

“AZƏRBAYCANDA KİÇİK SAHİBKARLIĞIN İNKİŞAFINA DƏSTƏK” LAYİHƏSİ

AZƏRBAYCANDA SAHİBKARLIQ

“KİÇİK VƏ ORTA MÜƏSSİSƏLƏRİN
İNKİŞAFINA YARDIM MƏRKƏZİ” İB

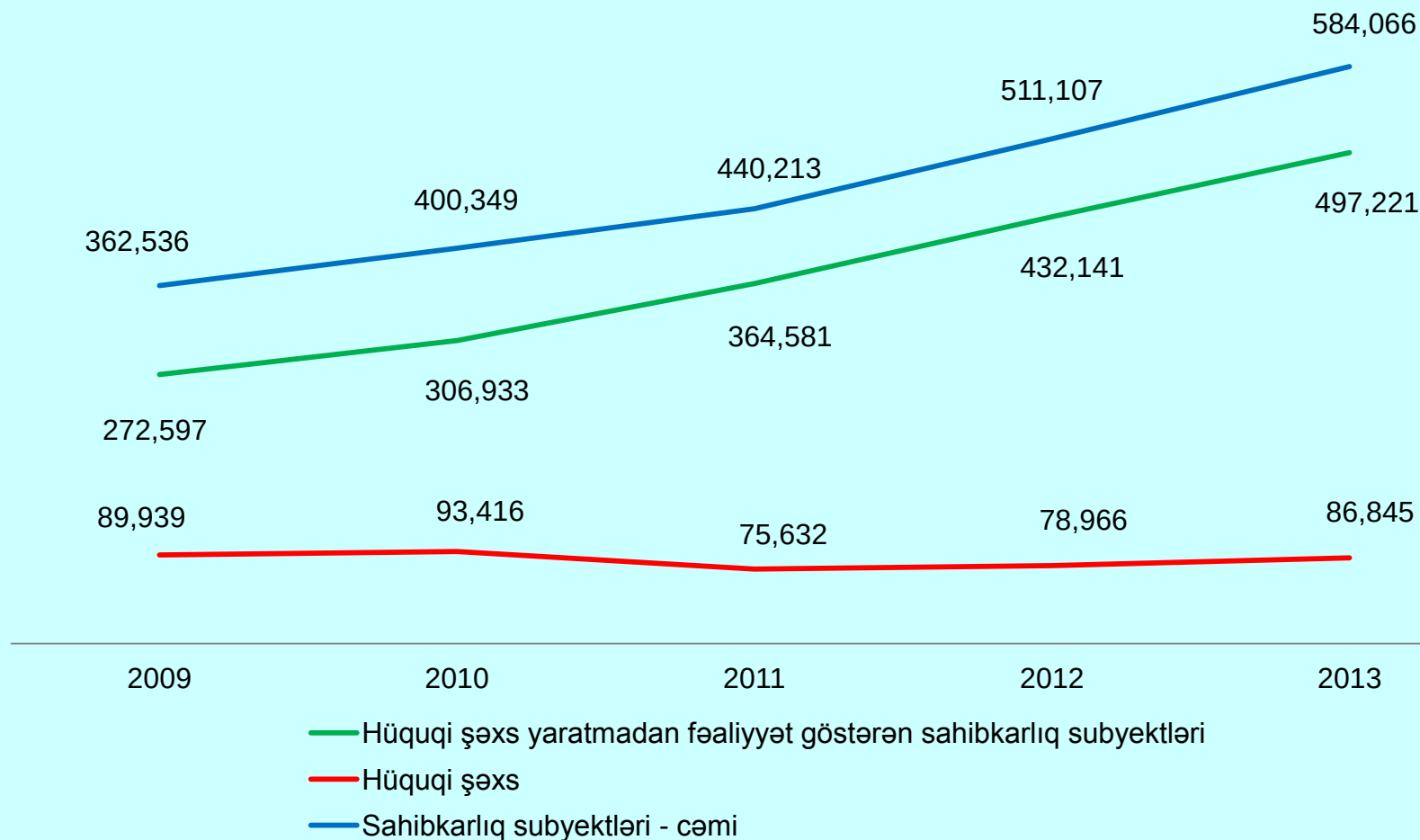
Ekspertlər:

İLKİN QARAYEV
ELXAN MƏMMƏDOV

Sahibkarlıq nədir

Sahibkarlıq — qanunla nəzərdə tutulmuş formada mülkiyyətdən və qeyri-maddi imkanlardan istifadə etməklə, əmtəə satışından, xidmət göstərilməsindən gəlir əldə etmək üçün müstəqil fəaliyyət.

