin ümumi şirkətlərin sayına nisbətində çox böyük paya (95-99 %) sahib olması ilə yanaşı, ümumi məşğul əhalinin kifayət qədər yüksək faizini təşkil edir. Misal üçün, OECD-yə daxil olan ölkələr arasında istehsal sahəsində kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərində çalışan işçilər ümumi məşğulluğun 57-60 %-ni təşkil edir. Belə ki, istehsal və emal sahəsində İtaliyada, İspaniyada, Portuqaliyada bu göstərici 80 %-dir. Ancaq Sloveniyada, Finlandiyada və Lüksemburqda bu göstərici 50%-dən az olmuşdur. Xidmət sektorunda bu göstərici daha yüksəkdir. OECD-yə daxil olan ölkələrin çoxunda bu sahədə əhali məşğulluğunun 80 %-i Sahibkarlığın hesabına həyata keçirilir. Bu göstərici İtaliyada, İspaniyada , Yunanıstanda daha yüksəkdir. 2007-ci ildə OECD təşkilatı tərəfindən 24 ölkə arasında aparılan tədqiqatın nəticəsindən

məlum olur ki, xidmət sahəsində bu ölkələrin 14-də Sahibkarlığda çalışan işçilər ümumi məşğulluğun 80%- ni təşkil etmişdir.

Müstəqil Dövlətlər Birliyinə daxil ölkələrdə Sahibkarlığın meyarları OECD təşkilatına daxil olan ölkələrdən fərqlidir. Aşağıdakı cədvəllərdə MDB-yə üzv dövlətlərin bir qisminə istifadə edilən meyarlar göstərilmişdir. AR-da mövcud qanunvericiliyə əsasən sahibkarlığın meyarları aşağıdakı normativ sənədlərlə tənzimlənir:

1. Kiçik sahibkarlığa dövlət köməyi haqqında AR-nın Qanunu. 04 iyun 1999-cu il.

2. AR Nazirlər Kabinetinin 2004-cü il 20 aprel tarixli 57 nömrəli Qərarı. "İqtisadi fəaliyyət növləri üzrə sahibkarlıq subyektlərinin müəyyən edilməsi meyarlarının hədləri"nin təsdiq olunması haqqında" .

3. AR-nın Maliyyə Nazirliyi. Əmr № İ-06, 13 yanvar 2009-cu il. Sahibkarlıq subyektlərində sadələşdirilmiş uçotun aparılması Qaydaları. 39

4. AR Nazirlər Kabinetinin Qərarı. 18 dekabr 2009-cu il. № 192. "İqtisadi fəaliyyət növləri üzrə sahibkarlıq subyektlərinin müəyyən edilməsi meyarlarının hədləri"nin təsdiq olunması haqqında" AR Nazirlər Kabinetinin 2004-cü il 20 aprel tarixli 57 nömrəli qərarında dəyişiklik edilməsi haqda.

5. Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin — İri, orta və kiçik sahibkar meyarlarının təsdiq olunması haqqında 5 iyun 2015-ci il tarixli 215 sayılı Qərarı

**Cədvəl 3. İri, orta və kiçik sahibkar meyarları**

Sahibkarlıqsubyektlərinin ölçüsünə görə kateqoriyası	İşçilərinin orta siyahı sayı	İllik gəliri
Kiçik sahibkar	25 nəfərədək	120 min manatadək
Orta sahibkar	25 nəfərdən 125 nəfərədək	120 min manatdan 1.250 min manatadək
İri sahibkar	125 nəfər və ondan yuxarı	1.250 min manat və ondan yuxarı

**Mənbə:** AR Nazirlər Kabinetinin 5 iyun 2015-ci il tarixli 215 sayılı Qərarı

İllik gəlirə hesabat ili ərzində təqdim edilmiş məhsulların, görülmüş işlərin və göstərilmiş xidmətlərin dəyəri, o cümlədən satışdankənar gəlirlər aid olunur. Sahibkarların kiçik, orta və iri sahibkar kimi müəyyən edilməsi üçün işçilərin orta siyahı sayı və illik gəlir meyar göstəricilərindən daha yüksək olanı əsas götürülür. Yeni yaradılan sahibkarlıq subyektlərinin kiçik, orta və iri sahibkarlar kimi müəyyən edilməsində onların dövlət qeydiyyatına və yaxud vergi uçotuna alındığı tarixdən 1 (bir) il müddətində müəyyən olunmuş işçilərin say göstəricisi əsas götürülür. Sahibkarların kiçik, orta və iri sahibkarlara aid olunması AR-nın Vergilər Nazirliyi və AR-nın Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirliyi tərəfindən AR-nın Dövlət Statistika Komitəsinə ötürülən həmin sahibkarlıq subyektləri haqqında məlumatlar əsasında müəyyən edilir və il ərzində dəyişməz qalır.

**Cədvəl 4. Belarus Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin müəyyənləşdirilməsi meyarları**

Kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri	İşçilərin sayı
Mikro sahibkarlıq subyektləri	15 nəfərədək
Sahibkarlıq subyektləri	16-100 nəfərədək
Orta sahibkarlıq subyektləri	101-250 nəfərədək

**Mənbə:** Müəllif tərəfindən təqdim edilir

**Cədvəl 5. Moldovada kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin müəyyənləşdirilməsi meyarları**

Kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri	İşçilərin sayı	Satış gəlirləri, ötən il	Aktivlərin balans dəyəri, ötən il
Mikro müəssisələr	9 nəfərədək	243,1 min dollardan artıq olmamaqla	243,1 min dollardan artıq olmamaqla
Kiçik müəssisələr	49 nəfərədək	2 025,9 min dollardan artıq olmamaqla	2 025,9 min dollardan artıq olmamaqla
Orta müəssisələr	249 nəfərədək	4 051,7 min dollardan artıq olmamaqla	4 051,7 min dollardan artıq olmamaqla

**Mənbə:** Müəllif tərəfindən təqdim edilir



## Cədvəl 6. Rusiyada kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin müəyyənləşdirilməsi

### meyarları

Kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri	İşçilərin sayı	Satış gəlirləri, ötən il
Mikro müəssisələr	15 nəfərədək	1 909,5 min dollardan artıq olmamaqla
Kiçik müəssisələr	16-100 nəfərədək	3 182,5 min dollardan artıq olmamaqla
Orta müəssisələr	101-250 nəfərədək	31 825,1 min dollardan artıq olmamaqla

**Mənbə:** Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»

Cədvəllərdən məlum olur ki, MDB birliyinə daxil olan ölkələrdə Sahibkarlığın meyarları bir-birindən fərqlidir. Ancaq bütün hallarda KOS subyektləri üç yerə bölünür. Kiçik və orta biznesin miqyasının müəyyən edilməsi meyarları bilavasitə ölkədə kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin sayına təsir göstərir. Vergi güzəştlərinin təmin olunması nöqtəyi-nəzərindən bu bölgü mikrofirmalara güzəştlər təqdim etməklə onların gələcək tərəqqisini stimullaşdırmış olardı. Ona görə iqtisadi fəaliyyət növləri üzrə mikrofirmaların və orta sahibkarlıq subyektlərinin aşağıdakı təsnifatlarını təqdim etmək olar.

