



“Qadın Gücünə GÜC” layihəsi
Qadınların Sosial, İqtisadi və Siyasi İştirakçılıqda Gücləndirilməsi

SAHİBKAR OL

SAHİBKARLIQ BƏLƏDÇİSİ

Sabit Bağırov

SAHİBKARLIQ BİLİKLƏRİ

PRAKTİK MƏSLƏHƏTLƏR

BİZNES ŞƏRTLƏRİ

SAHİBKARLIQ TESTİ

QANUNVERİCİLİK TƏLƏBLƏRİ

SAHİBKAR OL

Bakı 2015, 56 səh.

Müəllif: Sabit Bağirov

Bu nəşr Avropa İttifaqı və Konrad-Adenauer Fondu tərəfindən maliyyələşdirilən və Sahibkarlığa və Bazar İqtisadiyyatının İnkişafına Yardım Fondu (SBİİYF) ilə əməkdaşlıq çərçivəsində həyata keçirilən “QADIN GÜCÜNƏ GÜC” layihəsi zamanı hazırlanmışdır. Bu nəşrin məzmunu heç bir halda Avropa İttifaqı və Konrad Adenauer Fondunun fikirlərinin əks olunması kimi sayıla bilməz.

**The publication has been produced within the framework of the project “POWER TO WOMEN”, implemented by Konrad-Adenauer-Stiftung (KAS) in partnership with Entrepreneurship Development Foundation (EDF) with financial support of European Union (EU) and Konrad-Adenauer-Stiftung (KAS).
The contents of the publication can under no circumstances be regarded as reflecting the position of the European Union or the Konrad-Adenauer-Stiftung.**

MÜNDƏRİCAT

Ön söz	5
1. Sahibkarlıq barədə ümumi məlumat	6
□ Sahibkarlıq nə deməkdir?	6
□ Nəyə görə insan sahibkar olmaq qərarına gəlir?	7
□ Sahibkarlıq yalnız sahibkarlar üçün mü faydalıdır?	8
□ Sahibkar olmaq barədə düşünən kəs hansı tərəddüdləri yaşayır?	9
□ Sahibkarlıq fəaliyyətinə başlayan nələrə nəzərə alınmalıdır?	13
□ Biznesin qurulmasında mühüm işlər	14
□ Biznes-ideya	15
□ Sahibkarlıq ideyasının dəyərləndirilməsi	17
□ Bəzi uğurlu biznes ideyalar	20
2. Bəzi praktik məsləhətlər	23
□ Bankdan və bank olmayan kredit təşkilatından borc (kredit) almaq imkanları	23
□ Sahibkarlıq fəaliyyəti üçün vacib qanunvericilik aktları	27
□ Sahibkarlıq fəaliyyətinin əsas hüquqi formaları	29
□ Sahibkarlıq fəaliyyəti üçün yer	31
□ Vergi və sosial sığorta öhdəliklərinin icrası	34
□ İşçi qüvvəsindən istifadənin rəsmiləşdirilməsi	36
3. Siz tək deyilsiniz	37
4. Sahibkarlığa hazır olduğunuzu bir daha testdən keçirin	38
5. Testdən keçənlər üçün əlavə məlumatlar	39
□ Biznes-layihə	39
□ Biznes-plan	41
□ Biznes-plan nümunələri	51
□ Biznes-planın uğur sirləri	52
□ Dövlət orqanlarına hesabatların təqdim edilməsi	53
Son söz	54

ÖN SÖZ

Bu kitabça sahibkarlıq fəaliyyəti barədə ilkin, lakin əsas məlumatları əldə etmək istəyənlər üçün hazırlanıb. Sahibkarlıq fəaliyyəti barədə düşünən hər kəs burada onu maraqlandıran bir çox suallara cavab tapa bilər.

Azərbaycan iqtisadiyyatında özəl sektorun rolu çox yüksəkdir. Həm Ümumi Daxili Məhsulda, həm də məşqulluqda on minlərlə özəl şirkətlərin və yüz minlərlə fərdi sahibkarların töhfəsi dövlət qurumlarının töhfəsində xeyli böyükdür. Bununla belə özəl sahibkarlığın daha da inkişafında hələ ki, bizi qane etməyən sahələr var. Bunlardan biri qadın sahibkarlığıdır. İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyinin məlumatlarına əsasən fərdi sahibkarların yalnız 19%-i qadınlardır. Bu da Bakı şəhərinin sayəsində əldə olunan nəticədir (Bakıda fərdi sahibkarların 39.4%-i qadındır). Regionlara nəzər salsaq görürük ki, buradakı vəziyyət ümumölkə durumu ilə müqayisədə daha acınacaqlıdır. Məsələn, Abşeron iqtisadi rayonunda fərdi sahibkarların yalnız 5.2%-i qadındır, Naxçıvan iqtisadi rayonunda – 2.4%, Lənkəran iqtisadi rayonunda – 5.2%, Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonunda – 6.8%, Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonunda – 5.7%.

Şirkət menecerlərinə gəldikdə isə vəziyyəti qiymətləndirmək ümumiyyətlə mümkün deyil, çünki bu məsələyə dair statistik məlumatlar mövcud deyil. Lakin müşahidələr onu göstərir ki, ölkəmizdə qadın menecerlərin sayı çox aşağı səviyyədədir. Məsələn, Türkiyədə xanım menecerlər 10% təşkil edirlər, ABŞ-də 42%, Fransada 39%, Böyük Britaniyada 37%, Almaniyada 30%. [1]

Qadın sahibkarlığın ölkəmizdə zəif inkişafının bir neçə səbəbi var. Bunların arasında həm mentalitet (tarixi inkişafın, milli ənənələrin nəticəsi olaraq), həm də məlumatlılığın və təbliğatın zəif olması səbəbləri də var. Əlbətdə mentalitet çox güclü amildir və onun dəyişməsi (oxucularımız arasında bunun lazım olduğunda tərəddüd edənlər yəqin ki, az deyil) zaman tələb edəndir. Lakin qadınların sahibkarlıq barədə məlumatlılığını artırmaq, onları bu sahədə fəallığa təşviq etmək kifayət qədər qısa müddətdə mümkün olan işdir. Məhz bu sahədəki boşluğu doldurmaq həm rəsmi orqanların, həm də qeyri-hökumət qurumlarının üzərinə düşən vəzifədir və onun yerinə yetirilməsi, o cümlədən sahibkarlıq bələdçilərinin nəşri ilə mümkündür.

[1] - *The Gender Global Entrepreneurship and Development Index (GEDI)*, by Global Entrepreneurship and Development Institute with the generous support of The Dell Women's Entrepreneur Network, 2014

SAHİBKARLIQ NƏ DEMƏKDİR?

Sahibkarlıq insan fəaliyyəti növlərindən biridir. Müəllimlik, həkimlik, məmurluq, polis işi, aşbazlıq və s. kimi. Bütün bu fəaliyyət növləri üçün ümumi olan cəhətlər də var, fərqlər də az deyil. Ən böyük fərq ondadır ki, sahibkarlıq fəaliyyəti insanın öz-özünü qazancla təmin etmək təşəbbüslərinə əsaslanır. Sahibkar bu qazancı əldə etmək üçün öz məhsulunu və ya xidmətini digər insanlara təklif edir, satır və qazanc əldə edir.

Digər fəaliyyətlərlə məşğul olanlar isə istehsal etdikləri məhsulu və ya xidməti deyil, əməyini satır və əvəzində maaş və ya xidmət haqqı alırlar.

Azərbaycan qanunvericiliyində sahibkarlıq məfhumunun rəsmi açılışı var.

“Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında” Qanuna əsasən (Maddə 1):

Sahibkarlıq fəaliyyəti şəxsin müstəqil surətdə həyata keçirdiyi, əsas məqsədi əmlak istifadəsindən, əmtəə satışından, işlər görülməsindən və ya xidmətlər göstərilməsindən mənfəət götürülməsi olan fəaliyyətdir.

Sahibkar istehsal edəcəyi məhsulun və ya göstərdiyi xidmətin seçilməsində tam sərbəstdir. İstər çörək bişirib və ya corab toxuyub sata bilər, istərsə də daşıma və ya avtoyuma xidmət məntəqələri yarada bilər. Fəaliyyət növü seçimi ilə bağlı qərarı sahibkar özü verir. Əlbəttə yanında məsləhət verən ola bilər, lakin son qərar özünüdür.

NƏYƏ GÖRƏ İNSAN SAHİBKAR OLMAQ QƏRARINA GƏLİR?

Sahibkar olmaq qərarı əksər hallarda aşağıdakı səbəblərdən birinə və ya bir neçəsinə əsaslanır:

- **Özünü və ailəsini təmin etmək.** İnsan qazanc mənbəyi tapa bilmir, heç yerdə, nə dövlət qurumlarında, nə özəl şirkətlərdə ona iş tapılmır. Nə etsin? Yollardan biri nəsə istehsal etmək (məsələn, paxlava bişirmək, xalça toxumaq, rəsm çəkmək, paltar tikmək, çərçivə düzəltmək və s.) və bazara çıxarmaq ola bilər. Və ya xidmət göstərmək: saç düzəni, avtoyuma, elektrik cihazlarının təmiri və sair xidmət məntəqələrini yarada bilər;
- **Daha yaxşı yaşamaq.** İnsan haradasa işləməklə (bu, dövlət qurumu və ya özəl şirkət ola bilər) özünü və ailəsini minimum və ya orta səviyyədə təmin edə bilər. Lakin o, istər ki, ailəsinin mənzil şəraiti daha gözəl olsun, daha bir avtomobili olsun, hər il bir – iki dəfə xaricə dincəlməyə gedə bilsin. Maaşı isə bunun üçün yetərli deyil. Nə etsin? Əlavə qazanc əldə etmək yollarından biri sahibkarlıq ola bilər;
- **Xeyriyyəçiliklə məşğul olmaq.** İnsan haradasa işləməklə (bu, dövlət qurumu və ya özəl şirkət ola bilər) özünü və ailəsini minimum və ya orta səviyyədə təmin edə bilər. Lakin xeyriyyəçiliklə də məşğul olmaq arzusundadır. Nə etsin? Xeyriyyəçilik üçün əlavə qazancı haradan əldə etsin? Yollardan biri sahibkarlıqla məşğul olmaqdır;
- **Xərclər tələb edən xobbi ilə məşğul olmaq.** Məsələn, yüksək xərclər tələb edən idman növləri (qolf, alpinizm və s.), elmi axtarışlar, kolleksiya yığmaq, səyahətlər və s. Bu xərcləri qarşılamaq üçün əlavə qazancları sahibkarlıqla əldə etmək mümkün ola bilər və sair.

Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası

Maddə 59. Azad sahibkarlıq hüququ

Hər kəs qanunla nəzərdə tutulmuş qaydada öz imkanlarından, qabiliyyətindən və əmlakından sərbəst istifadə edərək təkbaşına və ya başqaları ilə birlikdə azad sahibkarlıq fəaliyyəti və ya qanunla qadağan edilməmiş digər iqtisadi fəaliyyət növü ilə məşğul ola bilər.

SAHİBKARLIQ YALNIZ SAHİBKARLAR ÜÇÜN MÜ FAYDALIDIR?

Xeyr. Sahibkarlıq dövlət və cəmiyyət üçün də vacib amildir.

Çünki:

- Yeni ideyalar gətirir
- Texniki tərəqqiyə təkan verir
- Yeni mallar istehsal edir və xidmətlər göstərir
- Yeni iş yerləri açır
- Yeni varidat yaradır
- İstehlakçıların tələbatını ödəyir.

Bu gün Azərbaycan iqtisadiyyatında özəl sahibkarlığın rolu çox yüksəkdir. Ümumdaxili Məhsulda onun payı 85%-dən artıqdır (15 il öncə bu pay 40% qədərində idi).

Sahibkar daima axtarışda olan insandır. O, gah istehsal etdiyi malın və göstərdiyi xidmətin keyfiyyətinin yüksəldilməsi, gah da istehsalın səmərəliliyinin artırılması yollarının, və ya yeni bazarların və müştərilərin axtarışında olur. Daha yüksək səviyyəli mütəxəssislərin, ustaların axtarışında da onun qayğılarına daxildir. Axtardıqları bunlarla tamamlanmır. Yeni materiallar, alətlər, texnologiyalar, cihazlar, partnyorlar və sair onun axtarış predmeti ola bilər. Bu axtarış prosesləri çox vaxt yeni ideyalarla müşahidə olunur və bu zaman sahibkar daha yüksək qazanclar əldə edə bilər. Bu axtarışların nəticəsi bir çox hallarda eyni zamanda texniki tərəqqiyə də yol açır. Texniki tərəqqi isə tək həmin sahibkarın yox, ölkənin güclənməsi deməkdir.

Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatlarına əsasən 2013-cü ildə ölkə iqtisadiyyatında məşğul olanların sayı 4 milyon 521 min nəfər olub və bunlardan 3 milyon 352 mini, yəni təxminən 75%-i özəl sektorda işləyənlər olub. Bu da məhz sahibkarların töhvəsidir.

SAHİBKAR OLMAQ BARƏDƏ DÜŞÜNƏN KƏS HANSI TƏRƏDDÜDLƏRİ YAŞAYIR?

Sahibkarlıq fəaliyyətinə başlamaq istəyənlər adətən aşağıdakı tərəddüdləri yaşayır:

- Hansı sahibkarlıq fəaliyyəti növü uğurlu ola bilər?
- Pul tapa biləcəyəmmi?
- Hazırkı qazanc mənbəyimi atsam, ailəmi necə təmin edərdəm?
- Bacararammı?
- Ailəmdə problemlər yaranmaz ki?
- Yaşım ötməyib ki?
- Yaşım çatıbmi?
- Sağlamlığımla imkan verəcəkmimi?

Hansı sahibkarlıq fəaliyyəti növü uğurlu ola bilər?

Sahibkar olmaq istəyən hər kəs üçün bu, əsas suallardan birincisidir. “Mən nə ilə məşğul olum?”. Bu suala cavab tapmağa çalışarkən həmin kəs öz bacarıqlarını gözədən keçirir, sahibkarlıqla uğurla məşğul olan digərlərinin (qohum, dost, rəfiqə, tanış, qonşu və s.) fəaliyyətinə diqqət yetirir. Əgər Sizin hansısa sahədə gözəl bacarığınız, əl qabiliyyətiniz varsa, gələcək sahibkarlıq fəaliyyəti üçün məhz bu sahəni seçmək məsləhətdir. Təcrübə göstərir ki, bu seçim çox vaxt uğurlu olur.

