

# Mühazirə 8.

## Sahibkarlıq fəaliyyətində kiçik və orta sahibkarlıq

### Plan:

1. *Kiçik və orta müəssisələrin sahibkarlıq fəaliyyətində əhəmiyyəti və vəzifələri*
2. *Biznes ideyaları və onların həyata keçirilməsi*
3. *Kiçik müəssisələrin üstünlükləri və çatışmayan cəhətləri*
4. *Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı*

### İstifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısı

1. Ş.Ə.Səmədzadə, V.R.Musayev. İ.Z.Seyfullayev. Sahibkarlığın əsasları. Dərslik. Bakı 2010
2. F.H.Abbasov, R.A.Quliyev. Sahibkarlığın əsasları. Dərslik. Bakı 2012.
3. A.H.Tağıyev, S.A.Fərzəliyev. Biznesin təşkili və idarə edilməsi. Sumqayıt 2007.
4. Qreqori Mənkyu “Ekonomiksin əsasları” Harvard Universiteti. Tərcümə 2010.
5. V.R.Musayev, İ.Z.Seyfullayev “Sahibkarlığın əsasları”. Bakı 2000.
6. V.Niftullayev “Sahibkarlığın əsasları”. Bakı 2002.

### 1. Kiçik və orta müəssisələrin sahibkarlıq fəaliyyətində əhəmiyyəti və vəzifələri

Dünya təcrübəsi göstərir ki, müasir dövrdə ayrı-ayrı ölkələrin milli iqtisadiyyatının səmərəli inkişafında kiçik sahibkarlıq fəaliyyəti əhəmiyyətli rol oynayır. Kiçik sahibkarlığın inkişafı mülkiyyətin müxtəlif formalarının meydana gəlməsinə və inkişafına, azad rəqabətə və təşəbbüskarlığa, əməyə həvəsin oyadılmasına, yeni ideya və ixtiraların, eləcə də səmərəli təkliflərin istehsalatda reallaşmasına zəmin yaratmaqla, eyni zamanda inhisarlaşmanın və sosial gərginliyin aradan qaldırılmasına səbəb olur ki, bu da mühüm sosial-iqtisadi problemlərin sürətlə həllinə kömək etmiş olur. Təsədüfi deyildir ki, dünyanın inkişaf etmiş ölkələrində fəaliyyət göstərən müəssisələrin 80-90%, ÜMM-un 45-50 %, bütün işləyənlərin 50-60 %-i və eləcə də yeni yaranan iş yerlərinin 70-80 %-dən çoxu kiçik müəssisələrin payına düşür.

Kiçik müəssisələrin mütərəqqiliyini xarici ölkələrin təcrübəsi inandırıcı surətdə isbat etmişdir. Qeyd edək ki, inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrin iqtisadiyyatında kiçik müəssisələr müxtəlif adlar altında fəaliyyət göstərirlər. Belə ki, Almaniyanın iqtisadiyyat elmində kiçik müəssisələr orta müəssisələrdən fərqlənmir və “Mittelstant” adı ilə bu müəssisələrə “orta təbəqə” kimi baxılır, lakin digər ölkələrdə, xüsusilə ABŞ-da və İngiltərədə “kiçik biznes və kiçik firma”, Fransada “sənətkarlıq”, Latin Amerikasında “kiçik sənaye”, Afrikada “kiçik istehsalat”, bəzi ölkələrdə qeyri-formal sektor, Polşada “kiçik biznes”, Macarıstanda “kiçik biznes və yardımçı təsərrüfat”, yeni müstəqillik əldə etmiş keçmiş sovet respublikalarının hamısında (kiçik müəssisə) “kiçik sahibkarlıq və kiçik biznes” adlandırılır.

İstər Qərb, istərsə də sabıq Sovet tədqiqatçıları kiçik müəssisələri öyrənərkən onları ya kiçik firma, ya da kiçik biznes adlandırırlar.

Həcmcə kiçik olan, bəzən bir sahibkara məxsus müəssisə süründürməçiliyə düşər olmayıb az saylı şəxslər tərəfindən idarə edilir. Ona görə də, kiçik müəssisələr iri müəssisələrə nisbətən bazar dəyişikliyi zamanı çevik olur və daha qısa müddət ərzində bazara uyğunlaşa bilirlər. Həmçinin, kiçik müəssisələr bir çox hallarda yeni sahələrin və yeni bazarın yaradılmasının əsasını qoyurlar.

Ümumiyyətlə, kiçik müəssisələrə həsr olunmuş ədəbiyyatlarla tanışlıqdan aydın olur ki, onlara ayrı-ayrı ölkələrdə müxtəlif cür yanaşılır, onun məzmunu, mahiyyəti və fəaliyyət prinsipi fərqlidir. Bu da onların yaradılması məqsədlərinin, fəaliyyət sahələrinin və idarə olunması mexanizmlərinin müxtəlifliyi və tarixi inkişaf prosesinin müxtəlif mərhələlərində yeni xüsusiyyətlər kəsb etmələri ilə izah oluna bilər.