### Cədvəl 7. Azərbaycanada iqtisadi fəaliyyət növləri üzrə mikrofirmaların müəyyənləşdirilməsi meyarlarının hədləri (layihə)

Sahibkarlıq kateqoriyası	İşçilərin orta siyahı sayı (nəfər)	İllik dövriyyə (ƏDV, aksiz daxil olmadan)
Sənaye və tikinti	< 10	≤ 200 min manat
Kənd təsərrüfatı	< 5	≤ 150 min manat
Topdansatış ticarət	< 5	≤ 500 min. manat
Pərakəndə satış ticarət, nəqliyyat, xidmət və digər iqtisadi fəaliyyət növləri	< 3	≤ 150 min manat

**Mənbə:** Müəllif tərəfindən təqdim edilir

**Cədvəl 8. Azərbaycanda iqtisadi fəaliyyət növləri üzrə orta sahibkarlıq subyektlərinin müəyyənləşdirilməsi meyarlarının hədləri (layihə)**

Sahibkarlıq kateqoriyası	İşçilərin orta siyahı sayı (nəfər)	İllik dövriyyə (ƏDV, aksiz daxil olmadan)
Sənaye və tikinti	50-100	500 min manat-1mln. manata qədər
Kənd təsərrüfatı	25-100	250-500 min manat
Topdansatış ticarət	15-50	1-2 mln. manat
Pərakəndə satış ticarət, nəqliyyat, xidmət və digər iqtisadi fəaliyyət növləri	10-30	250-500 min manat

**Mənbə:** Müəllif tərəfindən təqdim edilir

Beynəlxalq təcrübədən məlum olur ki, kiçik və orta biznesin inkişafının səmərəli təmin olunduğu şəraitdə İEÖ-də ÜDM-in 50%-i, elmi texniki inkişafın 80%-i, hər yeni açılan 3 iş yerindən 2-si həmin sahənin inkişafı hesabına təmin olunur.

**3.2 Dövlət vergi siyasətinin kiçik sahibkarlığın stimullaşdırılması mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi**

Ölkəmizdə bazar iqtisadiyyatı atributlarının formalaşması və xüsusi ilə sahibkarlığın tərəqqisi, kiçik biznesin genişlənməsi əhalinin məşğulluğunda dövlətin yükünü azaltmaqla öz-özünə məşğulluğun payını çoxaltmışdır. Bu sahədə əsasən hüquqi şəxs yaratmadan fəaliyyət göstərən fiziki şəxslər aiddir. AR-da kiçik biznes subyektləri əsasən sadələşdirilmiş vergi rejimində fəaliyyət göstərən hüquqi və fiziki şəxslərdir. Beynəlxalq təcrübədə sahibkarlıq subyektlərinə gəlir vergisinin, hüquqi şəxslərə mənfəət vergisinin aşağı dərəcələrini tətbiq edirlər. Kiçik biznesə tətbiq edilən vergi dərəcələri iri sahibkarlıq subyektlərinə tətbiq olunan vergi dərəcəsiindən xeyli aşağı olur. Ancaq azaldılmış vergi dərəcələrinin tətbiqi vergi inzibatçılığı nöqtəyi-nəzərindən bəzi problemlər yaradır. Misal üçün, iri vergi ödəyiciləri vergi planlaşdırılması və xüsusi manipulyasiya üsullarından

istifadə etməklə aşağı vergi dərəcələrindən yararlanma bilirlər. Digər tətbiq edilən güzəştlər vergi tətillərinin verilməsi ilə əlaqədardır. Yəni qeydiyyatla alındığı gündən bir neçə il müddətinə vergilərdən tamamilə azad olunur. Vergi tətilləri hal-hazırda Rusiya Federasiyasında, Moldovada və bir çox digər ölkələrdə tətbiq edilir. AR-da inovativ sahələrin tərəqqisini və bu sahədə fəaliyyət göstərən KOS subyektləri üçün genişmiqyaslı güzəştlər nəzərdə tutulmuşdur. AR-nın Vergi Məcəlləsində müvafiq icra hakimiyyətinin qərarına görə yaradılan sənaye və texnologiya parklarının rezidenti olan hüquqi şəxslərin sənaye və texnologiyalar parkındakı fəaliyyətindən qazandıqları gəlir – qanunvericiliyə uyğun şəkildə sənaye və texnologiyalar parkında qeydiyyatla alındıqları hesabat ilindən etibarən 7 il müddətinə mənfəət vergisindən, ƏDV-dən, torpaq vergisindən və əmlak vergisindən azad olunmuşlar.

Hazırda hər bir ölkə iqtisadiyyatının sosial və iqtisadi problemlərin həlli dövlət xərclərinin artırılmasını tələb edir. Bu nöqtəyi-nəzərdən vergi sistemi qarşısında duran əsas vəzifə artan dövlət xərclərinin maliyyələşməsinin təmin olunmasından ibarətdir. Kiçik və orta biznesin inkişafının təmin olunmasında digər vergi növləri ilə müqayisədə gəlir vergisi xüsusi rol oynayır. Bunun əsas səbəbi sahibkarlıq fəaliyyəti nəticəsində qazanılan gəlirin demək olar ki, həmişə vergitutma obyektinə olması ilə əlaqədardır. Gəlir hansı dövlət büdcəsinə keçməsi sahibkarlar tərəfindən əldə edilən və sərəncamda qalan xalis mənfəətə birbaşa təsir göstərir. Yüksək gəlir vergisi dərəcələrinin tətbiqi bir tərəfdən dövlət büdcəsinə mədaxil olunan daxilolmaları artırır, digər tərəfdən isə sərəncamda qalan gəlirləri azaldır. Bu isə öz növbəsində sahibkarlar tərəfindən istehsalın genişlənməsi üçün investisiya qoyuluşlarına və son nəticədə kiçik və orta təsərrüfat subyektlərinin fəaliyyətinin genişlənməsinə birbaşa olaraq təsir göstərir.

Vergi siyasəti, iqtisadiyyatın bütün sahələrinə təsir göstərdiyindən vergi daxilolmalarının strukturu və onun dinamikasındakı mövcud meyillər xüsusilə nəzərə alınmalıdır. İqtisadi artımla vergi daxilolmaları arasında mövcud korelyativ

asılılıqlar gəlir vergisi sisteminin formalaşması zamanı aşağıdakı əsas xüsusiyyətlərin nəzərə alınmasını tələb edir:

- Gəlir vergisi iqtisadi subyektlərin fəaliyyətinə birbaşa olaraq təsir göstərir. Yüksək gəlir vergisi iqtisadi stimullaşdırmanı zəiflədir və onun səmərəliliyini azaldır;

- Gəlir vergisi əhalinin gəlirlərə görə paylanmasına təsir göstərir. Əksər ölkələrdə sahibkarlara tətbiq olunan aşağı vergi dərəcələri digər təsərrüfat subyektlərinin fəaliyyətinə təsir göstərir və sosial bərabərsizliklərin yaranmasına səbəb ola bilər;

- Vergi qanunvericiliyinin qeyri-sabitliyi və onda olan dəyişikliklər yeni transaksiya və koqnitiv xərclərin yaranmasına səbəb olur.