Amma başqa sahəni seçərsinizsə, həmin sahə üzrə qabiliyyəti olan insanı cəlb etməli olacaqsınız, bu isə xərclərinizi artıracaq və məhsulunuzun və ya xidmətinizin qiymətini yüksəldəcək. Nəticədə isə həmin sahədə işləyən digər sahibkarlarla rəqabətdə uğur qazanmaq şansı azalacaq.

Pul tapa biləcəyəmmi?

Sahibkarlıq fəaliyyətinə başlayan adətən müəyyən məbləğlərdə xərc çəkməli olur. Məsələn, Siz yol kənarında təndir çörəyi bişirib satmaq istəyirsinizsə, xərcləriniz bu təndirin quraşdırılması, ilkin odun topası, maşa və s. məsrəflər həcmində olacaq. Bu, elə də böyük xərclər deyil.

Bir qədər çox xərc dərziliklə məşğul olmaq istəyəni gözləyir. Tikiş maşını, xüsusi aksesuarlar almaq üçün xərclər təndir çörəyi biznesinin qurulmasına tələb olunan xərclərdən bir qədər çox olacaq.

Siz gözəl avtomobil ustasıınızsa və avtoservis yaratmaq istəyirsinizsə, ilkin xərcləriniz (investisiyanız və ya öz dilimizlə desək sərmayə yatırımınız) yuxarıdakı sahibkarlıq sahələri ilə müqayisədə xeyli yüksək olacaq. Siz xüsusi avadanlıq, alətlər və cihazlar almalısınız, avtoservis üçün uyğun bir yer icarəyə götürməli və ya tikməlisiniz.

Bu misallardan gördüyümüz kimi, seçdiyiniz biznes sahəsindən asılı olaraq ilkin xərcləriniz (sərmayə yatırımınız) bir neçə yüz manatdan on minlərlə manata qədər dəyişə bilər (əlbəttə, biz kiçik biznesdən söhbət aparırıq). Bu vəsaitlər özünüzdə yoxdursa, onu haradan əldə etmək olar? Bunun bir neçə yolu var:

- Qohum, dost, rəfiqə və tanışdan borc götürmək;
- Bankdan və bank olmayan kredit təşkilatından borc (kredit) almaq;
- Qurduğunuz biznesə şərikləri cəlb etmək (bu zaman onların da vəsaitlərindən istifadə etmək mümkün olacaq).

Bankdan və bank olmayan kredit təşkilatından borc (kredit) almaq imkanları barədə sonrakı səhifələrdə geniş məlumat verilir.

Hazırkı qazanc mənbəyimi atsam, ailəmi necə təmin edəcəyəm?

Siz haradasa işləyirsinizsə (dövlət qurumu, təhsil ocağı, şirkət və s.) və bu iş yeri ailənizin əsas gəlir mənbəydirsə, təbii ki, bu gəlir mənbəyini atıb, öncədən müvəffəqiyyətində əmin olmadığınız sahibkarlığa ümidlərinizi bağlamaq düşündürücüdür. Ona görə, seçdiyiniz gələcək biznes sahəniz böyük sərmayə yatırımı tələb edirsə, gözlənilən xərc və gəlir axınları ciddi təhlil edilməlidir. Bu təhlillərin aparılması üsullarını biz sonrakı səhifələrdə nəzərdən keçirəcəyik. Ən yaxşı variant mövcud iş yerini atmadan paralel olaraq kiçik həcməldə biznesə başlamadır. Bir müddət özünüzdə sahibkar kimi sınaqdan keçirdikdən sonra tam şəkildə bizneslə məşğul olmaq barədə daha böyük arxayınlıqla qərar qəbul edə bilərsiniz.

Bacararammı?

Təcrübə göstərir ki, kiçik biznesi yaradan özünün hansısa bacarığına, ustalığına (məsələn, dadlı şirniyyat bişirmə, xalça, makrome və ya corab toxuma, dərzilik, zənbil düzəltmə, avtomobil təmiri, saç düzəni və s.) əsaslanırsa, o heç də az olmayan halda uğur qazana bilər. Sadəcə olaraq bu bacarıqlara bazarla işləmək, öz malının və ya xidmətinin alıcı şəbəkəsini qurmaq, biznesini rəsmi qeydiyyatdan keçirmək, vergi ödəmək və bir sıra

digər biliklər əlavə edilməlidir. Sonrakı səhifələrdə bunlar barədə lazım olan məlumatlar verilir.

Əgər Siz bazarda alıcı tapa biləcək mal istehsal etməyi bacarmırsınızsa, biznesinizi qurmaqdan öncə xüsusi kurslarda bu bacarıqları əldə edə bilərsiniz.

Ailəmdə problemlər yaranmaz ki?

Bu sual xüsusi olaraq evdar xanımlar üçün aktual ola bilər. Çünki sahibkarlıqla məşğul olmağa başlayan xanımın ailəsinə ayırdığı vaxt xeyli daralır. Bu da ailə üzvlərinin etirazına əsas ola bilər. Etiraza səbəb itkilərdən (tək zaman deyil, maliyyə də daxil) ehtiyatlanma da ola bilər. Belə vəziyyətdə nə etməli? Əgər Sizin sahibkarlıqla məşğul olmaq istəyiniz bir-iki ifadə ilə ailə başçısına və ya üzvlərinə bildirilibsə və bu niyyətiniz rədd edilibsə həvəsdən düşməyin. İlk öncə gələcək sahibkarlıq fəaliyyətinizi çalışın hərtərəfli təhlil edin (ailə üzvlərindən gizlin də ola bilər). Gözlənilən xərclər (maliyyə vəsaiti və zaman) və gəlirləri hesablayın. Lazım gələrsə məsləhətçi tapıb onun köməyindən faydalanın. Çalışın bu təhlilləri kağız üzərində əks etdirəsiniz. Əgər hesablamalara əsasən gözlənilən gəlirlər sahibkarlıq fəaliyyətinizə çəkiləcək xərcləri xeyli üstələyirsə, ailə üzvləri ilə bir daha məsələni müzakirə edin. Belkə bir neçə dəfə bunu səbrlə etməli olacaqsınız. Əgər bu müzakirələrin sonunda ailə başçısı razılığını verirsə işə başlaya bilərsiniz. Əks halda ya niyyətinizdən birdəfəlik daşın və ya bir müddət keçdikdən sonra yenə cəhd edin.

Yaşım ötməyib ki?

İstənilən yaşda biznesə başlamaq olar. Təşəbbüs Sizindir və yaşınızdan asılı olmayaraq Siz bu təşəbbüsü gerçəkləşdirmə haqqına maliksiniz. Məsələn, bu gün dünyada məşhur olan McDONALD'S şirkətinin (Azərbaycan da daxil olmaqla 119 ölkədə 35 min işə müəssisəsi) yaradıcısı olan McDonald qardaşlarından böyüyünün 52 yaşı var idi. Dünyada məşhur olan digər şirkətin – KFC-nin (Azərbaycan da daxil olmaqla 118 ölkədə, 18 mindən artıq işə müəssisəsi) yaradılması ideyası onun yaradıcısı Harland David Sander-sin ağılına 66 yaşında olduqda gəlmişdir. Əlbəttə, ideya yarandıqdan sonra şirkəti genişləndirmək üçün illər tələb olunur. Harland David Sanders 90 ilə yaşamış və bunu edə bilmişdir.

Yaşım çatıbmı?

Bu sualı da özünə verənlər tapılar. Amma bir çox tanınmış biznesmenlərin hələ uşaqkən qazanmağa başladıkları ilə bağlı bir çox misallar var. Məsələn, Uorren Edvard Baffet (Warren Edward Buffett, 1930, 30 avqust tarixində Omaha, Nebraska, ABŞ-da anadan olub) dünyada ən nəhəng və tanınmış sərmayəçidir. Baffet 6 yaşında ikən mağazadan bir qutu koka-kolanı 25 sentə alır və 6 şüşədən hər birini 5 sentə satır. Ümumi gəliri 30 sent, mənfəəti isə 5 sent təşkil edir. Beləliklə, biznesmen oğlan öz ilk mənfəətini əldə edir. 11 yaşında Baffet özünü birjada sınayır. Atasından borc aldığı pula “Cities Service” şirkətinin 3 imtiyazlı səhmini alır və sonra onları sataraq 5 dollar qazanc əldə edir. Bu, həmişəlik sərmayəçinin yaddaşında qalır. Baffet dünyada ən dövlətli insanlardan biri və var-dövlətinin həcminə görə ABŞ sakinləri arasında 2-ci yer tutur. O, “Omahalı orakul” ləqəbi ilə məşhurdur. 10 min dollar həcmində ilk kapitalını Uorren uğurlu biznes ideya – bərbərxanalarda pinbol üçün avtomatları yerləşdirməklə qazanır. 2010-cu ildə Uorren Baffetin var-dövləti 47 mlrd. dollar həcmində qiymətləndirilmişdi.

Sağlamlığım imkan verəcəkmi?

Sağlamlıq çox vacib amildir. Sahibkarlıq fəaliyyəti heç də hamar deyil. Gərgin və əsəbi günlər az olmur. Sahibkarlığa başlayan insan bunları nəzərə almağa məcburdur. Biznes fəaliyyəti növünü seçərkən də sağlamlıq məsələsi də nəzərdən keçirilməlidir. Məsələn, mədəsi narahatlıq doğuran insanın aşbazlıq sahəsində biznes qurması o deməkdir ki, aşbaz kimi başqasını bu biznesə cəlb etməli olacaq. Başqa misal: sahibkarlıq fəaliyyəti növü ayaqüstə aparılmalısa (məsələn, gözəllik salonlarında işləyənlər), gərək ayaqlarda problem olmasın.

Əks halda sahibkarlıq fəaliyyətiniz əzablı və mox güman ki, uğursuz olacaq. Məşhur bir biznesmen deyərdi ki: “İnsan üçün beş əsas dəyər var: 1) ailə, 2) sağlamlıq, 3) inanc, 4) məşquliyət, 5) var-dövlət. Bunlardan yalnız sağlamlıq itirildikdə bərpa olunmur, qalanlarını itirsəniz də yenidən əldə edə bilərsiniz”. Sağlamlıq mühüm amildir. Fikir verməyinizsə xarici biznesmenlər vaxtında və keyfiyyətli yeməyə, idmana və vaxtaşırı həkim muayinələrinə çox böyük əhəmiyyət verirlər.

SAHİBKARLIQ FƏALİYYƏTİNƏ BAŞLAYAN NƏLƏRİ NƏZƏRƏ ALMALIDIR?

Sahibkarlıq fəaliyyətinə başlamazdan əvvəl aşağıdakı çox vacib məsələlər nəzərə alınmalıdır:

- Sabahdan Sizin üçün yeni həyat başlayır. Gündəlik yaşam və iş rejiminiz dəyişəcək. Səhər tezdən yuxudan oyanmalı və qısa zamanda işə başlamalı olacaqsınız. İş gününüz isə əvvəlkindən daha uzun olacaq. Sizi bunlara heç kəs məcbur etməyəcək. Bu öz qərarınız olacaq. Çünki Siz kiməsə yox, özünüze işləyirsiniz və qazancınızın daha yüksək olmağını istəyirsinizsə bu iş rejiminə həvəslə razı olacaqsınız;
- Hər dəqiqə biznesiniz barədə düşünməli olacaqsınız. Tanış sahibkarlara fikir verin, daima düşüdükləri biznesləridir. Kimlərsə görüşəndə də ya öz biznesləri və ya kimlərinə işləri, ya da ki, ümumi iş mühiti barədə danışırlar;
- Ailə, istirahət və dostlarınız üçün vaxtınız azalacaq;
- Hər gün yeni problemlərlə qarşılaşacaq və təxirə salmadan onları həll etməli olacaqsınız. Bu problemlər xeyli fərqli ola bilər. Gah məhsulun istehsalı üçün xammal tapılmayacaq, gah ustanız xəstələnib işə çıxmayacaq, gah elektrik enerjisi kəsilmiş olacaq və sair və sair. Bunlar Sizi qətiyən ruhdan salmamalıdır. Belə problemlərlə hər sahibkar qarşılaşır. Onları səbrlə dəf edən isə daha çox qazanır;
- Xasiyyətinizi dəyişməli olacaqsınız. Utancaqsınızsa, bu xasiyyətinizi yaxşı mənada dəyişməlisiniz. İnsanlarla sərbəst ünsiyyət qurmaq bacarığınızı inkişaf etdirməlisiniz. Qaraqabağ sahibkarın uğur qazanmaq şansı azdır. Uğur qazanmaq üçün sahibkar bir qayda olaraq çalışır ki, tanışlar dairəsi və əlaqələri geniş olsun;
- Sizə simpatik olmayan insanlarla da yaxşı münasibət qurmali olacaqsınız. Çünki onlar Sizin potensial müştərilərinizdir;
- Rəqibləriniz meydana çıxacaq. Onlarla da davranış qaydalarına öyrəşməlisiniz.

BİZNESİN QURULMASINDA MÜHÜM İŞLƏR

Şəxs tərəfindən sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmaq barədə qərarın formalaşması. Bu qərarı qəbul edən kəs nəzərə almalıdır ki, təşəbbüs nə qədər gözəl olsa da, onun gerçəkləşməsi üçün böyük inad, səbr və bəlkə də cəsaret tələb olunacaq. Bunlardan başqa, ideyanı gerçəkləşdirmək üçün ciddi və hərtərəfli düşünülmüş fəaliyyət proqramı olmalıdır;

Biznes-ideyanın formalaşdırılması. Yəni Sizin yaratdığınız sahibkarlıq subyekti nə ilə məşğul olacaq? Nə istəsəl edəcək və ya hansı xidmətləri təklif edəcək?;

Biznes-layihənin hazırlanması. Bu sənəd orta və böyük bizneslər üçün önəmlidir. Kiçik bizneslər üçün Biznes-layihənin hazırlanması əksər hallarda gərəkdir. Biznes-layihələr barədə əsas məlumatlar sonrakı səhifələrdə təqdim edilir;

Biznes-planının hazırlanması. Bu sənəd də orta və böyük bizneslər üçün önəmlidir. Kiçik bizneslər üçün bu sənədin hazırlanması yalnız kredit aldıqda lazım ola bilər. Biznes-planı barədə əsas məlumatlar sonrakı səhifələrdə təqdim edilir;

Biznesin qeydiyyatdan keçirilməsi. Bu mərhələdə gələcək sahibkarlıq subyektinin hüquqi forması seçilir və uyğun qaydalara əsasən o, rəsmi qeydiyyatdan keçirilir. Bu barədə sonrakı bölmələrdə məlumat verilir;

Maliyyənin təmin edilməsi. Biznesin qurulmasında və ilk dövrdə işlədilməsində tələb olunan maliyyəni bir neçə yolla əldə etmək olar. Bunlardan ən vacibi bankdan kreditin alınmasıdır. Bu barədə sonrakı bölmələrdə məlumat verilir;

Lazımlı kadrların tapılması. Bu və ya digər kadri işə qəbul etməkdən öncə yaxşı-yaxşı fikirləşməlisiniz ki, Sizə necə adam lazımdır. Bu zaman tələblərinizi qələmə alıb onların siyahısını tərtib etmək çox vacibdir. Bu siyahıya işə qəbul etmək istədiyiniz adamın həm peşə bacarıqları, həm də insani keyfiyyətləri və xasiyyəti daxil edilməlidir. Unutmayın ki, kadri uğurlu seçilməsi gələcək müvəffəqiyyətinizin əsas amillərindən biridir.