Almaniyada kiçik, orta və iri müəssisələr ayrı-ayrı sahələr üzrə işləyənlərin sayına, satılan əmtələrin və göstərilən xidmətlərin həcminə görə cədvəldəki kimi təsnifləşdirilir.

Cədvəl 1.

### Almaniya müəssisələrinin təsnifat

| Müəssisələr                    | Məşğul olanların sayı, | Satışın həcmi, mln.dollar |
|--------------------------------|------------------------|---------------------------|
|                                | nəfər                  |                           |
| <b>Sənaye</b>                  |                        |                           |
| Kiçik                          | 49-a qədər             | 2-yə qədər                |
| Orta                           | 50 – 499               | 2 - 25                    |
| İri                            | 500 və daha çox        | 25 və daha çox            |
| <b>Nəqliyyat</b>               |                        |                           |
| Kiçik                          | 2-yə qədər             | 0,1 qədər                 |
| Orta                           | 3 49                   | 0,1 – 2                   |
| İri                            | 50 və daha çox         | 2 və daha çox             |
| <b>Xidmət dairəsi</b>          |                        |                           |
| Kiçik                          | 2-yə qədər             | 0,1-ə qədər               |
| Orta                           | 3 – 49                 | 0,1-2 !                   |
| iri                            | 50 və daha çox         | 2 və daha çox             |
| <b>Topdansatış ticarət</b>     |                        |                           |
| Kiçik                          | 9-a qədər              | 1-ə qədər                 |
| Orta                           | 10 – 199               | 1 – 50                    |
| İri                            | 200 və daha çox        | 50 və daha çox            |
| <b>Pərakəndə satış ticarət</b> |                        |                           |
| Kiçik                          | 2-yə qədər             | 0,5-ə qədər               |
| Orta                           | 3 - 99                 | 0,5 – 10                  |
| İri                            | 100 və daha çox        | 10 və daha çox            |

Cədvəldən göründüyü kimi fəaliyyət sahələrində dövriyyə kapitalının spesifik xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla kiçik biznesi müəyyən edən meyarlar dəqiq dərəcələrə ayrılmışdır. Məsələn, sənayedə dövriyyə kapitalı uzun müddətli olan sahələrdə kiçik biznesin

fəaliyyət göstərməsi üçün böyük ilkin kapital tələb olunur. Məşğul olanların say meyarının belə fərqlənməsi sayəsində kiçik müəssisələrin forması dəyişir.

Sənayedə kiçik müəssisələri müəyyən edən meyarlar (işçilərin sayı və satışın həcmi) nəqliyyat və xidmət sahələrində orta müəssisələri müəyyən edən meyarlarla eynidir.

Deməli, kapital qoyuluşu firmanın ölçüsünün müəyyən edilməsində mühüm rol oynayır və bu ölçü ölkələrdən asılı olaraq şərti xarakter daşıyır.

Kiçik biznesin sürətli inkişafı və genişləndirilməsinin əsasını hər şeydən əvvəl, istehsalat elmi-texniki tərəqqinin obyektiv amil kimi təsiri, həmçinin iqtisadi, təşkilati və sosial səbəblərin də təsiri təşkil edir. Eyni zamanda kiçik və iri müəssisələr bir-birini inkar etmir, əksinə, bir-birini tamamlayır.

İri şirkətlər öz daxili strukturunu elə təşkil etməyə çalışır ki, bir çox istehsalları və funksiyaları kiçik firmalara verməklə yanaşı, onlara bu və ya digər formada nəzarəti öz əllərində saxlasın.

Ölkəmizdə hansı firmanı kiçik hesab etmək olar, müxtəlif işgüzarlıq fəaliyyətinin yaradılmasında kiçik biznes nə kimi yer tutur, onun fəaliyyətinin ölçüsü və sahəsi hansılardır, yüksək həyata qadirliyinin səbəbi nədir?

Kiçik biznes iri olmayan müəssisələrdən ibarətdir. Məsələn, ABŞ firmalarının 97% (kənd təsərrüfatı sahəsindən başqa) rəsmi olaraq kiçik kateqoriyasına aid edilir. Bunların əksəriyyəti kiçik müəssisələrdir. Kiçik firmaların 90%-də 5 nəfərdən az işçi çalışır, 80%-də isə işçilərin sayı 10 nəfərdən çox deyildir.

Azərbaycan Respublikasında 1995-ci ildə dövlət mülkiyyətinin özəlləşdirilməsinin Dövlət Proqramında sahə mənsubiyyəti və işçilərin sayına görə müəssisələrin təsnifatı cədvəl 2-də verilmişdir.