Vergi ödəyiciləri öz fəaliyyətini yeni sistemlə uyğunlaşdırmalıdırlar. Bu isə daha öncə nəzərdə tutulmuş biznes planlarının dəyişməsinə, vaxtın itirilməsinə və bir çox arzuolunmaz xərclərin yaranmasına səbəb olur. Ona görə vergi sistemi dizayn olunmamışdan əvvəl bu xüsusiyyətlər nəzərə alınmalı və optimal variant qəbul edilməlidir. Ticarət və tikinti sahələrində sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan fiziki şəxslər ölkə üzrə müəyyən edilmiş minimum aylıq əmək haqqının 50 faizi miqdarında, başqa sahələrdə sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan fiziki şəxslər isə 20%-nin miqdarında; Bakı şəhərində 100 faizi, Sumqayıt və Gəncə şəhərlərində 90 faizi, respublika tabeli digər şəhərlərdə 80 faizi, rayon mərkəzlərində, digər şəhərlərdə və qəsəbələrdə 60 faizi, kənd yerlərində 50 faizi miqdarında məcburi dövlət sosial sığorta haqqı ödəyirlər. Cədvəldən məlum olur ki, KOS subyektləri müxtəlif növ vergilər ödəyirlər. Bu vergilər fəaliyyət növündən asılı olaraq fərqlidir. Ancaq sahibkar üçün vacib olan məsələ faktiki olaraq ödənilən vergilərin onun gəlirində real olaraq neçə faiz təşkil etdiyini bilməsindən ibarətdir. Ona görə bu halda effektiv vergi dərəcəsi istifadə olunması əhəmiyyətli olur. Vergitutma iqtisadiyyatında effektiv vergi dərəcəsi ilə yanaşı marjinal vergi dərəcəsi anlayışından da faydalanırlar. Əgər gəlir vergisi

şkalası proqresivdirsə, onda effektiv vergi dərəcəsi marjinal və nominal vergi dərəcəsindən seçilir. Marjinal vergi dərəcəsi dedikdə hər bir vahid artan gəlirə görə tətbiq olunan son vergi dərəcəsi başa düşülür. Misal üçün, Azərbaycan orta sahibkarlıq subyektlərinə dövriyyənin müəyyən bir həddən yüksək olduğu halda tətbiq olunur. ABŞ-da 2007-ci ildə bu dövriyyə 370 min dollar, Almaniyada 320 min dollar, Slovakiya Respublikasında isə 70 min dollar olmuşdur. Maraqlı cəhət odur ki, hətta eyni bir sahədə fəaliyyət göstərən müəssisələr müxtəlif orta vergi dərəcələrinə malik ola bilər.

Hər bir müəssisənin özünün tətbiq etdiyi idarəetmə üsulları, əmək haqqı siyasəti fərqli olduğuna görə orta vergi dərəcələri də bir-birindən fərqlənir. Əksər ölkələrdə, misal üçün, OECD praktikasında orta fərdi qeyd olunmuş vergi dərəcələrindən (OFVD) istifadə edilir. Biz də gələcəkdə orta vergi dərəcəsi dedikdə, OFVD başa düşəcəyik.

Sahibkarlığın fəaliyyətini stimullaşdıran vergi siyasətinin formalaşması hal-hazırda İEÖ və İEOÖ-də əsas problemlərdən biridir. Sahibkarlığın vergiyə cəlb olunması digər sahələrdəki kimi müvafiq problemlərin həllini tələb edir. Birinci əsas məsələ vergi ödəmələrinin (xərclərinin) Sahibkarlığın inkişafına təsirini öyrənməkdən ibarətdir. Vergi xərclərinin iri sahibkarlıq subyektlərinə təsiri kiçik biznesə təsirindən fərqlidir. Vergi xərcləri məhdud maliyyə resurslarına malik kiçik biznesin fəaliyyətinə mənfi təsir göstərə bilər. Kiçik biznes iqtisadi tərəqqiyə və xüsusi ilə yeni iş yerlərinin açılmasının əsas hərəkətverici qüvvəsi olduğuna görə, ona uyğun olan vergi sisteminin formalaşması vacib və praktiki əhəmiyyətə malik olan bir məsələ kimi baxılır.

Aşağıdakı cədvəldə Azərbaycanda Sahibkarlığın vergi öhdəlikləri göstərilmişdir.

**Şəkil 2. Fərdi sahibkarlıq və kiçik və orta müəssisələrin əsas vergi öhdəlikləri**

Vergi ödəyicisi	Vergi	Vergitutma obyektı	Vergi dərəcəsi
<b>Kiçik və orta müəssisələr</b>	Mənfəət vergisi	Vergi ödəyicisinin illik bütün gəlirləri ilə gəlirdən çıxılan xərc arasındakı fərq (qeyri-rezident vergi ödəyiciləri üçün yalnız Azərbaycandakı mənbədən tutulan gəlir nəzərə alınır)	<b>20%</b>
	Hüquqi şəxslərin əmlak vergisi	Müəssisələrin balansında olan əsas vəsaitlərin orta illik dəyəri	<b>1%</b>
	Ödəməmənbəyində tutulan vergi	KOM-lar tərəfindən və KOM-lara ödənilən dividendlər və faizlər	<b>10%</b>
	Hüquqi şəxslərin torpaq vergisi	Azərbaycanda mülkiyyətdə olan və ya istifadə olunan torpaqlar	<b>Torpağın yeri, keyfiyyəti və ölçüsündən asılı olaraq dəyişir</b>
	Gəlir vergisi	Vergi tutulan ümumi gəlir ilə (əmək fəaliyyəti, sahibkarlıq və ya qeyri-sahibkarlıq fəaliyyəti ilə bağlı əldə olunan) Vergi Məcəlləsinə əsasən bu vergidən azad olunan gəlirlər arasındakı fərq	<b>İllik gəlir:30.000 manataqədər14%,30.000-dəyuxarı 4200 manat+30.000 manatdan yuxarı məbləğin 25 faizi</b>
<b>Fərdi sahibkarlıq</b>	Fiziki şəxslərin əmlak vergisi	Fiziki şəxslərə məxsus olan əsas vəsaitlərin dəyəri	<b>Vəsaitlərdən asılı olaraq dəyişir</b>
	Fiziki şəxslərin torpaq vergisi	Azərbaycanda mülkiyyətdə olan və ya istifadə olunan torpaqlar	<b>Torpağın yeri, keyfiyyəti və ölçüsündən asılı olaraq dəyişir</b>
<b>Kiçik və orta müəssisələr və fərdi sahibkarlar</b>	SSH	İşçilərə ödənilən haqların ümumi məbləği (əmək haqqı və digər müvafiq mükafatlar), 2008-ci ildən başlamaqla xarici işçilərə ödənilən gəlir də SSH məqsədləri üçün nəzərə alınır	<b>İşgötürən 22 faiz ödəyir.İşçinin əmək haqqından 3 faiz tutulur</b>
	ƏDV	Azərbaycan daxilində mal və xidmətlərin dövriyyəsi, habelə malların idxalı	<b>18,0 faiz</b>
	Yol vergisi	Azərbaycanda mülkiyyətdə olan və ya istifadə olunan nəqliyyat vasitələri	<b>Nəqliyyatvasitəsinin mühərrikinin həcmindən asılı olaraq dəyişir</b>
	Aksiz vergisi	Aksizli malların istehsal binasının hüdudlarından kənara buraxılması	<b>Malların növündən asılı olaraq dəyişir</b>
	Mədən vergisi	<b>Azərbaycan ərazisində çıxarılan faydalı qazıntılar</b>	<b>Faydalı qazıntıların növündən asılıdır.</b>

**Mənbə:** Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsi

Vurğulamaq lazımdır ki, kiçik və orta sahibkarlığın inkişaf etməsi üçün dizayn edilmiş vergi siyasətində OFVD-nin xüsusiyyətləri nəzərə alınır. Prinsip etibarilə marjinal vergi dərəcələri gəlirlərin vergitutma bazasına eyni dərəcə ilə tətbiq olunduğu halda, OFVD effektiv faiz dərəcəsinə bərabər olmalıdır. AR-da muzdlu əməyə tətbiq edilən gəlir vergisi dərəcələri də bir-birindən fərqlidir. Bizim yuxarıda göstərdiyimiz misal şərti olduğundan yalnız 3 vergi növü göstərilmişdir.