BİZNES-İDEYA

Hər təşəbbüsün əsasında müəyyən bir ideyanın durduğu kimi, istənilən sahədə sahibkarlıq fəaliyyətinin əsasında da hansısa biznes-ideya olur. Biznes-ideyanın yaranması variantları əsasən bunlardır:

- təsadüfən ağılınıza hansısa sahibkarlıq ideyası gəlir;
- kənardan söylənməklə (o cümlədən, İnternetdən);
- tələb və təklif bazarının təhlili;
- idxalın təhlili;
- bənzərlik əsasında və sair.

Təsadüfən yaranan biznes-ideya demək olar ki, altşüurun məhsuludur. Lakin burada formalaşan ideya, çox güman ki, hansısa müşahidələrin, düşüncələrin, müqayisələrin insan beyninin sirli mexanizmləri tərəfindən işlənən, tədricən hazırlanan və birdən üzə çıxan fenomendir. Çıxa da bilər, çıxmaya da. Allahınımı işidir, yoxsa hansısa hadisələrin təkanı nəticəsidir, kimsə bilməz. Lakin belə ideya ağılımıza gəldikdə onu dərhal yadda saxlamaq, daha yaxşısı isə qələmə almaqdır.

Kənardan söylənən (dost, tanış və ya heç tanımadığınız adam) biznes-ideyaya da diqqətlə yanaşılmalıdır, onu da yadda saxlamaq və ya dərhal qələmə almaq lazımdır. Kənardan səsələnən ideya məhz Sizə ünvanlana da, ünvanlanmaya da bilər. Elə də ola bilər ki, bu ideya onu səsəlndirən insanın ağılına təsadüfən gəlib və o özü bu ideyanın dəyərini anlamır. Hazırda saysız-hesabsız biznes-ideyalar İnternetdən də əldə oluna bilər. Məsələn, ingilis və rus dilini bilirsinizsə, bu İnternet səhifələrdən faydalı ideyalar tapa bilərsiniz:

- <http://www.womenhomebusiness.com/blog/10-home-business-ideas-for-women-entrepreneurs.htm>
- <http://biznes-prost.ru/category/biznes-idei/kategoriya/na-domu>

Tələb və təklif bazarının təhlili nəticəsində də beynimizdə bisnes-ideya əmələ gələ bilər. Əgər Siz görürsünüz ki, hansısa mala və ya xidmətə böyük tələb var və onu ödəyəcək təklif yetərli deyil, demək, Siz də biznesinizi qurub, həmin malı istehsal edə və ya xidməti göstərə bilərsiniz.

Ümumiyyətlə, insanlar problemləri barədə danışmağı sevir. Bunlara diqqətlə qulaq asın və qələmə alın. Əgər bu və ya digər problem bir çox insanlar

tərəfindən söylənirsə, demək həmin problemin həllini Siz mal və xidmət formasında onlara təklif etsəniz, yəqin ki, alarlar, yəni Sizin müştəriniz ola bilərlər. Məsələn, xanım qonşularınız gileylənirsə ki, yaxındakı gözəllik salonunda saatlarla növbə gözləyirlər, demək daha bir gözəllik salonuna ehtiyac var, və bu da Sizin gələcək sahibkarlıq fəaliyyətiniz ola bilər.

İdxalın təhlili nəticəsində də biznes-ideya yarana bilər. İdxal edilən malları hər dükanda görmək olar. Belə malın istehsalını bəlkə Sizin yaradacağınız və ya genişləndirəcəyiniz biznes də təmin edə bilər.

Bənzərlik əsasında formalaşan ideyanın əsasında müqayisələr durur. Biz hansı məhsula və ya xidmətə bənzər məhsul istehsal etmək və ya xidmət göstərmək istəyə bilərik. Misal üçün, xaricə səfərlər zamanı yeni məhsulla və ya xidmətlə rastlaşaraq, biz onu ölkəmizdə təkrarlamaq fikrinə düşə bilərik.

Xarici bazardakı durumun təhlili. Xarici ölkədə səfərdə olarkən nəzərinizə çarpır ki, burada hansısa malın qiyməti Azərbaycandan xeyli yüksəkdir. Demək Siz bu ölkənin bazarına mal gətirə bilsəniz, qazanc əldə edəcəksiniz. Və ya qonşu ölkənin bazarında hansısa mal Azərbaycandakından xeyli ucuzdursa, bu da gələcək biznesiniz üçün əsas ola bilər.



SAHİBKARLIQ İDEYASININ DƏYƏRLƏNDİRİLMƏSİ

Sahibkarlıq ideyasının dəyərləndirilməsi, bir qayda olaraq, gözlənilən faydanın ilkin qiymətləndirilməsindən ibarətdir. Bunun aşağıdakı yolları var:

- elementar hesablamalar
- mövcud analoji layihələrlə müqayisə
- mütəxəssislərlə məsləhətləşmələr

Təbii ki, bu üsullar kiçik sahibkarlıq ideyasının dəyərləndirilməsi üçün yararlıdır. Böyük bizneslərin dəyərləndirilməsi yetərincə mürəkkəb maliyyə təhlillərini tələb edir. Qiymətləndirmənin məqsədi çəkilən xərclərin nəticəsi olaraq gözlənilən qazancın müəyyənləşdirilməsindən ibarətdir.

Elementar hesablamalar

Adətən bu hesablamaların əsasında istehsal ediləcək mal və ya göstərilən xidmət vahidinin maya dəyərini qiymətləndirilməsi və bazar qiyməti ilə müqayisəsi durur.

Məsələn, Siz çox dadlı ət qutabı bişirməyi bacarırsınız. Qutablarınızın alıcısı o zaman olar ki, təklif etdiyiniz bu dadlı qutabın qiyməti həddən artıq yüksək olmasın. Bu sahədə biznesə başlamazdan əvvəl bişirdiyiniz bir qutabın Sizə neçəyə başa gələcəyini dəqiq hesablayın. Bu zaman heç bir xərc növü unudulmamalıdır, un və duzdan tutmuş, sərf edilən suyun və qazın qiymətinədək. Bu hesablamalardan sonra, yaxşı olar ki, sınaq keçirəsiniz. 20 dəne qutabı bişirin və xərclərinizi (hər növü daxil) toplayıb 20-yə bölün. Alınan rəqəmi bazarda satılan ət qutabı ilə müqayisə edin. Bu müqayisə Sizə müvafiq qərarların qəbul edilməsinə yardım edəcək (həm qutaba qoyacağınız satış qiymətinə, həm də çəkisinə dair).

“Zərərsizlik nöqtəsinin hesablanması” üsulundan da istifadə etmək olar. Çəkilən xərclərin gəlirlərə bərabər olduğunu təmin edən malın istehsalı və satışı həcminə “Zərərsizlik nöqtəsi” deyilir. Bu həcmdən artıq istehsal edilən hər mal vahidi sahibkara mənfəət əldə etməyə imkan verir.

Mövcud analoji layihələrlə müqayisə

Kiməsə həmin məhsuldan istehsal edərək və ya xidmətdən göstərərək varlanırsa, demək, Siz də buna nail ola bilərsiniz əgər o xüsusi üstünlüklərə

malik deyilsə. Misal üçün, dünənə qədər qonşunuz çətinliklə başını dolandırırıdysa və bir müddət öncə paxlava bişirib satmaqla ailəsinin vəziyyətini xeyli yaxşılaşdırıbsa, demək, Siz də buna nail ola bilərsiniz.

Mütəxəssislərlə məsləhətləşmələr

Belə dost-tanışınız varsa, bu üsuldən mütləq istifadə etməyə dəyər.

Biznes-ideyanın gerçəkləşməsi ehtimalının təhlili

Aşağıdakı amillər:

- maliyyə ehtiyatlarının mövcudluğu və ya əlçatanlığı;
- avadanlıq və texnologiyalarla təminat;
- xammal və digər ehtiyatlar;
- kadrlar;
- ümumiyyətlə, uyğun şəraitin olması;
- risklər

nəzərə alınaraq, ilkin qiymətləndirmələr nəticəsində biznesi qurmaq və ya inkişaf etdirmək üçün tələb olunan vəsaitlər təxmini müəyyənləşdirilir.

Maliyyə ehtiyatlarının mövcudluğu və ya əlçatanlığı

Hətta biznesi qurmaq və inkişaf etdirmək üçün Sizin kifayət qədər maliyyə vəsaitiniz varsa belə, kredit resurslarından istifadənin məqsədəuyğunluğunu nəzərdən keçirməyə dəyər. Əgər kredit resursları üzrə faizlər hansısa bankda yerləşdirdiyiniz vəsaitləriniz üzrə faizlərdən azdırsa, təbii, belə kreditlərdən istifadə etməyə dəyər. İlk baxışdan bu, mümkün olmayan bir situasiyadır. Lakin nəzərə alsaq ki, kredit resurslarının qiyməti müxtəlif ölkələrdə xeyli fərqli ola bilər, qeyd edilən situasiyanın mümkünlüyü heç də istisna edilmir. Misal üçün, bu gün Azərbaycanın özündə Sahibkarlığın İnkişafı üzrə Milli Fondun kredit resurslarının qiyməti ilə kommersiya banklarından götürülən kreditlərin qiyməti arasında xeyli fərq var.

Avadanlıq və texnologiyalarla təminat

Əgər qurmaq və ya inkişaf etdirmək istədiyiniz biznesin nümunələri ətrafda varsa, Siz asanlıqla avadanlıq və texnologiyalar haqqında ilkin məlumat toplaya bilərsiniz. Yoxdursa, deməli, müxtəlif informasiya mənbələrindən istifadə etməlisiniz. Bunlar tanış və ya tanımadığınız insanlar, müxtəlif

dərgilər, kitablar və ən əsası INTERNET-dir. Avadanlıq və texnologiyalar barədə məlumat əldə edildikdən sonra lazım olan kadrlar məsələsini də qiymətləndirmək lazımdır. Belə kadrları Siz haradan cəlb edə bilərsiniz, bunlara nə qədər maaş verməli olacaqsınız, kadrların hazırlanması neçəyə başa gələ bilər.

Xammal və digər ehtiyatlar

Xammalın yerli bazarda olub-olmaması, yoxdursa xaricdən gətirilməsi imkanları, qiymətlər və sair məsələlər nəzərdən keçirilməlidir. Digər resursların da (enerji, su, komplektləşdirici və s.) problemlə olub-olmaması təhlil edilməlidir.

Ümumiyyətlə, uyğun şəraitin olması

Biznesin qurulması üçün uyğun şəraitin olması dedikdə bir çox amillər qeyd oluna bilər. Məsələn, biznesinizi qurmaq istədiyiniz yerdə elektrik enerjisi şəbəkəsinə qoşulmaq problemlidir, qazın təzyiqi lazım olan səviyyədə deyil, tullantı sular üçün çıxış yoxdur və bu tip digər şərtlərin təmin edilməməsi biznesin qurulmasında aşınmaz çətinliklər yarada bilər.

Risqlər

Məsələn, qurduğunuz biznes kəsintisiz və keyfiyyətli elektrik enerjisi ilə təmin olunmasını tələb edir. Belə biznesi quran sahibkar mütləq müvafiq riskləri qiymətləndirməlidir.

Risk növləri çox müxtəlifdir və seçdiyiniz biznes sahəsindən asılıdır. Əlbəttə, bütün biznes sahələri üçün ümumi risklər də var, məsələn, qanunvericiliyin dəyişməsi (vergi dərəcələri), təbii fəlakətlər və ya iqlim dəyişməsi, milli valyuta dəyərinin birdən birə artması və ya azalması və sair. Bu növ risklərlə yanaşı hər bir biznes sahəsinə məxsus olan risklər də var. Məsələn, əgər Sizin biznes təbii qazdan istifadə etməklə küre çöreyinin bişirilməsindən ibarətdirsə, deməli Siz qazın kəsintisiz təminatı riskini mütləq qiymətləndirməlisiniz.

BƏZİ UĞURLU BİZNES İDEYALAR

• Qulaq təmizləmə çöpləri

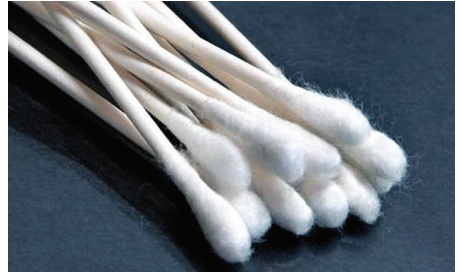


*Leo
Gerstenzang
(1892-1973)*

Bu ideyanın müəllifi Leo Gerstenzanq-dır. 1923-cü ilin bir günündə o, fikir verib ki, xanımı uşağın qulağını təmizləmək üçün diş çöpünün başına pambıq dolayıb bunu edir. Həmin dəqiqə ağına pambıqlı çöpün istehsalı ideyası gəldi. Bu çöpləri satmaqla Leo Gerstenzanq bir neçə ilə varlandı. Hazırda onun “Q-Tip” çöpləri ən məşhur brendlərdən biridir. “Tip” ingiliscə “uc” deməkdir, “Q” isə ingiliscə keyfiyyət - “quality” sözünün birinci hərfidir.