Cədvəl 2.

| №  | Sahə mənsubiyyətinə görə müəssisənin növləri | İşçilərin sayına görə qruplaşdırma (nəfərlə) |        |             |
|----|--|--|--------|-------------|
|    |  | kiçik  | Orta   | İri         |
| 1. | Sənaye                                       | 50   | 51-300 | 300-dən çox |
| 9  | Nəqliyyat                                    | 15   | 16-70  | 75-dən çox  |
| 3. | Tikinti                                      | 25   | 26-150 | 150-dən çox |
| 4. | Ticarət                                      | 10   | 11-56  | 56-dən çox  |
| 5. | Xidmət sahələri                              | 10   | 11-50  | 50-dən çox  |

Deməli, kiçik müəssisələr sahə mənsubiyyətinə və işçilərin sayına görə bir-birindən fərqlənirlər. Məsələn, sənayedə işçilərin sayı 50 nəfərədək olan müəssisələr kiçik müəssisə hesab edildiyi halda, xidmət sahəsində və ticarətdə işçilərin sayı 10 nəfərədək olan müəssisələr kiçik müəssisələr kateqoriyasına daxil edilir.

ABŞ-da kiçik firmaların 20%-nin əksəriyyətində illik satışın həcmi 500 min dollara yaxındır, 80%-ində isə 100 min dollardan artıq deyildir.

Amerikanın məcmu məhsulunun 40%-i və özəl sektorun məcmu məhsulunun yarısı kiçik biznesin payına düşür.

Kiçik firmalarda çalışan işçilərin sayı iş qabiliyyətli ümumi işçilərin sayının 58%-ni təşkil edir. Son zamanlar yaradılan yeni işçi yerlərinin 80%-i kiçik firmaların payına düşür.

80-ci illərin ortasında kiçik biznes düzünə, yaxud dolayı yolla 100 milyon Amerika vətəndaşının yaşayışını təmin etmişdir. ABŞ-ın statistik hesabatlarında göstərilmişdir ki, topdansatış ticarəti sahəsində kiçik biznesə məhsul satışından qazanılan illik gəliri 0,5-2 milyon dollar olan firmalar aid edilir. Pərakəndə satış sahəsində 2 milyon dollara qədər, tikintidə 7,5-12 milyon dollar, rabitə sahəsində 2-3 milyon dollar, anbar təsərrüfatında işçilərin sayı 500 nəfərədək olan təşkilatlar da kiçik biznesə aid edilir. Sənayenin müxtəlif sahələrində işçilərin sayı 250-1500 nəfərədək olan firmalar da kiçik biznesə daxildir.

ABŞ-da biznes fəaliyyətinin əsas subyekti xüsusi firmalardır. Bunun əsas üç forması: şəxsi, tərəf müqabilli və şirkət mövcuddur.

Kiçik müəssisə müəyyən məqsədlə də təşkil edilə bilər. Məsələn, inhisar əleyhinə təşkilatın qərarı ilə, yaxud da müəssisələrin xırdalanması təşəbbüsü ilə yaradıla bilər.

Kiçik biznesin ən sadə forması elə firmalardır ki, onların təsərrüfatçılığı vahid şəxsin əlindədir. Tərəf-müqabilli firmaların birgə idarəedilməsi öz aralarında müqavilələr bağlamış iki və yaxud ikidən çox şəxs tərəfindən ola bilər. Firmanın üçüncü tipi şirkətdir ki, bu iri və orta biznes xüsusiyyətinə malikdir. ABŞ-ın bütün şirkətlərinin 90%-i xırda şirkətlərdir və bunların 98%-i ailəyə məxsusdur. Şirkətlərin formal idarə edilməsi, tələbə uyğun olaraq onun sahibindən ayrı olmalıdır.

Səhmdar mülkiyyətli təşkilatlar özünün direktorlar şurasını seçir, sonuncu şəxsləri vəzifəyə təyin edir və onların fəaliyyətinə nəzarət edir.

Kiçik biznes müəssisələrinin təşkilati xüsusiyyətlərinə diqqət yetirək. Əksər kiçik firmalar ailə müəssisələridir, lakin bu müəssisələrdə maddəli fəhlələr də çalışa bilərlər. Bu fəhlələrin iş günü çox vaxt tam olmaya da bilər. Adətən, belə firmalar bir adda məhsul istehsal etməyə, yaxud xidmətə yönəldilir. Çox sayda olmayan şəxslər tərəfindən idarə edilən belə firmalar hər cür bürokratçılıqdan azaddırlar, əlbəttə, onlar bazar dəyişikliklərinə daha çevik reaksiya verir, ona daha tez uyğunlaşırlar.