OFVD-ni dəqiq hesablamaq üçün bütün vergi ödəmələri nəzərə alınmalıdır. Bu vergi dərəcələrinin hesablanması faktiki olaraq makrosəviyyədə vergi yükünün qiymətləndirilməsi ilə anolojiyədir. OFVD-nin hesablanması praktikada müəssisələrə düşən vergi yükünün qiymətləndirilməsinə imkan verir. Faktiki olaraq orta OFVD-nin hesablanması iri sahibkarlıq subyektləri ilə sahibkarlıq subyektləri arasında olan fərqlərin xüsusiyyətlərinin araşdırılmasına imkan verir. İEÖ-də kiçik və orta sahibkarlığın vergi stimullaşdırılması sahəsində təcrübələri göstərir ki, ümumi vergitutma sistemi kontekstində progressiv vergi dərəcələrinin tətbiq edilməsi daha güclü effektlərə səbəb olur. Progressiv vergi dərəcəsi kiçik və orta sahibkarlığa öz inkişafının ilkin mərhələsində mənfəətə minimal vergi dərəcəsi tətbiq etməyə imkan verir. İnkişafın sonrakı mərhələlərində isə müəssisənin fəaliyyəti genişləndikcə daha yüksək vergi dərəcələrinin tətbiq edilməsi imkanı yaranır. Ancaq dövlətin səmərəli vergi siyasəti həyata keçirmək cəhdləri müxtəlif ölkələrdə fərqli nəticələrə gətirir. Misal üçün, Rusiya Federasiyasının təcrübəsindən məlum olur ki, iri müəssisələr kiçik müəssisələrə parçalanmaq yolu ilə vergilərə qənaət etməyə çalışırlar. Bu praktika başqa ölkələrdə də vardır. Misal üçün, ölkəmizdə sadələşdirilmiş vergi dərəcəsinin aşağı olması hətta bir çox şəxslərin əmək haqqına tətbiq edilən vergi dərəcəsinə yayınmaq məqsədi ilə sadələşdirilmiş vergi ödəyiciləri kimi qeydiyyatda durmasına və vergidən yayınmasına səbəb olur. Bu isə süni şəkildə qeyri-aktiv vergi ödəyiciləri ordusunun yaranmasına səbəb olur. Eyni şəkildə mənfəət vergisindən yayınmaq məqsədi ilə şirkətlər bir neçə sadələşdirilmiş vergi ödəyiciləri şəklində qarşılıqlı asılı olan şirkətlərə çevrilir və öz aralarında aparılan manipulyasiya əməliyyatları ilə vergidən yayınırlar. Bu səbəbdən dövlətin səmərəli vergi siyasətinin qurulması aşağıdakı prinsiplərə əsaslanmalıdır:

1. Müəssislərin ilkin vergi yükü optimal və sabit olmalıdır.
2. KOS subyektlərinin vergi yükünün azaldılması vergi güzəştlərinin hesabına olmalıdır.

3. Müəssisənin uğurlu fəaliyyəti zamanı ümumi vergilərin artırılması istisna olunmalıdır.

Vergi dərəcəsinin optimal səviyyəsinin olması ideyası Laffer əyrisinin konsepsiyasının əsasında durur. Bu konsepsiyaya əsasən, vergi dərəcələrinin artırılması müəyyən C nöqtəsinə qədər vergi daxilolmalarının artmasına səbəb olur. Ancaq vergi dərəcələrinin sonrakı artımları istehsalın tərəqqisi stimullarının azalmasına səbəb olur. Son olaraq, gəlirin həcmi və vergi daxilolmalarının həcmi azalır. Bu konsepsiya J.Byukenin, Q. Monissenin, L. Sokolovskinin, C. Movşoviçin və b. işlərində daha da təkmilləşmiş və Laffer əyrisinin həndəsi xüsusiyyətləri ətraflı öyrənilmişdir. Ancaq vurğulamaq lazımdır ki, müasir şəraitdə Laffer nəzəriyyəsi öz effektivliyini sübut edə bilməmişdir.

Mikro-səviyyədə vergi yükünün qiymətləndirilməsi aşağıdakı vergilərin nisbəti ilə müəyyənləşdirilir:

- 1) Satışdan əldə edilən vəsaitlərə olan vergi;
- 2) ƏDV;
- 3) Hesablanmış və xalis mənfəətə qoyulan vergi.

I metod vergi orqanları tərəfindən səyyar vergi yoxlamaları üçün müəssisələrin seçilməsi meyarlarının biri kimi istifadə edilir. Bu metodun bəzi nöqsanları vardır. Vergi yükünün eyni olması hələ müxtəlif sahə müəssisələrinin vergi gərginliyinin eyni olması demək deyildir. İkincisi, satışdan əldə edilən vəsait vergi ödənilməsi üçün aid olunmuş bütün məbləği əhatə etmir. Satışdan əldə edilən vəsait əsasında hesablanmış vergi müəssisənin maliyyə vəziyyətinə vergilərin təsirini müəyyən etməyə imkan vermir.

II metodun köməyi ilə vergi yükünün hesablanması müxtəlif sahə müəssisələri üçün vergi gərginliyinin orta qiymətini təyin etməyə imkan verir və bununla da sahə mənsubiyyətindən asılı olmayaraq bütün müəssisələrin vergi gərginliklərinin müqayisə imkanı yaranır. Ancaq ƏDV ödəmələri üçün əlaqədar



olmayan məqsədli təyinat əhəmiyyəti daşıyan aşınmalar da aid olunur. Buna görə, əlavə dəyər əsasında aparılan hesablamalar xətalara malikdirlər və vergitutmanın optimallaşdırılması yollarını müəyyən etməyə imkan vermirlər. Bir çox tədqiqatçılar birinci və ikinci metodları, müəssisələrin xərclərinin strukturunun müxtəlifliyi, həmçinin tətbiq edilən vergitutma sistemlərinin müxtəlifliyi səbəbindən tətbiq etməyi məqsədəuyğun saymırlar. Tədqiqatçılar vergi yükünün dəqiq meyarını hesablanmış mənfəəti hesab edirlər. Ancaq bu yanaşma da nöqsanlıdır, ona görə ki, vergi yükü ancaq mənfəətə qoyulan vergi əsasında deyil, həm də vergitutmanın digər bazaları əsasında tutulan vergiləri də əhatə edir. Vergi yükünün müəyyən edilməsi üçün yuxarıda göstərilən metodların sintezindən, yəni hər vergi növü üzrə müvafiq vergitutma bazası əsasında hesablanmış vergilərin və sonradan vergi yüklərinin cəmlənməsi, istifadə etmək daha düzgün olardı. Məlumdur ki, sintetik yanaşmanın tətbiqi müxtəlif sahələrin müəssisələrinin vergi yüklərinin əlavə dəyərin və xərclərin strukturlarının müxtəlifliyi səbəbindən fərqlənmələrini bilməyi tələb edir. Ancaq müxtəlif sahələrin müəssisələrinin vergi yüklərindəki fərqlərin aşkarlanması imkan verir ki, vergi yükünün bərabərləşdirilməsi üçün müxtəlif sahələrin müəssisələrinin ümumi vergi yükü meyar kimi götürülərək faiz dərəcələrinin əsaslandırılmış differensial reqlyasiyasını mümkün etsin. Cəmi vergi yükünün bərabərliyinin təmin olunması özlüyündə müəssisələrin fəaliyyətinin effektivliyi problemini həll etmir, çünki bu effektivlik insan kapitalının istifadəsindən ciddi şəkildə asılıdır.