“Q-Tip”



“Q-Tip” çöpləri

• Polaroid fotokamerası



*Edvin
Lend
(1909 – 1991)*

ABŞ-ın Santa Fe şəhərində yaşayan fizik-alim Edvin Lend 1943-cü ildə 3 yaşlı qızı ilə gölün ətrafında gəzərək o zamankı fotokamera ilə onun şəkillərini çəkirmiş və birdən qız atasından soruşur ki, nəyə görə şekli dərhal fotokameradan almaq olmur. 4 illik tədqiqatlar və konstruktor işlərinin nəticəsində 1947-ci ildə fotoşekli dərhal almaq imkanı verən ilk fotokamera ictimaiyyətə təqdim edildi, 1 ildən sonra isə bazara çıxarıldı və dərhal populyar oldu.



Edvin Lend



Polaroid fotokamerası

• Qabyuyan maşın



Cozefin
Koçreyn
(1839 – 1913)

Bu maşının ilk ixtiraçısı Cozefin Koçreyndir. 19-cu əsrin 2-ci yarısı idi. Cozefin xanımın həyat yoldaşı imkanlı bir tacir idi və ailələri tez-tez qonaq qəbul edirdi. Bu ziyafətlərdən sonra çini qabları yuyarkən qulluqçular bunlardan bir neçəsini sındırmış. Cozefin xanım qərara gəlir ki, qabları yuyan maşın düzəltsin. 1886-cı ildə Cozefin xanım yaratdığı qabyuyan maşına patent aldı. Yeddi il sonra onun maşını Çikaqo sərgisində qalib çıxdı və 1893-cü ildə Cozefin xanım bu maşınları istehsal edən fabrik qurdu və uğurla biznesini davam etdi.



• Mallar Kataloqu



*Lilian
Vernon
(1927)*

Lilian Vernon (1927) sahibkarlıq fəaliyyətinə 1957-ci ildə poçt ticarəti ilə başlayır. Öncə 1954-cü ildə özünün ilk 16 səhifəlik ağ-qara kataloqunu nəşr edir. O, bu nəşrini 125000 sayda real və gözələnən sifarişçilərinin ünvanlarına poçtla göndərir. 1965-ci ildə fəaliyyətinin yetəri qədər inkişaf etməsi tam hüquqlu “Lilian Vernon Corporation” adlı şirkətin yaradılmasına əsas verir.

1987-ci ilə “Lilian Vernon Corporation” Amerika fond birjasının siyahılarına düşən, qadın tərəfindən əsası qoyulmuş ən iri biznes olmaqla böyük populyarlıq qazandı. Hər il təxminən 4 milyon sifarişçi onun kataloqlarından istifadə edərək hədiyyələr alır. Belə bir müvəffəqiyyət ona gətirib çıxardı ki, sahə liderləri Lilian Vernona “kataloqlar kraliçası” adını verdilər.

• Hilton oteli



*Konrad
Hilton
(1887–1979)*

1919-cu ilin iyununda 31 yaşlı Konrad Hilton (1887–1979) Texas ştatının Sisko şəhərinə gəlir. Öz ilk müəssisəsinin iflasını yenicə yaşamış və cibində cəmi 5 min dollar olan Konrad bank yaratmaq arzusunda idi. Hilton yerli Mobli (Mobley) mehmanxanasında qalır. Bir gün mehmanxananın foyesində boş otaq uğrunda mübarizə edən insan kütləsi onu heyrətə gətirdi və bu ona mehmanxana biznesi ilə məşğul olmaq ideyasını verdi. Beləliklə, Hilton Mobli mehmanxanasını alır və artıq bir ildən sonra Fort Vort şəhərində 1, daha sonra isə daha 2 kiçik otel alır.

1925-ci ilin avqustun 2-də təsisçisinin adını daşıyan ilk otelin – “Dallas Hilton”un tənənəli açılışı oldu. Yeni otel 325 otaqdan ibarət idi. Ona qədər Hilton hər il Texasda yeni otel açırdı. 1960-cı illərin sonunda Hilton ABŞ-da 40 və bir o qədər də ölkədən kənar otelin sahibi idi.

BANKDAN VƏ BANK OLMAYAN KREDİT TƏŞKİLATINDAN BORC (KREDİT) ALMAQ İMKANLARI

Bu gün ölkəmizdə kiçik sahibkarlar üçün ən sərfəli kreditlər İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyi nəzdində fəaliyyət göstərən Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu (bundan sonra SKMF) tərəfindən verilir [2]. Fondun fəaliyyəti müvafiq normativ sənədlərlə tənzimlənir. Bu sənədlərdən biri Fondun vəsaitlərindən istifadə Qaydalarıdır. Bu sənəddə göstərilir ki, sahibkarlara güzəştli kreditlər aşağıdakı məbləğlərdə verilir:

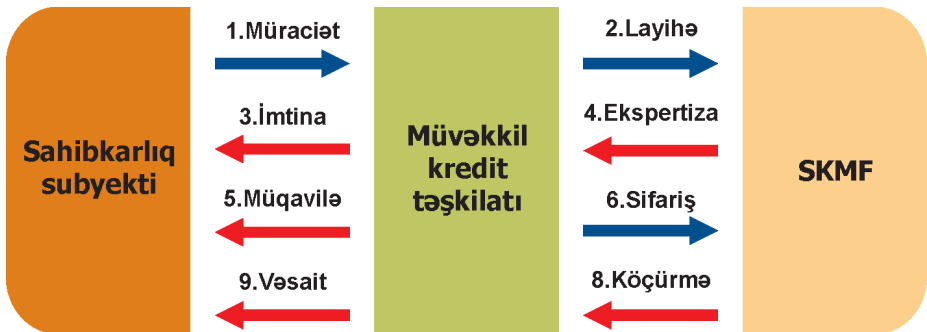
- Kiçik kreditlər – 5.000 – 50.000 manat;
- Orta kreditlər – 50.001 – 500.000 manat;
- Böyük kreditlər – 500.001 – 10.000.000 manat.

Kreditlər aşağıdakı müddətlərə verilir:

- Kiçik kreditlər – 3 il müddətinə qədər;
- Orta kreditlər – 5 il müddətinə qədər;
- Böyük kreditlər – 10 il müddətinə qədər.

Sahibkarlıq subyektlərinə faiz dərəcəsi 1%-dir. Müvəkkil kredit təşkilatlarına (bunlar barədə aşağıda qeydlər var) bu bir faizə 5% əlavə edirlər (bu təşkilatların rəsmi qazancı).

Güzəştli kreditlərin verilməsi mexanizmi belədir:



[2] - <http://anfes.gov.az/en/>

1. Sahibkarlıq subyektləri (fərdi sahibkar və ya şirkət. Bunların fərqi sonrakı səhifələrdə izah edilir) SKMF-in təyin etdiyi müvəkkil kredit təşkilatlarına (bunlar barədə aşağıda qeydlər var) müraciət edir;
2. Müvəkkil kredit təşkilatları 10 (on) bank günündən gec olmayaraq investisiya layihələrini (bunlar barədə müvafiq məlumatlar sonrakı səhifələrdə verilir) təhlil edir və müsbət qiymətləndirdiyi layihələr barədə məlumatları və sənədləri Fonda təqdim edir;
3. İntestisiya layihəsi mənfı qiymətləndirilən sahibkarlıq subyektlərinə 3 (üç) bank günü ərzində imtina məktubu verilir;
4. SKMF 10 (on) gün ərzində təqdim olunmuş layihələri ekspertizadan keçirir və investisiya layihələrinin bilavasitə yerində ilkin baxış keçirir;
5. Ekspertizanın nəticəsindən asılı olaraq SKMF müraciətlərin təmin olunması və ya onlardan imtina barədə müvəkkil kredit təşkilatına rəsmi məlumat verir;
6. Müraciətlərin təmin olunduğu hallarda müvəkkil kredit təşkilatları sahibkarlıq subyektləri ilə kredit müqaviləsi bağlayır;
7. Müvəkkil kredit təşkilatları tərəfindən kredit vəsaitinin ayrılması barədə SKMF-yə sifariş göndərilir;
8. SKMF 3 (üç) bank günü ərzində vəsaitlərin müvəkkil kredit təşkilatlarına köçürür və bundan sonra həmin müvəkkil kredit təşkilatı vəsaiti sahibkarlıq subyektlərinin hesablarına otuzdurur və bu barədə SKMF-ya məlumat verir.

Gördüyümüz kimi, güzəştli kreditlər barədə qərarları SKMF qəbul edir, vəsaitlər isə müvəkkil kredit təşkilatları (banklar və bank olmayan kredit təşkilatları) üzərindən verilir. Müvəkkil kredit təşkilatları ölkəmizin hər rayonunda var. Bunların siyahısı hər rayon üzrə SKMF-in İnternet səhifəsində tapmaq olar [3].

KSMF-nun üstünlük verdiyi istiqamətlər bunlardır:

- Ətlik və südlük istiqamətli cins iribuynuzlu heyvandarlıq komplekslərinin yaradılması;
- Logistika (qida və qeyri-qida məhsullarının saxlanması, daşınması və satışı) və yaşıl market (fermer mağazalarının) mərkəzlərinin yaradılması;
- Aqroparkların yaradılması;

[3] - <http://anfes.gov.az/az/pages/af8cd366-1fd5-11e0-b17e-0022190362dd/Guzeshtli-kreditlerin-verilmesi-mexanizmi.html#submenu>

- Müasir tələblərə cavab verən meyvə-tərəvəz məhsullarının emalı müəssisələrinin yaradılması;
- İri fermer təsərrüfatlarının yaradılması;
- Qarışıq yem istehsalı müəssisələrinin yaradılması;
- Müasir istixana komplekslərinin yaradılması;
- İntensiv bağçılıq (üzüm, alma, nar və s.) və ya tingçilik təsərrüfatlarının yaradılması;
- Müasir çörək istehsalı müəssisələrinin yaradılması;
- Digər sənaye (yüngül, tikinti, kimya, maşınqayırma və s.) müəssisələrinin yaradılması;
- Kiçik sahibkarlığın (o cümlədən, gənclər, qadınlar, əlillər və məcburi köçkünlər) inkişafı.

2013-cü ildə SKMF cəmi 275 milyon manat həcmində güzəştli kreditlər verib. Bunlardan 19.2% kiçik layihələrə verilən kreditlər təşkil edib. Kredit vəsaitinin 1.6% orta layihələrə, 79.2% böyük layihələrə ayrılıb.

SKMF-dan başqa sahibkarlar kreditləri, o cümlədən mikrokreditləri həm kommersiya bankları (KB), həm də bank olmayan kredit təşkilatlarından (BOKT) ala bilərlər. Mərkəzi Bankın 2014-cü ilin sentyabr ayının sonuna olan məlumatına görə, Azərbaycanda 44 KB və 160 BOKT fəaliyyət göstərmişdir. 160 BOKT-dən 113-ü Kredit İttifaqlarının (Kİ), 46-sı beynəlxalq humanitar təşkilatlar tərəfindən maliyyələşdirilən Kredit Təşkilatlarının (BHTMKT), biri isə “AZƏRPOÇT” Məhdud Məsuliyyətli Cəmiyyətinin payına düşür.

Azərbaycanda Kredit Təşkilatlarını maliyyələşdirən beynəlxalq təşkilatlar bunlardır:

- ACDI/VOCA;
- ADRA Azərbaycan;
- FINCA Azərbaycan;
- Norveç Humanitar Müəssisəsi (NHE);
- Norveç Qaçqınlar Şurası (NRC);
- Mercy Corps (digər beynəlxalq qeyri-hökumət təşkilatları vasitəsilə);
- OXFAM Böyük Britaniya;
- Beynəlxalq Miqrasiya Təşkilatı (IOM);
- Save the Children;
- World Vision International (WVI).

46 BHTMKT-nin müxtəlif regionlarda 209 filialı mövcuddur. Kredit İttifaqlarının regionlarda filialları mövcud deyildir.

Yuxarıda Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu tərəfindən təmin edilən kreditlərin (o cümlədən, kiçik kreditlər) verilmə metodları haqqında məlumat verilmişdir. Mikrokreditlərin digər təşkilatlar (banklar, kredit ittifaqları, beynəlxalq humanitar təşkilatlar tərəfindən maliyyələşdirilən kredit təşkilatları) tərəfindən verilmə modelləri tam üst-üstə düşməsə də, kifayət qədər oxşardır. Məsələn, Accessbank tərəfindən verilən mikrokreditin həcmi 100-30.000 ABŞ dolları arasındadır. Kredit 60 aya qədər müddətə verilir. Aylıq faiz dərəcəsi 1.5%-2.75% arasında dəyişir. Girov kimi əmlak (ev, mənzil, qeyri-yaşayış binaları, əkin sahələri), nəqliyyat vasitələri, avadanlıq və digərləri istifadə olunur. MIX Market təşkilatının 2014-cü ilin sonuna olan məlumatına əsasən adıçəkilən bankın kredit həcmi 1.047.258.959 ABŞ dolları təşkil etmişdir, kreditorların sayı isə 157 mini ötmüşdür.

Azərbaycanda digər məşhur bank olan Bank of Baku isə biznes üçün 500-30.000 ABŞ dolları həcmində, aylıq faiz dərəcəsi 1.83%-2.67% olmaqla 9-36 ay müddətinə mikrokreditlər verir.

Amrahbank biznes üçün 100-20.000 AZN həcmində illik faiz dərəcəsi 25% olmaqla, 36 aydan çox olmayan müddətə mikrokreditlər verir.

Unibank tərəfindən mikrobiznes üçün verilən kreditin həcmi isə 200-30.000 AZN arasındadır. Kreditlər aylıq faiz dərəcəsi 2% olmaqla 36 aya qədər olan müddətə verilir.

AGROINVEST kredit ittifaqı aqrar biznesə kreditlər verir. Kreditlərin həcmi adətən 5.000 AZN-i keçmir və biznes-layihənin xarakterindən asılı olaraq illik faiz dərəcəsi 7-36% arasında dəyişir. Biznes plandan asılı olaraq kreditlər 6 aydan 60 aya qədər olan müddətə verilir.

FINCA kredit təşkilatı isə biznes üçün illik faiz dərəcəsi 33%-dən başlayan faiz dərəcələri ilə 4 aydan 18 aya qədər olan müddətə 50-100.000 ABŞ dolları həcmində mikrokreditlər verir.

Adətən mikrokredit verilərkən aşağıdakılar tələb olunur:

1. Şəxsiyyəti təsdiq edən sənəd;
2. Biznes-plan;
3. Gəliri sübut edən sənəd;
4. Girov.

ResponsAbility Investments AG təşkilatının tədqiqatlarına əsasən Azərbaycanda mikrokreditin orta həcmi 3.276 ABŞ dolları təşkil edir [4].