Bir çox hallarda yeni kiçik firmalar yeni sahələrin və yeni bazarların yaradılması üçün əsas olur. Eyni zamanda kiçik firmalar sosial-iqtisadi dəyişikliklərə, istehsala təsir edən müxtəlif məhdudiyyətlərə və həvəsləndirməyə həddindən artıq həssasdırlar. Çox vaxt məhdud ixtisaslaşdırma gədən bəzi sahələrdə isə onlar hakim mövqə tuturlar: bütün kiçik firmaların 1/2—i xidmət sahəsinə yönəldilmişdir, 1/4—i pərakəndə ticarətilə məşğuldurlar. Kiçik firmalar topdansatış ticarətində reallaşan məhsulun 64%-ni, pərakəndə satışın 73%-ni, xidmət sahələrinin isə 57%-ni təmin edirlər.

Bina tikintisi ilə məşğul olan kiçik firmaların əlində ümumi satılan binaların təxminən 76%-i cəmlənmişdir, sənayedə əsas yerlərdən birini kiçik firmalar tutur, onların sayı 400 minə yaxındır. Bunlara daxil olan 235 min firmanın hər birində çalışan 20 nəfərdən çox işçi sahənin işi qüvvəsinə olan tələbatının artması ilə əlaqədardır. Onların iştirakı ənənəvi sahələrdə daha çoxdur, xüsusilə metal emalı, ümumi maşınqayırma, toxuculuq, tikiş, dəri ayaqqabı, yeyinti, mebel, poliqrafiya sənayesi və nəşriyyat işlərində kifayət qədərdir. Hal-hazırda elm tutumlu sahələrdə onların artımı daha sürətlə gedir.

## **2. Biznes ideyaları və onun həyata keçirilməsi**

Biznes fəaliyyətinin başqa fəaliyyətlərdən fərqi ondadır ki, bu fəaliyyət sahəsi müvafiq sahələrdən müəyyən üstünlüyə malikdir və ya tamamilə yeni bir sahədir.

Biznes fəaliyyəti bir sıra istiqamətdə ola bilər ki, bunu da ümumiləşmiş şəkildə aşağıdakı kimi təsnifləşdirmək olar:

- hasilat;
- istehsal;
- xidmət;
- satış;
- vasitəçilik;
- intellektual.

Biznes fəaliyyəti qarşılıqlı fayda əsasında həyata keçirilir və fəaliyyətin son nəticəsi kommersiya mübadiləsilə nəticələnir.

Səmərəli biznes fəaliyyəti ilk növbədə gəlir gətirən ideya ilə bağlıdır. Hər bir ideya gəlir gətirən olmur. Əsas məsələ ideyaların gəlir gətirən olmasının təmin edilməsidir!

Mütəxəssislər müəyyən etmişlər ki, yaranan hər 100 ideyanın orta hesabla 5% -i tam həyata keçirilə bilən olur.

İdeyaların həyata keçirilə bilən və gəlir gətirən olması üzrə biznes sahəsində tanınmış mütəxəssis M.Smollun işləyib hazırladığı qaydalara əməl etmək lazımdır:

1.**İdeyanı kağız üzərinə yazmalı.** Bu zaman əsas diqqəti qrammatik qaydalara, cümlə quruluşuna deyil, ideyanın nə kimi xeyir verəcəyinə yönəltməli. İdeyanın ağılabatan olmasını yoxlamaq üçün kənar mütəxəssislərlə məsləhətləşməli.

2.**İdeyanın maketini düzəltməli.** Əgər bunu etmək çətinlik törədirsə başqalarını bu işə cəlb etməli. Maket əsasında ideyanın yaxşılaşdırılması imkanları da artır.

3.**İdeyanın əhəmiyyətini obyektiv müəyyən etməli.** Bu barədə mütəxəssislərlə məsləhətləşmək tövsiyyə edilir. İdeyanın əhəmiyyətini müəyyən etmək üçün ekspert qiymətləndirmə üsulundan istifadə etmək məsləhət bilinir.

4.**İdeya müəllifi öz ideyasına patent almağın mümkünlüyünü müəyyən etməlidir.** Bu işə mütəxəssislər və hüquqşünasları cəlb etmək lazımdır.

5.**Gələcəkdə necə hərəkət etmək qərarının qəbul edilməsi.** Bu qərar əsasən məhsulun kimin tərəfindən istehsal edilməsi və satılması ilə əlaqədar olacaqdır.

6.Əgər biznes ideyanın sahibinin müəssisəsi yoxdursa **müəyyən bir firma ilə birgə işləməyin mümkünlüyü** barədə düşünməlidir.

7.İdeyanın müəllifinə öz işini tərk etmədən ideyanın həyata keçirilməsi barədə qərar qəbul etməsi məsləhət bilinir.