Məlumdur ki, bir çox sahibkarlar maddəli əməkçilərin mənafeələrinin ziddinə olaraq stimullaşdırıcı ödənişlər əvəzinə qeyri-rəsmi əməkhaqqı ödəyirlər. Bu səbəbdən də, dövlət vergi siyasəti əməkhaqqının yüksəldilməsinin və leqallaşdırılmasını həvəsləndirməlidir. Bu məsələnin həll edilməsi üçün təsirli vasitələrə sahib olan dövlət müəssisələrin iqtisadi effektivliyinin artırılması, əhalinin rifah halının və sosial-iqtisadi inkişafın səviyyəsinin yüksəldilməsi şərtlərini təmin etməlidir. Müəssisələrin iqtisadi effektivliyinin və əmək haqqının artırılması məqsədi ilə mənfəət vergisinə iqtisadi effektivliyin və əmək haqqının

artdığı təqdirdə müvafiq vergi çıxılmasını etmək vacibdir. Dövlət vergi siyasətinin göstərilən istiqamətlərdə təkmilləşməsi KOS subyektlərinin yaradılmasını və inkişafını həvəsləndirilməsinə, əhalinin gəlirlərinin leqallaşmasına, kiçik, orta və iri biznesin gəlirlərinin leqallaşmasına, müəssisələrin inovasiya aktivliyinin yüksəlməsinə, vergi mühitinin yaranmasına səbəb olacaq ki, bu da nəticədə, büdcəyə vergi daxilolmalarının artmasına və milli social-iqtisadi tərəqqinin səviyyəsinin yüksəlməsinə təkan verəcəkdir. Bütün bu deyilənlərdən belə qənaətə gəlmək olar ki, Sahibkarlığa düşən vergi yükü onun stimullaşdırılması üçün iri sahibkarlıq subyektlərindən fərqləndirilməlidir. Mənfəət vergisinin aşağı dərəcələri ilə tətbiqi inzibatçılıq cəhətdən mürəkkəb olsa da, praktik cəhətdən İEÖ-də müsbət nəticələrini vermişdir. Praktiki olaraq mövcud vergi qanunvericiliyi kontekstində fəaliyyət göstərən iri və KOS subyektləri eyni OFVD-yə uğramasını göstərir. Ancaq fərdi sahibkarlar üçün OFVD fərqli qiymətlər verir.

#### *ƏDV-nin tətbiqi.*

Kiçik biznesi stimullaşdıran vergi siyasətinin formalaşdırılması zamanı əsas problemlərdən biri ƏDV-nin tətbiqi ilə əlaqədardır. Sahibkarlığın tərəqqisini stimullaşdıran vergi siyasətinin dizaynı zamanı ƏDV-yə xüsusi diqqət yetirilməlidir. İlk dəfə yeni yaradılan əlavə dəyərdən vergi tutulması ideyası 20-ci əsrin əvvəllərində məşhur alman sənayeçi Dr.Simens tərəfindən irəli sürülmüşdür. Bu ideyanın əsas mahiyyəti yeni yaradılan dəyərin vergiyə cəlb olunması və son vergi yükünün istehlakçının üzərinə atılmasından ibarət olmuşdur. Belə olan halda vergi yükünün bir hissəsi istehsalçıdan istehlakçıya keçir, əvəzində isə istehsal edən şəxs öz istehsalını artırmaq üçün sərəncamda qalan gəlirini artırmaq imkanını qazanır. Ona görə ki, istehsalçının ƏDV-ni əvəz etmək hüququ olduğu halda, son istehlakçının bu hüququ olmur. Bu ideyanı irəli sürən zaman Dr.Simens əvvəlce istehsalın genişləndirilməsi marağını güdürdü. Ancaq digər tərəfdən dövlət də ƏDV-ni əldə etmək üçün iqtisadi inkişafın, xüsusi ilə rentabelli elm tutumlu sahələrin və həmçinin əhalinin gəlirlərinin artmasında maraqlı olur. Bu fikir 20-ci

əsrin ilk onilliyində irəli sürülsə də, o ilk dəfə 50-ci illərdə Fransada tətbiq edilməyə başlandı.

ƏDV təxminən 60 ildən az müddətdə tətbiq edilməyə başlasa da, bütün dünyada vergitutmanın həlledici komponentlərindən birinə çevrilmişdir. ƏDV-nin sürəkli və davamlı artımı 20-ci əsrin vergitutma praktikasında diqqətəlayiq hadisəsidir. BVF-nun ekspertləri bu vergi növünün yayılmasını və tətbiqini təhlil edərək aşağıdakı suallara cavab tapmağa çalışırlar:

- ƏDV bir vergi kimi nə dərəcədə effektivdir?
- Nə dərəcədə ədalətlidir?
- Bütün ölkələr üçün yararlıdır mı?

Digər vergi növləri ilə yanaşı ƏDV kiçik biznes subyektlərinə daha çox vergi və inzibatçılıq yükü əmələ gətirir. Əksər ölkələrdə, misal üçün, Beynəlxalq Maliyyə Korporasiyası tərəfindən Ukraynada aparılan tədqiqatın nəticələrindən məlum olur ki, ƏDV-ni gəlir vergisinə nisbətən daha problematik bir vergi növü kimi qəbul edirlər (29). Bu zaman kiçik biznesə düşən inzibatçılıq yükü orta biznesə nisbətən daha yüksək olur. Kiçik biznesin inkişafında ƏDV-nin tətbiq olunmasının əsas problemləri bunlardır:

- Kiçik biznes subyektlərinin demək olar ki, böyük qismi ƏDV-nin tətbiqinin böyük transaksiya xərclərinə gətirdiyini göstərirlər;
- Vergi orqanları kiçik biznesdən daxil olan ƏDV-nin çox kiçik paya (bəzən ümumi vergi daxilolmalarının 1%-dən aşağı olması) sahib olmasını qeyd edərək onun toplanmasına çəkilən xərclərin böyük olmasını qeyd edirlər;
- Kiçik biznes subyektlərinin qeyri-formal sektorda fəaliyyət göstərməsi onların əlavə vergi ödəyiciləri kimi qeydiyyatda alınmasında problemlər yaradır.

AR Vergi Məcəlləsinin 155-1-ci maddəsinə əsasən sahibkarlıq fəaliyyəti göstərən və ardıcıl 12 aylıq dövrün müəyyən bir ayında vergi tutulan

əməliyyatlarının həcmi 200000 manatdan artıq olan şəxslər ƏDV məqsədləri üçün qeydiyyatda dair ərizə verməyə borcludur. Ölkəmizdə kiçik biznes subyektləri üçün könüllü olaraq sadələşdirilmiş vergi rejimindən ümumi vergi rejiminə keçid nəzərdə tutulmuşdur.