Beləliklə, gördüyümüz kimi, bu gün ölkəmizdə sahibkarlıq fəaliyyətinə başlamaq üçün pul tapmaq mümkündür.

SAHİBKARLIQ FƏALİYYƏTİ ÜÇÜN VACİB QANUNVERİCİLİK AKTLARI

Bu qanunvericiliyə aşağıdakılar daxildir:

1. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası;
2. Məcəllələr;
3. Qanunlar;
4. AR Prezidentinin Fərmanları və Sərəncamları;
5. Nazirlər Kabinetinin Qərarları və Sərəncamları;
6. Dövlət Qeydiyyatına alınmış normativ-hüquqi aktlar.

Məcəllələrin sayı 19-a bərabərdir. Bunların əksəriyyətində sahibkarlıqla əlaqəli müəyyən normalar var. Lakin sahibkarların daha tez-tez müraciət etdikləri Vergi Məcəlləsidir. Xarici ticarətlə məşğul olanlar Gömrük Məcəlləsi ilə tanış olmalıdırlar. İşçisi olan sahibkarlıq subyektləri Əmək Məcəlləsini rəhbər tutmalıdır. Mülki Məcəllə sahibkarlıq subyektlərinin hüquqi formalarına, müqavilə münasibətlərinə dair vacib məsələləri tənzimləyir.

Sahibkarlıq fəaliyyətini tənzimləyən Azərbaycan Respublikasının əsas qanunları bunlardır:

- Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında;
- Hüquqi şəxslərin dövlət qeydiyyatı və dövlət reyestri haqqında;
- İnvestisiya fəaliyyəti haqqında;
- Antiinhisar fəaliyyəti haqqında;
- Haqsız rəqabət haqqında;
- Təbii inhisarlar haqqında;
- Əmtəə birjası haqqında;
- Xarici investisiyanın qorunması haqqında;

[4] - Mikromaliyyə mühiti: Azərbaycan və dünya təcrübəsi, Bakı, Azərbaycan 9-10 oktyabr, 2014. 7-ci Mikromaliyyə konfransı, ResponsAbility Investments AG təqdimatı

- Kiçik sahibkarlığa dövlət köməyi haqqında;
- Maliyyə-sənaye qrupları haqqında;
- Reklam haqqında;
- Xüsusi iqtisadi zonalar haqqında;
- Daxili audit haqqında;
- Bank olmayan kredit təşkilatları haqqında;
- Sair qanunlar.

Bütün bu qanun və məcəllələrlə aşağıdakı veb-səhifələrdən tanış olmaq mümkündür:

- <http://e-qanun.az/>
- <http://www.economy.gov.az/index.php?lang=az#>
- <http://sahibkarol.biz/>

Qeyd edilən qanunlardan başqa sahibkarlıq fəaliyyətini tənzimləyən yüzlərlə qanunaltı aktlar (bunlar nazirliklər tərəfindən hazırlanıb, dövlət qeydiyyatından keçdikdən sonra qüvvəyə minir) və standartlar var. Bunların hamısını bilmək lazımdır? Xeyr! Bunların hamısını bilən sahibkar da tapa bilməzsiniz. Ehtiyac yoxdur ki, oturub bir-bir hamısını mütaliə edəsiniz. Sizin yalnız birbaşa biznes sahənizə aid olan və bəzi ümumi xarakterli hüquqi normalar barədə məlumatınız olmalıdır. Bunların sırasına biznesin yaradılması və qeydiyyatdan keçirilməsi, seçdiyiniz sahibkarlıq fəaliyyəti növü üzrə icazələrin (o cümlədən, xüsusi icazələr, yeni lisenziyalar) alınması, vergilərin ödənilməsi, işçilərlərinizlə əmək münasibətlərinin qurulması, standartlara riayət edilməsi (Sizin sahənizə dair varsa), dövlət hesabatlılığı kimi məsələlər daxildir.

SAHİBKARLIQ FƏALİYYƏTİNİN ƏSAS HÜQUQİ FORMALARI

Sahibkarlıq fəaliyyəti ilə fiziki (hüquqi şəxs yaratmadan), yaxud hüquqi şəxs kimi məşğul olmaq olar:

a) Fiziki şəxs kimi:

- Fərdi sahibkarlıq

b) Hüquqi şəxs kimi (Kommersiya təşkilatları):

- Tam ortaqlıqlar;
- Kommandit ortaqlığı;
- Məhdud Məsuliyyətli Cəmiyyət;
- Əlavə Məsuliyyətli Cəmiyyət;
- Səhmdar Cəmiyyəti;
- Kooperativ

Mülki Məcəllənin 24-cü Maddəsinə əsasən Fiziki şəxs hüquq münasibətlərində öz adından iştirak edən insan fərdir.

Mülki Məcəllənin 43-cü Maddəsinə əsasən: “Hüquqi şəxs qanunla müəyyənləşdirilən qaydada dövlət qeydiyyatından keçmiş, xüsusi yaradılmış elə bir qurumdur ki, mülkiyyətində ayrıca əmlakı vardır, öz öhdəlikləri üçün bu əmlakla cavabdehdir, öz adından əmlak və şəxsi qeyri-əmlak hüquqları əldə etmək və həyata keçirmək, vəzifələr daşımaq, məhkəmədə iddiaçı və ya cavabdeh olmaq hüququna malikdir. Hüquqi şəxsin müstəqil balans olmalıdır. Hüquqi şəxslər bir fiziki və ya hüquqi şəxs tərəfindən, yaxud fiziki və hüquqi şəxslərin toplusu tərəfindən yaradıla bilər, üzvlüyə əsaslanıla bilər, üzvlərin olmasından asılı ola və ya asılı olmaya bilər, sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul ola və ya məşğul olmaya bilər. Hüquqi şəxslər fəaliyyətinin əsas məqsədi mənfəət götürməkdən ibarət olan (kommersiya hüquqi şəxsləri) və ya əsas məqsədi mənfəət götürməkdən ibarət olmayan və götürülən mənfəəti iştirakçıları arasında bölüşdürməyən (qeyri-kommersiya hüquqi şəxsləri) qurumlar ola bilər”.

Yuxarıda qeyd edilən hüquqi şəxsin bütün bu formaları barədə ətraflı məlumatlar Mülki Məcəllədə əks etdirilir (maddələr 64-113).

Sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsində fiziki şəxslər hüquqi şəxslərlə eyni hüquqlara malikdirlər.

Kiçik sahibkarlıq üçün ən asanı (qeydiyyat və mühasibat baxımından) və məqsədəuyğun olanı FƏRDİ SAHİBKARLIQ formasıdır. Biznesiniz böyüdükcə Məhdud Məsuliyyətli Cəmiyyətin yaradılması barədə düşünməyə başlaya bilərsiniz. Şəriklərlə birlikdə biznesinizi yürütmək istəsəniz Səhmdar Cəmiyyətinin yaradılması Sizin üçün maraqlı ola bilər.

Fərdi sahibkar dövlət qeydiyyatı üçün aşağıdakı formalardan birini seçə bilər:

1. Əyani qeydiyyat. Qeydiyyatdan keçmək istəyən şəxs rəsmi qeydiyyatda olduğu yerin aidiyyəti üzrə vergi orqanına və ya ASAN xidmətə müraciət edir və aşağıdakı sənəd və məlumatları təqdim edir [5]:

- ərizə;
- şəxsiyyəti təsdiq edən sənədin surəti;
- fiziki şəxsin yaşadığı yer haqqında məlumat.

Əyani müraciət edilən gündən 2 gün ərzində şəxs qeydiyyat şəhadətnaməsini (VÖEN) sənəd şəklində əldə edir.

2. Elektron qeydiyyat. Qeydiyyat [6] müraciətin edildiyi gün həyata keçirilir və şəxs qeydiyyat şəhadətnaməsini (VÖEN) elektron formada həmin gün əldə edir. Lakin elektron qeydiyyat üçün öncə elektron imza alınmalıdır. Elektron imza almaq üçün Rabitə və İnformasiya Texnologiyaları Nazirliyinə müraciət edilir və elektron imza sertifikatı alınır. Elektron imza sertifikatı zəruri sənədlər təqdim edildikdən sonra 2 gün ərzində verilir.

Beləliklə, fərdi sahibkarlığın qeydiyyatında heç bir problem yoxdur.

[5] - http://www.taxes.gov.az/modul.php?name=pages&page=beledchi&lang=http://www.asan.az/az/content/tree/235/kommersiya_huquqi_sexslerin_ve_vergi_odeyicilerinin_qeydiyyatı

[6] - <http://www.taxes.gov.az/beledchi/beledchi/1.html>

SAHİBKARLIQ FƏALİYYƏTİ ÜÇÜN YER

Fəaliyyətinizi evinizdə aparmaq mümkün deyilsə aşağıdakı üsullardan birini seçə bilərsiniz:

1. uyğun yerin icarəyə götürülməsi;
2. hazır tikilinin alınması;
3. xüsusi yerin tikilməsi.

Bu variantlarda hər birinə dair özünəməxsus prosedurlar və rəsmiləşdirmə qaydaları var.

Yerin icarəyə götürülməsi.

Bu yer dövlət, bələdiyyə və xüsusi mülkiyyətdən icarəyə götürülə bilər.

Qərarınız dövlət mülkiyyətində olan yeri (bina, sahə) icarəyə götürməkdirsə, aşağıdakıları nəzərə almalısınız:

- Dövlət mülkiyyətində olan bina (sahə) yalnız müsabiqə vasitəsilə icarəyə götürülə bilər.
- Tikilinin müsabiqə vasitəsilə icarəyə verilməsi icarə müqaviləsi bağlanılmaqla Əmlak Məsələləri Dövlət Komitəsi (Komitə) tərəfindən həyata keçirilir. Müsabiqənin keçirilməsi üçün xüsusi komissiya (Komissiya) yaradılır və aylıq start qiyməti müəyyən edilir.
- Müsabiqədə iştirak etmək üçün Komissiyaya bir sıra sənədlər təqdim olunmalıdır. Bura: 1) ərizə, 2) obyektin aylıq start icarə haqqı məbləğinin 10%-i həcmində behin ödənilməsini təsdiq edən sənəd, 3) müsabiqə təklifi (bağlı zərfdə təqdim edilir, zərfin bağlı tərəfi sifarişçi tərəfindən imzalanır və (və ya) möhürlənir), 4) hüquqi şəxslər üçün müəyyən olunmuş qaydada təsdiq edilmiş reyestrdən çıxarışın və nizamnamənin surəti, fiziki şəxslər tərəfindən şəxsiyyəti təsdiq edən sənədin surəti daxildir.
- Müsabiqənin nəticəsi elan olunduğu gündən 30 gün sonra açıqlanır. Qalib gəlmiş şəxslə 20 gün ərzində icarə müqaviləsi bağlanır. İcarə müqaviləsi bağlandıqdan sonra icarə hüququnun dövlət qeydiyyatı üçün Daşınmaz Əmlakın Dövlət Reyestr Xidmətinin (DƏDRX) [7]

[7] - <http://emdk.gov.az/dedrx/index.php/az/>

ərazi idarələrinə müraciət olunur.

Biznesin təşkili məqsədilə bina (sahə, yer) bələdiyyədən icarəyə götürüldükdə, sahibkar aşağıdakı hüquqi prosedurlara əməl etməlidir:

- bələdiyyə ilə icarə müqaviləsi bağlanmalıdır;
- İcarə müqaviləsi bağlandıqdan sonra icarə hüququnun dövlət qeydiyyatı üçün DƏDRX-in ərazi idarələrinə müraciət olunmalıdır.

Əgər qərarınız özəl mülkiyyəti icarəyə götürməkdirsə aşağıdakıları nəzərə almalısınız:

- mülk sahibi ilə icarə müqaviləsi bağlanmalıdır. Tərəflərdən ən azı biri hüquqi şəxs olduqda, icarə müqaviləsinin notarial qaydada təsdiqinə ehtiyac yoxdur. Lakin tərəflərdən hər ikisi fiziki şəxs olduqda, həmin müqavilə mütləq notarial qaydada təsdiqlənməlidir;
- müqavilənin notarial qaydada bağlanması üçün 70.15 AZN (61 AZN dövlət rüsumu + 9.15 AZN notarial hərəkətlərin aparılması üçün xidmət haqqı) ödənilir;
- icarənin məbləği və şərtləri qarşılıqlı razılıq əsasında müqavilədə əks olunur;
- icarəyə götürülən binanın (sahənin, yerin) rəsmi dövlət qeydiyyatı (mülkiyyət üzərində hüquqları təsdiqləyən reyestrədən çıxarış) olmalı, mülk qeyri-yaşayış sahəsi kimi istifadəyə verilməlidir.

Hazır tikilinin alınması

Mülkiyyətçidən (dövlət, bələdiyyə və fiziki şəxs) asılı olaraq hazır binanın satın alınması qaydaları aşağıdakı kimidir:

- hazır tikili özəl mülkiyyət olduqda, tikilinin mülkiyyətçisi ilə notarial qaydada alqı-satqı müqaviləsi bağlanılır. Əgər tikili Bakı şəhərindədirsə 126.5 AZN (110 AZN dövlət rüsumu + 16.5 AZN notarial hərəkətlərin aparılması üçün xidmət haqqı), digər şəhər və rayonlardadırsa 50.6 AZN (44 AZN dövlət rüsumu + 6.6 AZN notarial hərəkətlərin aparılması üçün xidmət haqqı) haqq ödənilir. Alqı-satqı müqaviləsi bağlandıqdan sonra tikiliyə olan mülkiyyət hüququnun dövlət qeydiyyatı üçün DƏDRX-in ərazi idarələrinə müraciət edilir;
- sahibkar dövlət mülkiyyətində olan binanı satın almaq istəsə, qüvvədə olan qanunvericiliyə görə bu yalnız dövlət əmlakının özəlləşdirilməsi qaydalarına uyğun həyata keçirilə bilər. Sonda tikili üzərində mülkiyyət hüququnun dövlət qeydiyyatı üçün DƏDRX-in ərazi idarələrinə müraciət edilməlidir;

- satın alınan tikili bələdiyyə mülkiyyətində olduqda, sahibkarla bələdiyyə arasında alqı-satqı müqaviləsi bağlanır. Alqı-satqı müqaviləsi bağlandıqdan sonra tikiliyə mülkiyyət hüququnu dövlət qeydiyyatına aldırmaq üçün DƏDRX-in ərazi idarələrinə müraciət edilir.