8.İdeyanın həyata keçirilməsinə bu sahədə ixtisaslaşmış şirkətlərin cəlb edilməsinə çalışılmalıdır.

9.İdeyanın həyata keçirilməsi üçün yeni firmanın yaradılması imkanları da araşdırılmalıdır.

10.Əgər yeni ideya yaxşıdırsa onun həyata keçirilməsi yolunda bütün qüvvə və bacarığınızı əsirgəməyin. Əgər ideyadan əl çəkmək məcburiyyətində qalmısınızsa onda yeni ideya üzərində işləyin. Əgər biznes ideyanın sahibinin müəssisəsi yoxdursa müəyyən bir firma ilə birgə işləməyin mümkünlüyü barədə düşünməlidir. İdeyanın müəllifinə öz işini tərk etmədən ideyanın həyata keçirilməsi barədə qərar qəbul etməsi məsləhət bilinir.

İdeyanın həyata keçirilməsinə bu sahədə ixtisaslaşmış şirkətlərin cəlb edilməsinə çalışılmalıdır. İdeyanın həyata keçirilməsi üçün yeni firmanın yaradılması imkanları da araşdırılmalıdır.

### **3. Kiçik müəssisələrin üstünlükləri və çatışmayan cəhətləri**

İnkişaf etmiş qabaqcıl ölkələrin təcrübəsinin təhlili göstərir ki, xüsusi işgüzarlığın bütün xüsusiyyətləri kiçik firmaların səmərəliliyini müəyyən edən istehsal, elmi-texniki, iqtisadi, təşkilati-idarəetmə, sosial-psixoloji və bu kimi amillərlə əlaqədardır. Bu amilləri və xüsusiyyətləri aşağıdakı kimi qruplaşdıraq:

**1.** Elmi-texniki inqilab əsrində istehsalların ixtisaslaşma səviyyəsi yüksəlir, xüsusilə məhsul istehsalının genişləndirilməsi nəticəsində maddi istehsalın texniki bazası dəyişir, yeni texnika meydana çıxır, məhsulun çeşidləri sürətlə genişlənir.

Bu imkan yaradır ki, məhdud ixtisaslaşdırılmış və çox da böyük olmayan müəssisələr inkişaf etdirilsin. Belə müəssisələrin ölçüləri yol verir ki, az bir müddətdə, ucuz, yeni təchizat vasitələri ilə təmin edilsin, yeni texnologiya tətbiq edilsin və sınaqdan keçirilsin, istehsalın müəyyən aşınmış hissəsi aradan çıxarılsın, mexanikləşdirilmiş əməklə əl əməyinin optimal nisbətində nail olunsun.

Yüksək ixtisaslı işçilərdən, tədqiqatçılardan, kapital tutumlu fondlardan və avadanlıqlardan istifadə edən iri şirkətlərdən kiçik firmalar daha səmərəli olur.

**2.** İqtisadi amillərin içərisində ən əsas yer tutanları - tələbat amili, bazar rəqabətinin dəyişməsinə daha çevik reaksiya vermək, müştəriləri yaxından tanımaq, yerli bazara daha yaxın olmaqdır. Müstəqil kiçik firmalar yeni elmi-texniki tələblərə uyğun adaptasiya olmaq və uyğunlaşmaq funksiyasını öz üzərinə götürürlər.

**3.** Kiçik biznesin həyata qadir olmasında əsas rol oynayan təşkilati-idarəetmə amilidir. Müəssisənin miqyası kiçik olduqda o, hər cür bürokratçılıqdan azaddır və real istehsal problemləri ilə məşğul olmağa daha geniş imkanı vardır. Diqqətəlayiqdir ki, hətta iri inhisarlar, xüsusilə texnika tutumlu sahələr bu üstünlüyü dərk edərək, öz strukturunda müstəqil kommersiya bölmələri yaradır.

Bir çox xırda müəssisələrdə sahibkarlarla inzibatçılar arasında idarəetmə funksiyaları bölünür. Belə hallarda inzibatçılıq proseduralarının diapazonunun məhdudlaşdırılmasından istifadə edilir və təcrübədə idarəetmə və mühəndis texniki funksiyaları birləşdirilərək eyni şəxslər tərəfindən yerinə yetirilir. Bəzi ixtisaslaşdırılmış idarəetmə funksiyalarının (mühasibat uçotu, sənəd dövriyyəsinin əlverişli formasının tətbiq edilməsi və s.) həyata keçirilməsi üçün kənardan məsləhətçilər cəlb edilir ki, bu da öz ştatlarında əlavə işçilərin saxlanılmasına imkan yaradır.

**4.** Kiçik müəssisədə sosial-psixoloji mühitin yaxşılaşdırılması nisbətən asandır. Bu zaman işçilər ümumi mənafe naminə bütün imkanlardan istifadə etməyə hazır olurlar. Həmçinin, ayrı-ayrı şəxslərin xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla kadr siyasətini yürütmək mümkün olur.