Vergi Məcəlləsinin 156.1-ci maddəsinə əsasən qeydiyyatdan keçməli olmayan sahibkarlıq fəaliyyəti göstərən şəxs vergi orqanına ƏDVnin məqsədləri üçün qeydiyyat haqqında könüllü olaraq ərizə verə bilər. Bu cür könüllülük prinsipi hər bir ölkədə nəzərdə tutulmamışdır. Şübhəsiz ki, istənilən kiçik biznes subyektinin bir vergi rejimindən digərinə keçməsi onun koqnitiv və transaksiya xərclərinin (yeni sistemə keçidlə bağlı olaraq yaranan xərclər) artmasına səbəb olur. Sadələşdirilmiş vergi rejimində fəaliyyət göstərən vergi ödəyicisinin həmin rejim kontekstində fəaliyyət göstərməsi onun biznesinin genişləndirmə imkanlarını məhdudlaşdırır. Başqa vacib məqam ƏDV qeydiyyatında durmayan vergi ödəyicilərinin əvəzləşdirmə hüququnun olmaması ilə bağlıdır. Vergi Məcəlləsinin 176.4-cü maddəsinə əsasən ƏDV-nin ödəyiciləri olmayan alıcılara pərakəndə mal göndərildikdə və yaxud xidmət göstərildikdə, elektron –hesab fakturası əvəzinə qəbz və yaxud çek verilə bilər. Qəbzlər, çeklər, təyin edilmiş qaydada tərtib olunmayan elektron vergi hesab fakturaları, nağd əməliyyatların rəsmiləşdirildiyi sənədlər verginin əvəzləşdirilməsinə əsas vermir. Bütün bu deyilənlərdən ƏDV-dən azad olmanın üstün cəhətlərinə aşağıdakıları aid etmək olar:

- Vergi sisteminə uyğunlaşma səviyyəsinin sadəliyi;
  - İnzibatçılıq xərclərinin aşağı olması;
  - Vergi orqanlarının resurslarının daha yüksək riskli sahələrə istiqamətlənməsi və s. ƏDV-dən azad olmanın çatışmayan cəhətləri heç də onun üstünlüklərindən az deyildir:
- ƏDV-nin əvəzləşdirilməsi hüququnun olmaması;
  - Biznesin inkişafına vergi baxımından olan stimullarının zəif olması;

- ƏDV qeydiyyatında olan vergi ödəyicilərinin ƏDV-nin əvəzləşdirilməsi hüququ olmayan təsərrüfat subyektləri ilə iqtisadi əlaqələrin qurulmasının səmərəli olmaması.

Dövriyyə müəyyən həddi keçdikdən sonra ƏDV qeydiyyatına durmaq öhdəliyi yaranır. AR-nın Vergi Məcəlləsinə əsasən ƏDV-nin fərqli dərəcələri nəzərdə tutulmadığına görə kiçik biznes subyektinin vergi yükü artmış olur. Ona görə vergi rejiminin dəyişilməsi zamanı ƏDV-nin azaldılmış dərəcələrindən istifadə edilməsi bu prosesin mərhələli şəkildə həyata keçirilməsinə imkan vermiş olardı.

Kiçik biznesdə ƏDV-nin tətbiqi və ya tətbiq olunmaması həddlərinin artırılması zamanı vergi orqanları əsas hədd kimi vergi tutulan əməliyyatlarının həcmi əsas götürür (1) . Bu həddin artırılması və ya azaldılması vasitəsi ilə vergi ödəyicilərinin hansı rejimdə fəaliyyət göstərməsinə təsir göstərmək olar. Bu həddi birinci parametr kimi qəbul etmək olar . İkinci parametr olaraq ƏDV-nin dərəcəsinə əsas götürmək olar. Bu iki parametrdən istifadə etməklə qarşıya qoyulan məqsəd və gözlənilən nəticələrin effektivliyinin monitorinqinin aparılması üçün aşağıdakı sxemdən istifadə etmək olar.

*Əsas məqsəd:* Vergidən daxilolmalarının artması kiçik biznesin inkişafının stimullaşdırılması.

Göstərici 1. (İndikator ) Vergi daxilolmaları .

Göstərici 2. (indikator) Kiçik biznesin inkişafı göstəricisi (dövriyyə, gəlir). Qarşıya qoyulan məqsədə çatmaq üçün aşağıdakı nəticələrin əldə edilməsi nəzərdə tutulur.

Gözlənilən nəticə 1. Vergitutma bazasının genişlənməsi

Gözlənilən nəticə 2. Sahibkarlığın inkişafının stimullaşdırılması.

Bizim halda vergi sistemində baş verən dəyişikliklərin qiymətləndirilməsi üçün yuxarıdakı göstəricilərin dinamikasına baxmaq lazımdır. Optimal həddin

şeyilməsi. Vergi məqsədləri üçün Sahibkarlığın identifikasiyası aparıldığı zaman hansı dövriyyənin son hədd meyar olduğu nəzərə alınmalıdır. Bu həddən yuxarı olan dövriyyə artıq ƏDVyə cəlb edilir. Onun optimal qiymətinin təyin edilməsi üçün Ebril, Kin və Bodril [36] tərəfindən aşağıdakı düstur təklif olunmuşdur:

$$Z^* = \frac{\delta A + C}{(\delta - 1)\tau v}$$

Burada:

$Z^*$ - vergi tutulan əməliyyatların optimal həddidir;

$v$  - əməliyyatın hər vahidi üçün əlavə yaranan dəyərdir;

$\tau$ - ƏDV-nin tətbiq olunmasının mövcud olan vergi dərəcəsidir;

$A$  – verginin yığılması ilə əlaqəli inzibati xərclərdir;

$\delta$  - hökumətin itkilərinin xüsusi çəkisidir;

$C$ - uyğunlaşma xərcləridir (compliance cost).

Məlumdur ki, praktikada bu düsturun tətbiq olunması o qədər də sadə deyildir. Bu formula ƏDV-nin tətbiq edildiyi gəlir həddinin ( $Z$ ) əvəzinə onun optimal həddini ( $Z^*$ ) müəyyən etməyə imkan verir. Beynəlxalq praktikada kiçik və orta biznes subyektləri üçün ƏDV həddinin seçilməsi üsulları müxtəlifdir və ölkələr üzrə bir-birindən fərqlidir. Əksər ölkələrin vergi qanunvericiliyində, belə bir hədd qoyulmur. AR-da bu hədd 120000 AZN, Sinqapurda isə bu hədd 700000\$ təşkil edir. Çində bu hədd 120800 ABŞ dolları təşkil edir. Bu hədd əsasən İEOÖ-də tətbiq olunur və bir-birindən fərqlidir. Bu cür həddin seçilməsi subyektiv olmaqla yanaşı bəzi obyektiv amillər də nəzərə alınmalıdır. Bu amillərə aşağıdakıları aid etmək lazımdır:

- ölkədəki Sahibkarlığın mövcud vəziyyəti və onun iqtisadi göstəricilərinin dinamikası;

- iqtisadiyyatın müxtəlif sahələri üzrə orta aylıq əmək haqqı;

- vergi ödəyicilərinin illik dövriyyəsinin təhlili;
- kiçik və orta müəssisələrin meyarları.