Xüsusi yerin tikilməsi

Bu sahibkarlıq fəaliyyəti üçün yerin əldə olunması yollarından ən ağır və aylarla vaxt tələb edən yoldur. Proses aşağıdakı mərhələlərdən ibarətdir:

- 1-ci mərhələ - torpağın əldə olunması;
- 2-ci mərhələ - torpaq üzərində mülkiyyət hüquqlarının dövlət qeydiyyatı;
- 3-cü mərhələ - binanın tikintisi üçün icazənin alınması;
- 4-cü mərhələ - binanın tikilməsi;
- 5-ci mərhələ - tikilmiş bina üzərində hüquqların dövlət qeydiyyatı.



VERGİ VƏ SOSIAL SİĞORTA ÖHDƏLİKLƏRİNİN İCRASI

Sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olanlar ya sadələşdirilmiş vergi ödəyir, ya da ƏDV məqsədləri üçün qeydiyyatdan keçir. Siz biznesə yeni başlayırsınızsa və FƏRDİ SAHİBKAR kimi qeydiyyatda keçmişinizsə Vergi qanunvericiliyinə əsasən:

- Ardıcıl 12 aylıq dövrdə vergi tutulan əməliyyatların həcmi 120 min manat və ondan az olan şəxslər sadələşdirilmiş vergi ödəyicisi olmaq hüququna malikdirlər. Bu halda sahibkarlar mənfəət vergisi və ƏDV ödəməkdən azad olur, yalnız sadələşdirilmiş vergi ödəyir. Sadələşdirilmiş verginin dərəcəsi Bakı şəhəri üzrə 4%, rayonlarda isə 2% səviyyəsindədir;
- Ardıcıl 12 aylıq dövrdə vergi tutulan əməliyyatların həcmi 120 min manatdan çox olan sahibkarlar ƏDV məqsədləri üçün qeydiyyata alınır. Bu halda xidmət dövrünün 18%-i həcmində ƏDV, mənfəətlərinin 20%-i həcmində isə mənfəət vergisi ödəyirlər.

Fərdi sahibkar təkbaşına işləyirsə, yeni müştərilərə bilavasitə özü xidmət göstərsə, o, Dövlət Sosial Müdafiə Fonduna icbari sosial ödəniş etməlidir. Ödənişin məbləği qüvvədə olan minimum əmək haqqına faiz nisbət ilə müəyyən olunur və hazırda aşağıdakı kimidir:

- Bakı şəhərində - 21 manat;
- Sumqayıt və Gəncə şəhərlərində - 18.9 manat;
- Respublika tabeli digər şəhərlərdə - 16.8 manat;
- Rayon mərkəzlərində, digər şəhər və qəsəbələrdə - 12.6 manat;
- Kənd yerlərində - 10.5 manat.

Fərdi sahibkarlar məcburi sosial sığorta ödənişlərini sahibkar kimi uçota alındığı tarixdən deyil, faktiki fəaliyyət göstərdiyi ərazilər üzrə müəyyən olunmuş məbləğ əsasında aylıq ödəməlidir. Məsələn, fərdi sahibkar Quba rayonunun ixtiyari bir kəndinin sakini kimi vergi uçotuna alınibsə, amma sahibkarlıq fəaliyyətini Bakıda təşkil edirsə, bu halda hər ay 10,5 manat deyil, 21 manat icbari sosial ayırma ödəməlidir.

Sahibkar (fərdi sahibkar və ya hüquqi şəxs) özünün hər hansı biznes fəaliyyətinə işçilər cəlb edibsə, həmin işçilər muzzdlu işçi kimi rəsmiləşdirilməli, onlarla əmək müqaviləsi bağlanmalı, maaş cədvəlinə uyğun olaraq həmin işçilərin hesablanmış aylıq əmək haqqı məbləğinin 22%-

i həcmində ayırma Dövlət Sosial Müdafiə Fonduna ödənməlidir.

Əgər Siz sahibkarlıq fəaliyyətiniz üçün icarəyə hər hansı yer götürmüşünüzsə və həmin yeri icarəyə verən tərəf hüquqi şəxs deyilsə, bu halda Siz büdcəyə vergi ödəməlisiniz. Bu vergi “ödəmə mənbəyində vergi” adlanır və aylıq icarə haqqının 14 faizinə bərabərdir.

Vergi ilə bağlı vacib tələblərdən biri də nəzarət kassa aparatlarının tətbiqidir. Vergi qanunvericiliyinə görə əgər Sizin biznes fəaliyyətinizi 2 nəfər (Siz daxil) həyata keçirirsə, kassa aparatından istifadəyə ehtiyac yoxdur. Belə sahibkarlıq fəaliyyəti zamanı nağd pul hesablaşmalarının aparılması üçün forma və rekvizitləri Maliyyə Nazirliyi tərəfindən təsdiqlənmiş, xüsusi lisenziyası olan mətbəələrdə çap olunmuş ciddi hesabat blanklarından (mədaxil qəbzlərindən) istifadə olunmalıdır.

Vacib qeyd!

Əgər Siz biznes yerinizi və ya yaşadığınız yeri dəyişirsinizsə, vergi orqanına bu cür dəyişiklik baş verdiyi gündən 40 gün müddətində ərizə verməlisiniz. Müraciət etdiyiniz gündən sonra 15 gün müddətində həmin vergi orqanı Sizi yenidən uçota alınmanızı (yəni əvvəlki vergi orqanından uçotdan çıxarılması və yeni vergi orqanında uçota alınması) həyata keçirməlidir.



İŞÇİ QÜVVƏSİNDƏN İSTİFADƏNİN RƏSMİLƏŞDİRİLMƏSİ

Azərbaycan qanunvericiliyinə əsasən, biznes ilə məşğul olan sahibkarlar hər hansı iş və ya xidmət üçün işçi qüvvəsi cəlb edə bilər. İşə götürülən fiziki şəxslərin rəsmiləşdirməsi iki formada həyata keçirilir:

- əmək müqaviləsi və ya
- xidmət müqaviləsi bağlanmaqla.

Əmək müqaviləsi əsasında işə cəlb edilən hər bir işçi işəgötürən (həm fərdi sahibkar, həm də hüquqi şəxs) tərəfindən məcburi dövlət sosial sığortası üzrə sığortalanmalıdır. DSMF-ə müraciət edildikdən 1 ay sonra DSMF-in yerli qurumları tərəfindən işçilərin sosial sığorta şəhadətnamələri (SSŞ) işəgötürənə təqdim edilir.

Məcburi dövlət sosial sığortası ilə yanaşı işçilər istehsalatda bədbəxt hadisələr və peşə xəstəlikləri nəticəsində peşə əmək qabiliyyətinin itirilməsi hallarından icbari sığorta edilməlidirlər. Bunun üçün işəgötürən həyat sığortası ilə məşğul olan sığorta şirkətinə müraciət edib həmin şirkətlə sığorta müqaviləsi bağlayır.

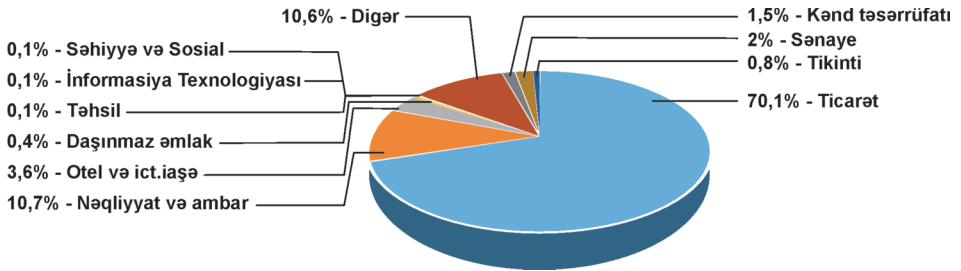


3. SİZ TƏK DEYİLSİNİZ

Azərbaycanda yüz minlərlə kiçik sahibkar fəaliyyət göstərir və kiçik sahibkarlığın rəsmi təsnifatı mövcuddur. Mikro və orta sahibkarlığın rəsmi təsnifatı isə hələ ki, yoxdur. Kiçik sahibkarlıq subyekti üçün şərtlər (Nazirlər Kabinetinin 2009-cu il qərarına əsasən) aşağıdakı cədvəldə göstərilib.

Fəaliyyət sektoru	İşçilərin orta illik sayı, nəfər	İllik dövriyyə
Sənaye və tikinti	< 50	□ 50 min AZN
Aqrar	< 25	□ 250 min AZN
Topdansatış ticarət	< 15	□ 1 milyon AZN
Pərakəndə satış, nəqliyyat, xidmətlər və digər fəaliyyətlər	< 10	□ 250 min AZN

2014-cü ilin əvvəlinə Azərbaycanda 260.563 kiçik sahibkarlıq subyektləri fəaliyyət göstərdi. Bunların 246.102-si fərdi sahibkar olmuşlar [8]. Kiçik sahibkarlıq subyektlərinin fəaliyyət sahəsinə görə bölgüsü aşağıdakı diaqramda göstərilir.



2013-cü ildə Yaradılmış Əlavə Dəyər – 1620.0 milyon AZN, və ya Ümumi Əlavə Dəyərin 3.0%-i qədər olmuşdur. Kiçik sahibkarlığın məşğuliyyətdə payı 7.9%. Muzdlu işçilərin sayı cəmi 109 min. Əsas kapitala investisiyalar – 486,5 mln. AZN təşkil etmişdir.

[8] - <http://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/indexen.php>

4. SAHİBKARLIĞA HAZIR OLDUĞUNUZU BİR DAHA TESTDƏN KEÇİRİN

Aşağıdakı sualları özünüze verin və əgər hamısına cavab “HƏ” olarsa, Sizin uğurlu sahibkar olmaq şansınız yüksəkdir:

1. Son illərdəki məşğuliyyətinizin sahibkarlıqla hər hansı əlaqəsi varmı?
2. Xobbinizin və hansısa bacarığınızın (məsələn, əl qabiliyyətinizin) gələcək sahibkarlıqla hər hansı əlaqəsi varmı?
3. Ümumiyyətlə Siz fəal insansınızmı?
4. Uğursuzluqları asan keçirirsinizmi?
5. Açıq və dürüst insansınızmı?
6. Tanımadığınız şəxslə ünsiyyət qurmaq bacarığına maliksinizmi?
7. Sülhməramlısınızmı?
8. Analitik səriştəniz varmı? Problemlə rastlaşarkən onu həll etmək yollarını müəyyənləşdirə bilərsinizmi?
9. Tacirlik bacarığına maliksinizmi?
10. Sağlamlığınızdan tez-tez şikayət etmirsiniz ki?
11. Qarşınıza qoyduğunuz məqsədə çatmaq üçün təkidli ola bilərsinizmi?
12. Fantaziya qabiliyyətiniz varmı?
13. Ailəniz Sizi dəstəkləyəcəkmi?

BİZNES-LAYİHƏ

Biznes-layihə biznes-ideyanın gerçəkləşdirilməsilə əlaqədar bütün görülməli işlərin, istifadə olunacaq insan, maddi və intellektual resursların müəyyən sənəd formasında təsviridir. Biznes-layihə investisiya layihəsi və ya sərmayə yatırımı layihəsi də adlandırılır.

Biznes-layihələr tətbiq sahəsinə, miqyasına, müddətinə, mürəkkəbliyinə, mahiyyətinə və digər amillərə görə fərqlənə bilər.

Tətbiq sahəsinə görə biznes-layihələr aşağıdakı sahələr üzrə fərqlənə bilər:

- iqtisadiyyatın real sektoru (sənaye, aqrar, tikinti);
- xidmətlər sektoru (iaşə, nəqliyyat, rabitə, müxtəlif atelyelər və s.);
- maliyyə sektoru (bank, sığorta, fondlar, birjalar, s.);
- sosial sektor (təhsil, səhiyyə, s.);
- digər sektorlar.

Miqyasına görə biznes-layihələr aşağıdakılara bölünə bilər:

- xırda;
- orta;
- iri.

Biznes-layihənin qeyd edilən miqyas növlərinə ayrılması bir qayda olaraq layihənin qiymətindən asılıdır. Digər göstəricilər də layihənin miqyasını müəyyənləşdirmək üçün istifadə edilə bilər. Məsələn, işçilərin sayı, istehsal edilən məhsulun illik dəyəri və s. Beləliklə, müəyyən sahə üzrə biznes-layihə bu və ya digər göstəriciyə görə iri sayıldıqda digər sahə üzrə o, həmin göstəriciyə görə xırda kimi qiymətləndirilə bilər.

Müddətinə görə biznes-layihələr aşağıdakılara bölünür:

- qısamüddətli;
- ortamüddətli;
- uzunmüddətli.

Adətən qısamüddətli layihələr bir neçə aydan bir ilə qədər, ortamüddətli

layihələrin ömrü bir ildən bir neçə ilə qədər ola bilər. Beləliklə, təsnifat mütləq xarakter daşımır və eyni zamanda biznesin yönəldiyi sahədən də asılıdır.

Mürəkkəbliyinə görə biznes-layihələr aşağıdakılara bölünə bilər:

- sadə;
- mürəkkəb;
- çox mürəkkəb.

Mürəkkəbliyinə görə layihələrin fərqlənməsi daha çox həmin layihələrdə elmi komponentin ağırlığı ilə bağlı olur.

Mahiyyətinə görə biznes-layihələr aşağıdakılara bölünə bilər:

- strateji;
- taktiki.

Strateji layihə, misal üçün, müvafiq sahə üzrə bazarda aparıcı mövqelərə yiyələnmək, taktiki layihə isə bazara daxil olmaq məqsədini daşıya bilər.

Biznes-layihənin **iştirakçıları** sırasına aşağıdakılar daxildir:

- layihənin sahibi;
- layihənin meneceri;
- müxtəlif layihələndirmə, tikinti və quraşdırma işləri üzrə podratçılar;
- təchizatçılar;
- məsləhətçilər (marketinq, sığorta, maliyyə, hüquq, vergi, texnoloji və sair məsələlər üzrə);
- kreditorlar.

BİZNES-PLAN

“Biznes-planın hazırlanması üzrə hər hansı vahid düstur (sistem) yoxdur. Biznes-planlar üçün ideal həcm və detallılıq səviyyə məvhumları heç bir məna daşımır. Bütün biznes-planlar üçün universal mündəricat da yoxdur. Lakin konkret biznes-plan üzrə qərar qəbul edəcək auditoriya nəzərə alınarsa və biznes-planın məqsədləri və gerçəkləşdirmə imkanları yaxşı dərk edilərsə müvafiq sahədə kompetent olan istənilən insan kifayət qədər yaxşı plan tərtib etməyə qadirdir”. Riçard Stuteli [9]

Biznes-planı dair vahid anlayış mövcud deyil. Müxtəlif mütəxəssislər fərqli şəkildə bu məvhumu dair öz açıqlamalarını verirlər. Qısa şəkildə deyə bilərik ki, biznes-plan biznes fəaliyyəti əsaslandırır və müəyyən tələblərə uyğun hazırlanan sənəddir.