Kiçik biznesin ümumi üstünlüyü və çatışmayan cəhətləri 3 saylı cədvəldə verilmişdir. Kiçik biznesin çatışmayan cəhətlərinə misal olaraq, qulluqçuların firmaya cəlb edilməsi işinin çətinliyini, sosial müdafiənin zəif olmasını, işgüzar menecerlərin kifayət dərəcədə səriştəli olmamalarını, maliyyə problemlərini, iqtisadi dəyişikliyə yüksək dərəcədə həssas olmasını, iri məbləğdə maliyyə ehtiyatlarına malik olmamalarını və s. göstərmək olar.)

## Kiçik müəssisələrin üstün və çatışmayan cəhətləri

| USTÜNLÜKLƏRİ  | ÇATIŞMAYAN CƏHƏTLƏRİ  |
|---|---|
| 1.FƏALİYYƏTİN ÜSTÜN OLMAMASI                                  | 1. BAŞQA ŞƏXSLƏRDƏN, FİRMALARDAN VƏ DÖVLƏTDƏN MƏLUM DƏRƏCƏDƏ ASİLİ OLMASI |
| 2.FƏALİYYƏTDƏ VƏ QƏRAR QƏBUL ETMƏKDƏ ÇEVİKLİK VƏ OPERATİVLİK. | 2. İRİ FİRMALARA NİSBƏTƏN OPERATİVLİK, İDARƏETMƏ ÇATIŞMAMAZLIQLAR         |
| 3. YERLİ ŞƏRAİTƏ ADAPTASIYA QABİLİYYƏTİ                       | 3. İŞGÜZARIN TƏKBƏŞİNƏ CAVABDEHLİYİ                                       |
| 4.İSTİSMAR XƏRCLƏRİNİN YÜKSƏK OLMAMASI                        | 4. MALİYYƏ ÇƏTİNLİYİ  |
| 5.YÜKSƏK MADDİ MÜVƏFFƏQİYYƏT İMKANI                           | 5.ŞƏXSİ PROBLEMLƏR  |
| 6.SÜRƏTİİ ŞƏXSİ MÜVƏFFƏQİYYƏT İMKANI (MƏNƏVİ-PSIXOLOJİ AMİL)  | 6. BAŞLANĞIC MƏRHƏLƏDƏ FİRMANIN MÖVCUDLUĞU SƏVİYYƏSİNİN YÜKSƏK OLMAMASI   |

Yaponiyada kiçik biznesin təşkili təcrübəsi xüsusi maraq doğurur. Bu sahəyə reallaşan sənaye məhsulunun 55%-i, topdansatış ticarəti həçminin 60%-i və pərakəndə satış həçminin 80% -i düşür.

Emaledici sənaye sahəsində 6,5 milyon kiçik müəssisə fəaliyyət göstərir, başqa sözlə, ümumi sayın 99% kiçik biznesə aiddir, təxminən 40 milyon adam bu sahədə çalışır, yaxud bütün işçilərin 80%-dən artıq hissəsi kiçik firmalarda çalışırlar. Ayaqqabı, tikiş, xırdavat sənayesi, dərman istehsalı, dəstləyici məmulatlar və konstruksiyalar, tikinti və xidmət sferasında (texnikaya xidmət də daxil oimaqla) kiçik müəssisələr xüsusi rola malikdir.

Müəssisələr qəbul edilmiş əsas kapitalın ölçüsünə, işçilərin sayına və sahə mənsubiyyəti əlamətlərinə görə kateqoriyalara ayrılırlar.

Kiçik müəssisələr, böyük olmayan şəhərlərin iqtisadi bazasını möhkəmləndirəcək, xalq sənətini dirçəldəcək, ekoloji problemlərin həllinə həmişə köməklik göstərəcəkdir. Sənaye və tikinti sahəsində müəssisə o zaman kiçik hesab edilir ki, orada çalışan işçilərin sayı 50 nəfərədək, elmi və elmi xidmət sahələrində 25 nəfərədək, nəqliyyatda 15 nəfərədək, ticarət və xidmət sahələrində 10 nəfərədək olsun. Fəaliyyətdə olan qanunçuluğa əsasən kiçik müəssisə xalq təsərrüfatının bütün sahələrində dövlət və kollektiv mülkiyyəti əsasında, vətəndaşların mülkiyyəti və digər mülkiyyət əsasında yaradıla bilər. Kiçik müəssisələr qanunla qadağan edilməyən istənilən fəaliyyətlə məşğul ola bilər.