Kiçik biznesin həcmnin adekvat şəkildə müəyyən edilməsinin vergi qanunvericiliyi nöqtəyi-nəzərindən vacib praktiki əhəmiyyəti vardır. ƏDV-nin tətbiqi prosesində optimal həddin seçilməsi zamanı şirkətlər adətən qeyd olunduğu kimi 2 hissəyə bölünürlər:

- ƏDV ödəyən şirkətlər;
- ƏDV ödəməyən şirkətlər.

ƏDV ödəməyən şirkətlər mal və xidmətlər bazarında rəqabət baxımından nisbi üstünlüklərə sahib olur. Daha əvvəl də dediyimiz kimi ƏDV istehlak vergisi olduğundan ikinci qrupa daxil olan şirkətlər onu ödəmədiyinə görə onun istehsal etdiyi mal və xidmətlərin qiyməti daha aşağı olur. Onlar ƏDV-ni ödəmədiyinə görə birinci qrupa daxil olan şirkətlərlə iqtisadi əqdlərin aparılması zamanı onları ƏDV-nin ödənilməsi zamanı əvəzləşdirmə imkanlarından məhrum edirlər. Bu isə öz növbəsində belə mənfi təsirlərə malik olduğuna görə bu iki qrup şirkətlər arasında əqdlərin bağlanılmasına mənfi təsir göstərirlər. Belə mənfi təsirlərə mane olmaq üçün bir çox ölkələrdə, hətta dövriyyəsi ƏDV həddindən aşağı olan şirkətlər də könüllü olaraq ƏDV ödəyicilərə kimi qeydiyyatdan keçə bilərlər.

Hazırda qloballaşma şəraitində vergi qanunvericiliyinin beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması vacib məsələdir. Əgər vergi siyasəti əsasən iri sahibkarlıq subyektlərinin vergiyə cəlb olunması ilə bağlı olsaydı, onda kiçik biznes daha yüksək vergi yükünə məruz qala bilərdi. Bütün bu deyilənlərin əsasında Sahibkarlığda əlavə dəyər vergisinin tətbiqi ilə bağlı aşağıdakı nəticələrə gəlmək olar:

- ƏDV-ni ödəməkdən azad edilən vergi tutulan əməliyyatların həcmi ilə əlaqədar müəyyən olunmuş hədd (1) subyektiv xarakter daşıyır;

- Sadələşdirilmiş vergi rejimində (ƏDV ödəməyən) fəaliyyət göstərən vergi ödəyiciləri (kiçik biznes subyektlərinin böyük əksəriyyəti) ümumi vergi ödəyicilərinin 90%-dən çoxunu təşkil etsə də, onlar vasitəsi ilə həyata keçirilən ödəmələr ümumi vergi daxilolmalarının 1-2%-ni təşkil edir;

- ƏDV kimi qeydiyyatdan keçməyən kiçik biznes subyektlərinin inkişaf perspektivləri xeyli dərəcədə məhduddur.

Bu problemlərin yoluna qoyulması üçün aşağıdakı tədbirlərin görülməsi məqsədəuyğun olardı.

- AR-da kiçik, orta və mikrofirmaların təsnifat meyarları hər biri üçün ayrılıqda müəyyən olunması;

- ƏDV-dən vergi tutulan əməliyyatların həcminə görə azadolmanın, əsasən kiçik və mikrofirmalara aid olunması;

- Bu həddin mərhələli şəkildə azaldılması və ƏDV ödəyicilərinin sayının artırılması;

- Kiçik biznes subyektlərinin inkişafının stimullaşdırılması;

- ƏDV ödəyiciləri kimi qeydiyyatda olan sahibkarlıq subyektlərinə ƏDV-nin azaldılmış dərəcəsinin tətbiqi.



## Nəticə və təkliflər

Aparılan elmi araşdırmalar aşağıdakı nəticələrin alınmasına və təkliflərin verilməsinə imkan vermişdir:

1. Kiçik və orta sahibkarlığı stimullaşdıran vergi siyasətinin formalaşması hər bir ölkədə fərdi xarakter daşıyır. Ancaq ümumi istiqamətlər vergi inzibatçılığının sadələşdirilməsi, vergi mədəniyyətinin yüksəldilməsi, iri biznes subyektlərinə nisbətən güzəştli vergi rejimlərinin tətbiq olunması ilə əlaqədardır.

2. Sahibkarlığın inkişafının vergi siyasəti vasitəsi ilə stimullaşdırılması əvvəlcə onun vergi məqsədləri üçün meyarlarının müəyyən olunmasını tələb edir. AR-da mövcud qanunvericiliyə əsasən ancaq kiçik müəssisələrin meyarları müəyyən edilmişdir. Hansı müəssisələrin orta biznesə və ya mikrofimalara aid edilməsi məlum deyildir. Beynəlxalq praktikada bu sahədə qəbul edilmiş standartlara əsasın KOS subyektləri müvafiq meyarlar üzrə kiçik, orta və mikrofimalara bölünürlər. Mikrofimalara və ya kiçik biznesə tətbiq edilən güzəştlər orta biznesə aid edilmir. Bu nöqteyi-nəzərdən AR-da vergi qanunvericiliyində orta biznesin və mikrofimaların meyarlarının müəyyən edilməsi zərurəti yaranmışdır. Kiçik və orta sahibkarlığın meyarlarının beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması əhəmiyyətli bir məsələdir.

3. Ölkəmizdə iqtisadi fəaliyyət növləri üzrə mikrofimalar və orta sahibkarlıq müəssisələri üçün aşağıdakı meyarlar təklif edilir:

AR-da iqtisadi fəaliyyət növləri üzrə mikrofimaların müəyyən edilməsi meyarlarının təklif edilən hədləri:

AR-da iqtisadi fəaliyyət növləri üzrə orta sahibkarlıq subyektlərinin müəyyənləşdirilməsi meyarlarının təklif edilən hədləri:

5. Sadələşdirilmiş vergi rejiminin tətbiqi nəticəsində sahibkarlığın vergi yükü azalmış, mühasibat uçotu və hesabatının təqdim edilməsi əhəmiyyətli dərəcədə sadələşmişdir. Bu vergi növü xüsusilə regionlarda yeni iş yerlərinin açılmasına, kiçik biznes obyektlərinin rəqabət qabiliyyətliliyinin formalaşmasına şərait yaratmışdır. Ancaq müxtəlif fəaliyyət növləri ilə məşğul olan şəxslər gəlir

vergisindən yayınmaq məqsədi ilə sadələşdirilmiş vergi ödəyiciləri kimi qeydiyyatda durmaqla faktiki olaraq vergidən yayınırlar. Nəticədə qısa müddət ərzində fəaliyyətini dayandıran vergi ödəyicilərinin sayı artır, bu isə bir çox inzibati xərclərin yaranmasına səbəb olur. Bunun əsas səbəbi fiziki şəxslərin gəlir vergisinin dərəcəsi ilə sadələşdirilmiş vergi dərəcəsi arasında böyük fərqlərin olması ilə bağlıdır.

6. Kiçik biznes subyektlərinin iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində rentabellik dərəcələri bir-birindən fərqlənir. Vergi qanunvericiliyində sadələşdirilmiş vergi dərəcələrindəki fərqlər yalnız fəaliyyət məkanına görə nəzərdə tutulmuşdur. Ancaq həmin vergi dərəcələrinin iqtisadiyyatın sahələrinə görə fərqləndirilməsi məsələlərinə baxılması əhəmiyyətli olardı.