Biznes-planı dair əsas **tələblər**:

- həqiqilik (bütün məlumatlar yoxlanılmış və dəqiq olmalıdır);
- kifayətlilik (qərar qəbul etmək üçün lazım olan məlumatların hamısı əks etdirilməlidir);
- məntiqə uyğunluq və ardıcılıq;
- arqumentlərin inandırıcı olması;
- konkretlik;
- bütün mülahizələrin əsaslı olması;
- təklifin cazibədarlığı;
- oxucu üçün aydın və anlaşılın olması.

Biznes-planın məqsədləri

Biznes-planı tərtib etməklə adətən aşağıdakı məqsədlər güdülür:

- biznes-ideyanın gerçəkləşdirilməsinə partnyorların cəlb edilməsi;
- maliyyə ehtiyatlarının cəlb edilməsi.

Partnyorlar yalnız maliyyə dəstəyi əldə etmək məqsədini yox, digər **məqsədləri** də güdə bilər:

[9] - Riçard Stuteli. *Biznes-plan. Sankt-Peterburq, “Neva”, 2003*

- siyasi risklərin azaldılması (partnyor müəyyən siyasi dairələrə yaxın olmaqla həmin dairələr tərəfindən törədilə biləcək maneələrin qarşısını ala bilər);
- vacib məlumatlara vaxtında çatması;
- texniki, texnoloji məsələlərin həll olunması (partnyor yaxşı texnoloq və ya hansısa sahə üzrə mütəxəssis ola bilər) və sair.

Biznes-layihə sahibinin şəxsi maliyyə imkanları həmin layihəni gerçəkləşdirmək üçün yetərli olmadıqda digər maliyyə mənbələrinə ehtiyac duyulur. Çatışmayan maliyyə ehtiyatları partnyorlar tərəfindən təmin oluna bilər. Digər mənbə kredit institutları və banklardır.

Biznes-plan daxili istifadə üçün də tərtib edilə bilər. Burada məqsəd özünə nəzarət və mütəmadi şəkildə vəziyyət dəyişdikcə müvafiq dəqiqləşdirmələrin aparılmasıdır.

Biznes-plan yalnız yeni məhsulun (xidmətin) bazara çıxarılması ilə deyil, mövcud biznesin genişləndirilməsi məqsədilə də tərtib edilə bilər.

Biznes-planın **xüsusiyyətləri**:

- Biznes-plan bir qayda olaraq kənar şəxslər üçün nəzərdə tutulan sənəddir (biznes-layihə üzrə partnyor və / və ya borc ayıran bank);
- Biznes-planın strukturu, forması və detallaşma dərəcəsi müxtəlif layihələr üçün fərqlidir. Bununla yanaşı, biznes-planın tərtibatı üzrə əksəriyyət tərəfindən qəbul olunan prinsiplər mövcuddur. Bir çox hallarda biznes-plan investoru və ya borc ayıran bankın tələblərinə uyğun hazırlanır;
- Biznes-plan üzərində iş həmişə davamlı olaraq təkmilləşdirilir. Bu proses zamanı verilənlər dəqiqləşdikdə və ya investoru və bankın tələblərinə uyğun gəlmədikdə sənəd dəyişə bilər.

Biznes-plan tərtib edilərkən nəzərə alınmalıdır ki, potensial investoru üç əsas sual maraqlandırır:

- Sizə nə qədər pul lazımdır?
- Bu pullar necə istifadə ediləcəkdir?
- Borc necə qaytarılacaqdır?

Biznes-planın tərtib edilməsi onun sahibinə arxayınlıq gətirir. Planın sahibi gələcək biznesin uğurlu olacağına əmin olur və digərlərini də inandıra bilər ki, onun təklifləri real və perspektivlidir.

Biznes-planının strukturu.

Biznes-planının strukturuna dair vahid tələblər sistemi, standartlar mövcud deyil. Lakin buna baxmayaraq, əksər hallarda biznes-planının strukturuna aşağıdakı elementlər daxildir:

- Titul vərəqi;
- Mündəricat;
- Qısa xülasə (Rezümə);
- “Şirkət haqqında məlumat” bölməsi;
- “Məhsul (xidmət) haqqında məlumat” bölməsi;
- “Bazarın və rəqiblərin təhlili” bölməsi;
- “Marketinq stratejisi” bölməsi;
- İstehsalat planı;
- Personal;
- Maliyyə planı;
- Təşkilati plan;
- Risklərin qiymətləndirilməsi və sığorta;
- Əlavələr.

Biznes-planının “Titul vərəqi” bölməsi

Biznes-planının bu bölməsində planın sahibi olan şirkətin adı və ünvanı, şirkət təsisçilərinin adları və ünvanları, təklif edilən layihənin mahiyyəti, qiyməti və məxfiliyi qeyd edilir. Məxfiliklə əlaqədar hətta xüsusi Memorandum da tərtib edilə bilər.

Biznes-planının “Qısa xülasə” bölməsi

Biznes-planının bu bölməsində aşağıdakı məlumatlar öz əksini tapır:

- layihənin adı;
- layihənin məqsədləri;
- layihənin mahiyyəti;
- layihənin təşəbbüskarı və iştirakçıları;
- layihənin qiyməti;
- layihənin müddəti;
- layihənin gerçəkləşdirilməsi mərhələləri;
- maliyyə mənbələri;
- layihənin əsas maliyyə göstəriciləri.

Qısa xülasə elə yazılmalıdır ki, o, lazım gəldikdə “Biznes-təklifi”n də rolunu oynaya bilsin. Partnyorlar və ya potensial investorlar axtarıldıqda biznes-plandan öncə onlara 1-3 səhifəlik biznes-təklif təqdim oluna bilər.

Biznes-planının sahibi nəzərə almalıdır ki, potensial investor, bir qayda olaraq, öncə məhz qısa xülasəni oxuyur və bundan sonra biznes-planla tanış olmaq və ya onu kənara qoymaq qərarını verir.

Qısa xülasə biznes-planının digər bölmələri hazır olduqdan sonra yazılır.

Biznes-planının “Şirkət haqqında məlumat” bölməsi

Biznes-planının bu bölməsində aşağıdakı məlumatlar öz əksini tapır:

- şirkətin adı, mülkiyyət növü, təşkilati-hüquqi forması, qeydiyyat tarixi, qeydiyyat şəhadətnaməsi;
- nizamnamə kapitalı, nizamnamə kapitalında iştirak payı olanlar və onların payları;
- şirkətin hazırkı fəaliyyəti, onun bazardakı mövqeyi (hansı növ mallar hansı həcmdə istehsal olunur və bazarın neçə faizini əhatə edir);
- şirkətin fəaliyyət coğrafiyası (ölkə daxilində hansı rayonlar, şəhərlər, qəsəbələr və s. əhatə olunur, hansı xarici ölkələrdə mal satılır və ya xidmət göstərilir);
- şirkətin idarəetmə strukturu (istehsalat sexləri, şöbələr və s., qərarlar kim tərəfindən qəbul edilir);
- işçilərin sayı (müxtəlif kateqoriyalar üzrə);
- şirkətin menecerləri, onların yaşı, təhsili, iş stajı;
- şirkətin əsas maliyyə nəticələri (son üç il üzrə balans, gəlirlər və itkilər barədə hesabatlar);
- şirkətin aktivləri;
- auditorun adı, son auditin tarixi və nəticələri;
- şirkətin rekvizitləri (ünvan, telefonlar, faks, elektron ünvanı).

Şirkət keçmişdə borc alıb onu vaxtında qaytarıbsa, bu barədə məlumatın biznes-planına daxil edilməsi yeni kreditin alınmasında mühüm rol oynaya bilər.

Biznes-planının “Məhsul (xidmət) haqqında məlumat” bölməsi

Bu bölmədə biznes-planının gerçəkləşməsi nəticəsində istehsal olunan mal (göstərilən xidmət) haqqında məlumat verilir. Bu məlumatlar, bir qayda

olaraq, aşağıdakıları əhatə edir: malın (göstərilən xidmətin) istehlak xassələri, texniki parametrləri, prototiplərdən fərqləri, patentlərlə müdafiə olunması.

Malın (xidmətin) istehlakçı üçün cazibədarlığı çox aydın göstərilməlidir. Potensial partnyor və ya investor hiss etməlidir ki, bazarda mala (xidmətə) tələbat olacaq və tələbatın artmaq potensialı az deyil.

Nəzərə alaraq ki, istənilən malın (xidmətin) yaşam dövrü (tsikli) beş mərhələdən ibarətdir: yaranma, bazara daxil olma, bazarda mövqeyin artımı, sabit tələbat və tələbin enməsi, biznes-planda bu mərhələlərə dair proqnozlar da verilə bilər.

Biznes-planın “Bazarın və rəqiblərin təhlili” bölməsi

Bu bölmədə aşağıdakılar əks etdirilir:

- malın (xidmətin) potensial istehlakçıları;
- istehlak tələbatının proqnozu;
- potensial bazarın coğrafiyası;
- rəqiblər;
- rəqiblərin bazarda mövqeyi;
- analoji mallara (xidmətlərə) qiymətlərin təhlili;
- istehsal ediləcək mala (xidmətə) qiymətqoyma;
- satış kanallarının təhlili;
- rəqib şirkətlərin reklam fəaliyyətinin təhlili;
- reklama tələbat və onun miqyası;
- malın potensial istehlakçıları ilə ilkin razılaşmalar.

Potensial istehlakçıların tərkibi analoji mal (xidmət) üzrə bazarın təhlili nəticəsində müəyyənləşdirilə bilər. Analoq olmadıqda sorğular keçirilməsi mümkündür. Bu sorğular əhalinin müxtəlif təbəqələrini və eyni zamanda mümkün qədər geniş coğrafiyanı əhatə etməlidir.

İstehlak tələbatının proqnozu aşağıdakı üsullarla aparıla bilər:

- sorğular yolu ilə;
- idxalın təhlili nəticəsində;
- normativlərdən istifadə etməklə;
- iqtisadi-riyazi üsullardan istifadə etməklə.

Sorğular yolu ilə tələbin həcminin müəyyənləşdirilməsi yalnız sorğu iştirakçılarının sayının kifayət qədər çox olması şərti ilə etibarlı ola bilər. Bu üsuldən daha çox bazara yeni növ, yeni analoqu olmayan mal (xidmət) çıxarılan zaman istifadə edilir.

Malın analoqu olduğu və o, idxal olunduğu zaman idxalın həcmi barədə məlumat əldə etməklə potensial tələb proqnozlaşdırıla bilər.

Təklif edilən mal üzrə adambaşına istehlak normaları bəlli olduğu halda ölkə üzrə təxmini tələbi hesablamaq mümkündür.

İqtisadi-riyazi üsullar daha dəqiq proqnoz tərtib etmək üçün istifadə oluna bilər. Lakin bu üsuldən istifadə öncə müvafiq modellərin qurulmasını və dəqiq məlumatların olmasını tələb edir.

Potensial istehlak bazarının coğrafiyası da sorğular və ya analoji malların (xidmətlərin) istehlak coğrafiyasının təhlili yolu ilə müəyyənləşdirilə bilər.

Rəqiblərin siyahısını müəyyənləşdirmək çətin deyil. Çətin olan onların bazardakı paylarını və istehsallarını genişləndirmək imkanlarını müəyyənləşdirməkdir. Hər halda müvəffəqiyyət qazanmaq üçün rəqiblər barədə mümkün qədər ətraflı məlumat toplanmalıdır. Onların güclü və zəif tərəfləri, bir-biri ilə əlaqəsi və qiymət siyasətinin yürüdülməsində dempinq imkanları.

Gələcək biznes-fəaliyyətin rəqabətədavamlılığını təhlil etmək üçün müqayisəli cədvəllərin qurulması faydalı ola bilər. Misal üçün, aşağıdakı formadan istifadə etmək olar.

Rəqabət amilləri	Sizin istehsalat	Rəqiblər				
		№1	№2	№3	№4	№5
Malın qiyməti						
Malın keyfiyyəti						
Malın dizaynı						
İstehsalın bazara yaxınlığı						
Satışdan sonrakı xidmətin təşkili						
Şirkətlərin reputasiyası						
Və sairə						

Bu cədvəldəki xanalar doldurulduqdan sonra rəqabətə davamlılıq mənzərəsi daha aydın görünür.

Mala (xidmətə) qiymət müəyyənləşdirilməsi zaman əsasən aşağıdakı üsullardan istifadə edilə bilər:

- bazar qiymətləri əsasında;
- müəyyən rentabelliği təmin etməklə.

Birinci üsul istifadə edilərkən malın keyfiyyətinə uyğun analoq tapılır və onun orta bazar qiyməti götürülür. İkinci üsuldan istifadə edilərkən sahibkar çalışır ki, biznesinin rentabelliği müəyyən səviyyədən aşağı olmasın. Bu zaman toplam xərclərin müəyyən marjinal səviyyəsi də tapıla bilər.

Biznes-planın “Marketing stratejisi” bölməsi

Bu bölmədə malın bazarda müvəffəqiyyət qazanması üçün görülməli tədbirlər barədə məlumat öz əksini tapır. Bu tədbirlər sırasında malın bazara daxil olması və müəyyən mövqələr tutmasına dair tədbirlər investor üçün daha böyük marağ kəsb edir.