Azərbaycanda kiçik və orta sahibkarlığın (bundan sonra – KOS) inkişafı iqtisadiyyatın diversifikasiyası, rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması, məşğulluğun təmin edilməsi, istehlak mallarına olan tələbatın yerli resurslar hesabına ödənilməsi və iqtisadi inkişafın təmin edilməsi baxımından xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Belə ki, inkişaf etmiş ölkələrdə KOS-un ÜDM və məşğulluqdakı xüsusi çəkisinə nəzər saldıqda belə qənaətə gəlmək olur ki, Azərbaycanda da davamlı iqtisadi inkişafın təmin edilməsində KOS-un əsas hərəkətverici amilə çevrilməsi qarşıda duran əsas çağırışlardandır.

2014-cü il 26 dekabr tarixli 964 nömrəli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasında sənayenin inkişafına dair 2015-2020-ci illər üçün Dövlət Proqramı”nda sahibkarlığın inkişafı, biznes mühitinin daha da yaxşılaşdırılması, sahibkarların hüquqlarının və qanuni mənafələrinin müdafiəsi mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi sahəsində tədbirlərin

görülmesi nəzərdə tutulmuşdur. Ölkədə məşğulluğun təmin edilməsi, qeyri-neft ixracının artırılması, biznes mühitinin inkişafı kimi strateji məsələlərdə sahibkarların rolunun yüksəldilməsinə, cəmiyyətdə sahibkarlığa dəstək əhvali-ruhiyyəsinin artırılmasına təkan vermək məqsədilə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 21 aprel tarixli 1988 nömrəli Sərəncamı ilə aprel ayının 25-i Azərbaycanda “Sahibkarlar Günü” kimi təsis edilmişdir.

Ölkədə KOS subyektlərinin inkişafına birbaşa təsir edəcək islahatların ünvanlılığının təmin olunması üçün Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2015-ci il 5 iyun tarixli 215 nömrəli “İri, orta və kiçik sahibkar meyarları”nın təsdiq edilməsi haqqında” qərarı ilə KOS subyektlərinin meyarları müəyyənləşdirilmişdir. Meyarlara uyğun olaraq 2015-ci il üzrə qeydiyyatdan keçmiş hüquqi və fiziki sahibkarlıq subyektlərinin 1 faizi iri, 2 faizi orta, 97 faizi isə kiçik sahibkarlardır.

#### **İri, orta və kiçik sahibkar meyarları**

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

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabineti

Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatlarına görə, 2015-ci ildə qeyri-neft sektorunda kiçik sahibkarlıq subyektlərinin payı əlavə dəyərdə 5,8 faiz, ümumi mənfəətdə 0,7 faiz, işçilərin illik orta sayında 6,5 faiz və əsas kapitalla yönəldilmiş investisiyalarda 9,2 faiz təşkil etmişdir. Bu məlumatlar kiçik sahibkarlıq subyektini hesab olunan hüquqi və fiziki şəxsləri əhatə edir və 1 iyul 2016-cı il tarixinə ölkədə fəaliyyət göstərən müəssisələrin 83017 vahidi və ya 79,7 faizi (şəkil 3) bu müəssisələrin payına düşmüşdür. Həmçinin bu tarixə ölkə üzrə mövcud olan kiçik müəssisələrin əsas hissəsi ticarət (31,2 faiz), tikinti (12,1 faiz), kənd təsərrüfatı (10,7 faiz) və digər sahələrdə xidmətlərin göstərilməsi (13,5 faiz) üzrə fəaliyyət göstərmişdir.

Azərbaycanda KOS-un və bütövlükdə, ölkə iqtisadiyyatının inkişaf etdirilməsi üçün güclü potensial və geniş imkanlar mövcuddur. Bunun üçün ümumi biznes mühitinin yaxşılaşdırılması, maliyyə resurslarına çıxış imkanlarının daha sərfəli və effektiv təşkil edilməsi, kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin yerli və xarici bazarlara çıxışının təmin edilməsi, bacarıqlı və ixtisaslı kadr təminatının yaradılması atılmalı olan vacib addımlardandır. Regionda və dünyada iqtisadi sahədə gedən proseslər KOS subyektlərinin sahibkarlıq subyektləri ilə kooperasiyasının dərinləşdirilməsini və dövlət dəstəyinin artırılmasını bir daha önə çəkir. Belə ki, iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi məqsədilə KOS subyektlərinin potensialının tam gerçəkləşdirilməsi üçün bu sahədə bir sıra dəyişikliklərin edilməsi zərurəti vardır. Qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi istiqamətində müəyyən qədər irəliləyişlər olsa da, hələ də bəzi təkmilləşdirmələr edilməlidir. Belə ki, özəl kredit bürosu, daşınar əmlakın yüklülüyü reyestri və təminatlı əqdlərin tənzimlənməsi kimi məsələlər üzrə qanunvericilik bazası təkmilləşdirilməlidir. Sahibkarlıq, o cümlədən KOS siyasətinə dair vahid yanaşmanın, innovasiyaların, beynəlxalq standartların daha geniş

tətbiqi, ixrac bazarlarının araşdırılmasında dövlət dəstəyinin artırılması, maliyyə, konsaltinq və digər dəstək mexanizmlərinin daha da genişləndirilməsi, dövlətin dəstək alətləri üçün monitoring və qiymətləndirmə mexanizmlərinin yaradılması üçün prioritetlər müəyyənləşdirilməli və ölkədə sahibkarlığın inkişafı ciddi dəstəklənməlidir.