7. Beynəlxalq təcrübədən məlum olur ki, innovativ sahələrin, tədqiqat və bilik yönümlü kapitalın inkişafında sahibkarlıq strukturları xüsusi rol oynayır. Bu sahələrin inkişafı məqsədi ilə mənfəət və ƏDV-nin azaldılmış və fərqli dərəcələrdən istifadə oluna bilər.

8. Fərdi sahibkarlara və mikrofirmalara vergitutmanın patent sisteminin tətbiqi vergiyə cəlb olunması bir sıra çətinliklər yaradan müxtəlif peşə sahiblərinin qanunvericiliyini təmin etməklə, əlavə vergi potensialı mənbələrini yaradardı.

9. Edilən tədqiqatlardan məlum olur ki, kiçik və orta müəssisələrin meyarlarının təyinində və onların vergiyə cəlb edilməsində beynəlxalq ümumi qəbul edilmiş qaydalar yoxdur.

10. Sahibkarlığda ƏDV-nin tətbiqi ilə əlaqədar aşağıdakı nəticələrə gəlmək olar:

- ƏDV-ni ödəməkdən azad olunan vergi tutulan əməliyyatların həcmi ilə bağlı müəyyən edilmiş həddən (Maddə 218.1) çox kiçik dəyişmələr kiçik biznes subyektlərinin sadələşdirilmiş vergi rejimindən ümumi vergi rejiminə keçməsinə səbəb olur;

- Sadələşdirilmiş vergi rejimində (ƏDV ödəməyən) fəaliyyət göstərən vergi ödəyiciləri (kiçik biznes subyektlərinin böyük qismi) ümumi vergi ödəyicilərinin

90%-dən çoxunu təşkil etsə də, onlar vasitəsi ilə həyata keçirilən ödəmələr ümumi vergi daxilolmalarının 1-2%-ni təşkil edir;

- ƏDV kimi qeydiyyatdan keçməyən kiçik biznes subyektlərinin inkişaf perspektivləri xeyli dərəcədə məhduddur. Bu problemlərin yoluna qoyulması üçün aşağıdakı tədbirlərin görülməsi məqsədəuyğun olardı:

- AR-da kiçik, orta və mikrofirmaların təsnifat meyarlarının hər biri üçün ayrılıqda müəyyən edilməsi;

- ƏDV-dən vergi tutulan əməliyyatların həcminə görə azadolmanın, əsasən kiçik və mikrofirmalara aid edilməsi;

- Bu həddin mərhələli şəkildə azaldılması və ƏDV ödəyicilərinin sayının artırılması.

- Mikrofirmalar və sahibkarlıq subyektləri üçün azaldılmış ƏDV dərəcələrinin tətbiqi.

## **İstifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısı**

### **Azərbaycan dilində**

1. “Sahibkarlıq fəaliyyəti” haqqında Azərbaycan Respublikası Qanunu
2. “Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu”
3. Müstəqil Azərbaycan vergi sistemi-20il (1991-2011).Bakı 2011
4. “Kiçik sahibkarlığa dövlət köməyi” haqqında Azərbaycan Respublikası Qanunu
5. İ.Ə.Qarayev “Kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına xidmət edən vergi siyasətinin əsas xüsusiyyətləri”, “Azərbaycanın Vergi Jurnalı” 2014, №4, səh.115-137
6. P.Q.Rzayev “Vergi stimullaşdırılması metodları sahibkar aktivliyinin yüksəldilməsi amili kimi” , “Azərbaycanın Vergi Jurnalı” 2014, №6, səh.65- 82
7. Məmmədov Ə.C. “Azərbaycanda sahibkarlıq: uğurlar və həlli vacib problemlər”, “İqtisadiyyat və audit” elmipraktik jurnal, №7, 2001-ci il, səh.2-8
8. Seyfullayev İ.Z. “Sahibkarlığın tənzimlənməsinin iqtisadi-psixoloji məsələləri”. Azərbaycanın vergi Xəbərləri”, 2011, № 8, səh.43-62

### **İngilis dilində**

9. DaRin, M, M. Di Giacomo, and A. Sembenelli (2010). “Entrepreneurship, firm entry, and the taxation
10. Asoni, A. and T. Sanandaji (2009). “Taxation and the quality and quantity of entrepreneurship.” IFN WP no. 813.

### **İnternet resursları**

- 1.<http://anfes.gov.az>- Azərbaycan Respublikasının Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu

2. [http:// azstat.org](http://azstat.org) - Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi saytı

3. [http:// economy.gov.az](http://economy.gov.az)- Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyi

4. [http:// sahibkar.biz](http://sahibkar.biz)

5. [http:// www.b-ok.org](http://www.b-ok.org)

6. [http:// maliyye.gov.az](http://maliyye.gov.az)

7. <http://www.anl.az> – Azərbaycan Milli Kitabxanası

8. <https://thegedi.org/2018-global-entrepreneurship-index/>

9. <https://www.cbar.az/page-41/macroeconomic>

10. [https://economy.gov.az/uploads/fm/files/Sahibkarlıq%20rəqəmlərdə%20](https://economy.gov.az/uploads/fm/files/Sahibkarliq%20raqemlerde%20)

## **Şəkillərin siyahısı**

Şəkil 1. Sahibkarlığın dövlət tərəfindən tənzimlənməsi metodları.....	32
Şəkil 2. Fərdi sahibkarlıq və kiçik və orta müəssisələrin əsas vergi öhdəlikləri.....	54

## **Qrafiklərin siyahısı**

Qrafik 1. Dünya ölkələrində kiçik sahibkarlıq indeksi .....	28
Qrafik 2. İqtisadiyyatda və qeyri neft sektorunda olan artım dinamikası (2015-2017) .....	36
Qrafik3. Kiçik müəssisələrin sayı .....	37
Qrafik 4. Bölgələr üzrə kiçik müəssisələr.....	38
Qrafik 5. Kiçik sahibkarlıq sahələr üzrə bölgü .....	39
Qrafik 6. ÜDM-də özəl sektorun payı .....	40
Qrafik7. Kiçik sahibkarlıq müəssisələrində vergitutma sisteminin dinamikası.....	41
Qrafik 8. Neft və qeyri-neft sektorunda vergi daxilolmalarının dinamikası 2015-2017.....	42
Qrafik9. Vergi daxilolmaları .....	43

## **Cədvəllərin siyahısı**

Cədvəl 1. Kiçik müəssisələr və fərdi sahibkarlar .....	32
Cədvəl 2. Avropa qurası tərəfindən Sahibkarlığın identifikasiyası.....	44
Cədvəl 3. İri, orta və kiçik sahibkar meyarları.....	47

Cədvəl 4. Belarus Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin müəyyənləşdirilməsi meyarları.....	48
Cədvəl 5. Moldovada kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin müəyyənləşdirilməsi meyarları.....	48
Cədvəl 6. Rusiyada kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin müəyyənləşdirilməsi meyarları.....	49
Cədvəl 7. Azərbaycanda iqtisadi fəaliyyət növləri üzrə mikrofirmaların müəyyənləşdirilməsi meyarlarının hədləri (layihə).....	49
Cədvəl 8. Azərbaycanda iqtisadi fəaliyyət növləri üzrə orta sahibkarlıq subyektlərinin müəyyənləşdirilməsi meyarlarının hədləri (layihə)...	50