Marketing stratejisi müəyyənləşdirilərək F.Kotlerin məşhur Qiymət-Keyfiyyət cədvəlindən istifadə edilə bilər:

Malın keyfiyyəti	Malın qiyməti		
	Yüksək	Orta	Aşağı
Yüksək	Premiyalar stratejisi	Bazara dərin müdaxilə stratejisi	Yüksək dəyər stratejisi
Orta	Yuxarı qiymət stratejisi	Orta səviyyə stratejisi	Yaxşı keyfiyyət stratejisi
Aşağı	Soyğunçuluq stratejisi	Yalançı stratejisi	Aşağı dəyər stratejisi

Biznes-planın “İstehsalat planı” bölməsi

Bu bölmədə aşağıdakılar əks etdirilir:

- malın istehsal prosesinin izahı (istifadə edilən avadanlıq və texnoloji, istehsalat sahələri və s.);
- əsas fondlara tələbatın hesablanması (torpağa mülkiyyət və ya istifadə

hüququnun əldə edilməsi, binaların, qurğuların tikintisi, rabitənin yaradılması, avadanlığın alınması və quraşdırılması);

- avadanlığın iş rejiminin əsaslandırılması;
- müəssisənin istehsalat gücünün hesablanması;
- istehsalat proqramının izahı;
- xammalın, yarımfabrikatların, komplektlədiricilərin təsnifatının verilməsi və onlara tələbatın hesablanması;
- xammala, yarımfabrikatlara, komplektləşdiricilərə tələbatın ödənilməsi üzrə təchizat sisteminin izahı (təchizatçılar, şərtlər, müddətlər və s.);
- istehsalat ehtiyatlarının idarə edilməsi sisteminin izahı;
- yanacaq-enerji ehtiyatlarına olan tələbatın hesablanması;
- personalın sayının hesablanması;
- məhsulun maya dəyərinin hesablanması.

Biznes-planın “Personal” bölməsi

Bu bölmədə müəssisə personalına daxil olanların kateqoriyaları, peşəkarlığı, personalın seçilməsi və işə qəbulu qaydaları, əməyin ödənilməsi sistemi, əmək haqları qeyd edilir.

Biznes-planın “Maliyyə planı” bölməsi

Biznes-planın bu bölməsində aşağıdakılar əks etdirilir:

- proqnozlaşdırılan gəlirlərin və xərclərin hesabatı (pul axınları);
- maliyyə resurslarına olan tələbatın hesablanması (investisiya və istismar xərcləri);
- kənarından cəlb edilən (ümumi maliyyə tələbatından biznes-layihənin təşəbbüsçüsünün kapitalını çıxmaqla) maliyyə ehtiyatları;
- pul axınları cədvəlinin tərtibatı (cash flow);
- pulun real dəyəri;
- kapitalın ortaçəkili dəyəri;
- mənfəətin, itkinin və balansın hesablanması;
- maliyyə axınlarının təhlili və investisiyanın faydalılığının əsas göstəricilərinin hesabatı:
 - xalis cari dəyər (NPV – Net Present Value);
 - daxili mənfəət norması (IRR – Internal Rate of Return);
 - xərclərin geri qaytarılması dövrü (PP – Payback period);
 - investisiyanın rentabelliği (PI – Payback of Investment);

- investisiyanın mühasibat rentabelliği (ROI – Return of Investment);
- layihənin maliyyə modelinin həssaslığının təhlili;
- itkisizliyin təhlili (CVP - analysis), itkisizlik nöqtəsinin tapılması.

Gəlirlərin proqnozlaşdırılması malın istehsal qrafiki və qiyməti əsasında istifadə edilir. İstehsal planı müəyyənləşdirilərək avadanlığın istehsal gücü, personalın təcrübəsi, xammalın və digər resursların vaxtında çatdırılması və digər amillər nəzərə alınır. Adətən istehsal qrafiki elə təyin edilir ki, məhsulun istehsalı aylar üzrə getdikcə artaraq müəyyən maksimuma çatdırılır.

Xərclərin hesablanması adətən aylar üzrə aparılır. Ümumiyyətlə xərclər iki qrupa bölünür:

- investisiya xarakterli xərclər (torpaq sahəsi, avadanlıq, nəqliyyat vasitələri, binaların tikilməsi, quraşdırma işləri, layihələndirmə və tədqiqat işləri);
- istismar xərcləri (əmək haqqı, sosial müdafiə fonduna ödənişlər, elektrik enerjisi üzrə xərclər, xammal və digər material və komplektləşdiricilərin alınması, amortizasiya xərcləri, su ehtiyatları, kanalizasiya, təmizləyici qurğular, sığorta, əmlak vergisi, torpaq vergisi, icarə haqqı, reklam və s.).

Kənardan cəlb olunmalı maliyyə vəsaitlərinin müəyyənləşdirilməsi üçün mənfəətin əldə olunmasına qədər bütün gözlənilən xərclər (investisiya və istismar) hesablanır. Alınan nəticədən şəxsi maliyyə vəsaitlərini çıxmaqla çatışmayan və kənardan cəlb olunacağına həcmi tapılır. Bu həcm müəyyənləşdirildikdən sonra o, kənardan cəlb olunacaq maliyyə vəsaitlərinin geri qaytarılması qrafiki və faizlər də nəzərə alınaraq müvafiq şəkildə artırılır.

Biznes-planının “Təşkilati plan” bölməsi

Biznes-planının bu bölməsində layihənin gerçəkləşməsi mexanizmi izah edilir:

- istehsalat prosesinin işə salınma ardıcılığı;
- şirkətin təşkilati-funksional strukturu;
- ştat cədvəli;
- menecerlərin vəzifə təlimatları;
- müəssisə bölmələri arasında əlaqələrin qurulması.

Biznes-planın “Risklərin qiymətləndirilməsi və sığorta” bölməsi

Bu bölmədə müxtəlif növ risklər təhlil edilir (texniki-texnoloji, marketing, maliyyə, hərbi-siyasi, hüquqi, ekoloji, inşaat, spesifik), onların önünməsi tədbirləri və risklərin sığortalanması (mülkiyyətin, o cümlədən nəqliyyat vasitələrinin sığortalanması, üçüncü tərəflər qarşısında məsuliyyətin sığortalanması, yüklərin sığortalanması).

Təhlil aşağıdakı üsullarla aparıla bilər:

- ekspert qiymətləndirməsi üsulu;
- analogiyalar üsulu;
- faiz dərəcəsi üsulu;
- kritik qiymətlər üsulu və s.

Biznes-planın təsviri

Biznes-plan öz təsviri ilə onu oxumaq niyyətini oyatmalıdır. Biznes-planın uğurlu təsviri aşağıdakı komponentlərlə təmin edilir:

- sənədin xarici görünüşü;
- anlaşılan izahlar;
- şriftin yaxşı oxunması;
- abzaslararası məsafə;
- izahların məntiqliyi;
- mətndə asan axtarış;
- yaxşı cildləmə;
- bir neçə nüsxə;
- səhifələrin və paraqrafların düzgün nömrələnməsi;
- qrafiklərdən və fotosəkillərdən istifadə;
- yüksək keyfiyyətli kağız.

Biznes-planın təqdimatı

Biznes-planın təqdimatı tələb oluna bilər. Bunun üçün POWER-POINT proqram sistemindən istifadə edilə bilər.

Biznes-planı əlavə edilən materiallar

Biznes-plan mümkün qədər qısa və asan oxunan olmalıdır. Digər tərəfdən biznes-plan kreditörün bütün suallarına cavabları özündə əks etdirməlidir.

Buna görə biznes-planının əsas bölmələrində məlumatın daha çox ümumiləşdirilmiş şəkildə verilməsi məsləhətdir. Detallı məlumatların əlavələrdə verilməsi biznes-planı daha oxunaqlı edir.

Biznes-planının uğurlu irəliləməsi üçün onun təşəbbüskarına aşağıdakı materiallar yardım edə bilər:

- layihənin yerli və ya mərkəzi hakimiyyət tərəfindən dəstəklənməsi;
- zəminlərin məktubları;
- niyyət protokolları;
- xammal təchizatçıları ilə anlaşmalar;
- alıcılarla anlaşmalar;
- torpaq sahəsinin icarəsi barədə anlaşmalar;
- lisenziyalar;
- ekologiya və təhlükəsizlik məsələləri üzrə dövlət nəzarəti orqanlarının rəyləri;
- şirkət, onun sahibləri və ya mal haqda qəzetlərdə və jurnallarda çap edilmiş məqalələr;
- mötəbər təşkilatların rəyi.

BİZNES-PLAN NÜMUNƏLƏRİ

İnternetdən minlərlə nümunə tapmaq mümkündür (İngilis, Türk, Rus, Azərbaycan və digər dillərdə). Bu kitabçada Sahibkarlığa və Bazar İqtisadiyyatının İnkişafına Yardım Fondunun veb-səhifəsindəki tövsiyə və nümunələri təklif edirik: <http://sahibkarol.biz>

Bununla belə, sahibkar nəzərə almalıdır ki, kredit almaq məqsədi ilə tərtib etdiyi biznes-plan kredit üçün müraciət etdiyi bank və bank olmayan kredit təşkilatının xüsusi tələblərinə cavab verməli olacaq. Bu səbəbdən sahibkar biznes-planı hazırlayarkən müraciət edəcəyi bankın və ya bank olmayan kredit təşkilatının tələblərini öyrənməlidir.

BİZNES-PLANIN UĞUR SİRLƏRİ

Biznes-plan tərtib edilərkən aŐađıdakılar təmin edilməlidir:

- biznes-planın yığcamlıđı;
- istifadə edilən məlumatların dəqiqliyi;
- qiymətləndirmələrin v  proqnozların real olması;
- hesablamaların dəqiqliyi;
- biznes-planın daim t kmill Ődirilm l r (beləliklə layihənin “diriliyi” v  aktualıđı təmin edilir) tələb etməsi.

Biznes-plan reallaŐdıđı d vrde aŐađıdakılar təmin edilməlidir:

- personalın düzgün seŐilməsi;
- iŐ il r arasında vəzifələrin düzgün b l Őd r lməsi, ahəngdar iŐ m hi-tinin v  nəzarətin təmin edilməsi;
- layihənin ger ekl Őməsi qrafikl rin  ciddi riayət edilməsi;
- maliyyə planına  n ciddi Őekild  riayət edilməsi, əlavə xərclərə yol verilməməsi və s.



DÖVLƏT ORQANLARINA HESABATLARIN TƏQDİM EDİLMƏSİ

Sahibkarlıq fəaliyyəti dövründə hüquqi və fiziki şəxslər dövlət orqanlarına dövrü hesabatlar təqdim edir.

Sadələşdirilmiş vergi ödəyicisi kimi qeydiyyatdan keçmiş vergi ödəyiciləri vergi orqanlarına rüblük və illik bəyannamələr təqdim edirlər. Rüblük hesabatlar zamanı sadələşdirilmiş vergi ödəyicisi vergi orqanına sadələşdirilmiş vergi bəyannaməsini və ödəmə mənbəyindən tutulan vergi bəyannaməsini (əgər ehtiyac olarsa) təqdim edir. İllik olaraq isə illik balans və işçilərə dair hesabat və yol vergi bəyannaməsini təqdim edir. ƏDV ödəyiciləri isə vergi orqanlarına aylıq ƏDV, illik mənfəət, illik əmlak və illik yol vergi bəyannamələrini təqdim edir.

Dövlət sosial müdafiə orqanlarına rüblük və illik hesabatlar, bununla yanaşı fərdi uçot məlumatları haqqında illik hesabatlar təqdim olunmalıdır.

Nəhayət, hesabat təqdim olunması lazım olan dövlət qurumlarından biri Dövlət Statistika Komitəsidir. Lakin fərdi sahibkarlardan statistik hesabat təqdim etmək tələb olunmur. Hüquqi şəxslər isə Dövlət Statistika Komitəsinə rüblük və illik statistik hesabatlar təqdim etməlidir.



SON SÖZ

Ümid edirik bu kitabçanı axıra qədər oxumaq səbriniz yetərinçə oldu. Əgər kitabçanı oxuduqdan sonra sahibkar olmaq niyyətiniz yaranıbsa və bu işi bacaracağınıza inanmırsınızsa, demək biz öz məqsədimizə çatmışıq.

Əfsanəvi menecer Cek Uelş [10] ABŞ-in ən nəhəng şirkətlərindən biri olan GENERAL ELECTRIC şirkətinin baş meneceri olub. Onun 20 illik fəaliyyəti dövründə bu korporasiyanın qiyməti 30 dəfə artıb (13 milyard dollardan 500 milyard dollara qədər). Onun fikrinə görə **ÖZÜNƏ İNAM** sahibkarın uğur qazanmasında ən vacib amillərdəndir. İnsan xasiyyətinin bu tərəfi zamanla formalaşır. Bəzi insanlarda özünə inam uşaqılıq dövründə yaranır. Digərlərində isə bu daha gec dövənlərdə baş verir ya da heç baş vermir. Amma, insanın özü bu inamın yaranmasında mühüm rol oynaya bilər. Bunun üçün müntəzəm şəkildə qarşınızda kiçik hədəflər qoyaraq onları dəf etməyə nail olmalısınız. Hədəflər getdikcə böyüyərək özünüze inam da artacaq. Eyni zamanda, hədəflərin böyüməsi cəsaretinizin artmasını tələb edəcək.

Beləliklə, sahibkarlıq fəaliyyətinə başlamaqdan qorxmayın. Kiçik, amma mütləq nail olunacaq hədəflərdən başlayın. Yavaş-yavaş biznesiniz genişlənəcək və getdikcə Siz öz uğurlarınızdan qürur duyacaqsınız. Əlbəttə, səhvlər də, uğursuzluqlar da olacaq, lakin unutmayın ki, heç bir sahibkar bunsuz keçinmir. İstənilən tanınmış biznesmenlərin uğur tarixçələrini nəzərdən keçirsəniz, onların da çoxsaylı səhvlərin etmələrini, dəfələrlə itkilərə məruz qalmalarını görərsiniz. Lakin **ÖZÜNƏ İNAM** həmişə onları irəli aparıb.

Sizə uğurlar arzu edirik! SAHİBKAR OLUN!

[10] - Jack & Suzy Welch. *Winning: The Answers. Confronting 74 of the Toughest Questions in Business Today*. 2006

Bu nəşr Avropa İttifaqı və Konrad-Adenauer Fondu tərəfindən maliyyələşdirilən və Sahibkarlığa və Bazar İqtisadiyyatının İnkişafına Yardım Fondu (SBİİYF) ilə əməkdaşlıq çərçivəsində həyata keçirilən "QADIN GÜCÜNƏ GÜC" layihəsi zamanı hazırlanmışdır. Bu nəşrin məzmunu heç bir halda Avropa İttifaqı və Konrad Adenauer Fondunun fikirlərinin əks olunması kimi sayıla bilməz.

The publication has been produced within the framework of the project "POWER TO WOMEN", implemented by Konrad-Adenauer-Stiftung (KAS) in partnership with Entrepreneurship Development Foundation (EDF) with financial support of European Union (EU) and Konrad-Adenauer-Stiftung (KAS). The contents of the publication can under no circumstances be regarded as reflecting the position of the European Union or the Konrad-Adenauer-Stiftung.