Mikro, kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2018-ci il 21 dekabr tarixli 556 nömrəli qərarı ilə təsdiq edilmiş mikro, kiçik, orta və iri sahibkar meyarlarına uyğun olaraq müəyyən edilmişdir. Mikro sahibkarlara işçilərinin orta siyahı sayı 10 nəfərədək, illik gəliri 200 min manatadək olan, kiçik sahibkarlara işçilərinin orta siyahı sayı 11 nəfərdən 50 nəfərədək, illik gəliri 200 min manatdan 3000 min manatadək olan, orta sahibkarlara işçilərinin orta siyahı sayı 51 nəfərdən 250 nəfərədək, illik gəliri 3000 min manatdan 30000 min manatadək olan müəssisələr aid edilirlər.

### 1. Fəaliyyətdə olan mikro, kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin sayı

| Göstəricilər                                 | 2018          |                |                   |
|--|---------------|----------------|-------------------|
|  | Cəmi          | o cümlədən     |                   |
|  |               | Hüquqi şəxslər | Fərdi sahibkarlar |
| <b>Sahibkarlıq subyektlərinin ümumi sayı</b> | <b>244883</b> | <b>26389</b>   | <b>218494</b>     |
| Mikro sahibkarlıq subyektlərinin sayı        | 237815        | 19321          | 218494            |
| Kiçik sahibkarlıq subyektlərinin sayı        | 4930          | 4930           | -                 |
| Orta sahibkarlıq subyektlərinin sayı         | 2138          | 2138           | -                 |

### 2. Mikro, kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin əsas makro-iqtisadi göstəriciləri

| Göstəricilər  | 2018    |            |        |        |
|---|---------|------------|--------|--------|
|   | Cəmi    | o cümlədən |        |        |
|   |         | Mikro      | Kiçik  | Orta   |
| Yaradılmış əlavə dəyər*, milyon manat   | 9836,6  | 4467,8     | 1235,5 | 4133,3 |
| İşçilərin sayı, min nəfər   | 283,4   | 35,0       | 76,1   | 172,4  |
| Orta aylıq nominal əməkhaqqı, manat   | 445,3   | 294,9      | 373,5  | 517,1  |
| Əsas kapitalla investisiyalar, milyon manat   | 6953,0  | 2831,5     | 1046,7 | 3074,8 |
| Yüklənmiş malların, yerinə yetirilmiş işlərin, göstərilmiş xidmətlərin dəyəri, milyon manat | 17401,6 | 7082,9     | 2282,0 | 8036,8 |

**3. İqtisadi fəaliyyət növləri üzrə işləyənlərin sayında mikro, kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin payı**

| İqtisadi fəaliyyət növləri                         | İşləyənlərin sayında payı, faizlə |             |             |
|--|-----------------------------------|-------------|-------------|
|  | 2018                              |             |             |
|  | Mikro                             | Kiçik       | Orta        |
| <b>İqtisadi fəaliyyət növləri üzrə cəmi</b>        | <b>5,3</b>                        | <b>11,5</b> | <b>26,1</b> |
| <i>o cümlədən:</i>                                 |                                   |             |             |
| Kənd təsərrüfatı, meşə təsərrüfatı və balıqçılıq   | 11,3                              | 17,4        | 28,6        |
| Sənaye   | 1,7                               | 6,6         | 26,2        |
| Tikinti  | 3,1                               | 9,5         | 30,1        |
| Ticarət; nəqliyyat vasitələrinin təmiri            | 5,2                               | 11,4        | 16,9        |
| Nəqliyyat və anbar təsərrüfatı                     | 2,1                               | 7,3         | 19,6        |
| Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai yaşə        | 6,7                               | 20,2        | 31,9        |
| İnformasiya və rabitə                              | 6,2                               | 12,7        | 42,4        |
| Daşınmaz əmlakla əlaqədar əməliyyatlar             | 13,2                              | 25,0        | 20,6        |
| Təhsil   | 17,0                              | 17,6        | 44,9        |
| Əhaliyə səhiyyə və sosial xidmətlərin göstərilməsi | 13,9                              | 24,8        | 44,5        |
| Digər sahələr                                      | 14,7                              | 22,2        | 27,6        |