2009-2013-ci illərdə Azərbaycanda sahibkarlıq subyektlərinin sayı



Hüquqi şəxslərin təşkilati-hüquqi formalarının təsnifatı

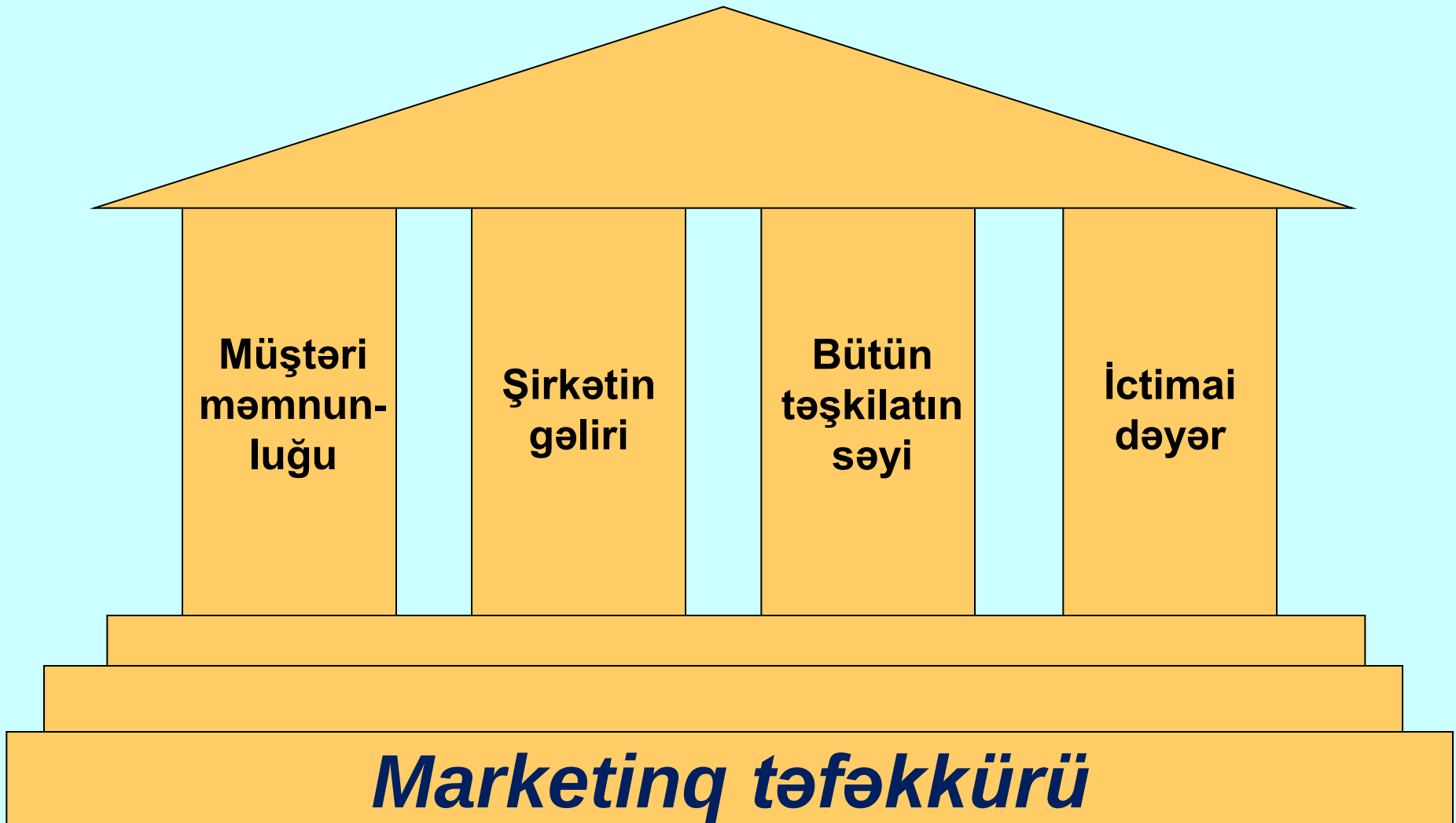
Nö	ADI	Kodu
1	Kooperativlər	4
2	İctimai birliklər (təşkilatlar)	5
3	Fondlar	6
4	İttifaqlar	7
5	Tam ortaqlıq	11
6	Kommandit ortaqlığı	12
7	Məhdud məsuliyyətli cəmiyyət	21
8	Əlavə məsuliyyətli cəmiyyət	22
9	Açıq Səhmdar Cəmiyyəti	31
10	Qapalı Səhmdar Cəmiyyəti	32
11	Digər kommersiya təşkilatları	81
12	Digər qeyri-kommersiya təşkilatı	82
13	Dövlət idarəetmə orqanları	91
14	Yerli özünüidarəetmə orqanları	92

Uğurlu biznesin şərtləri

- Uğur gətirə bilən biznes ideyanı tapmaq (qiymətləndirmə, biznes-plan və s.);
- Biznesin qaydalarını öyrənmək (qanunvericilik və sair);
- Tələb olunan lisenziyalar və icazələr almaq;
- Lazım olan maliyyəni səfərbər etmək (öz vəsaitiniz, borclanma, şəriklər və s.);
- Yaxşı personal seçmək;
- Biznesi qurmaq və gündəlik idarə etmək;
- Və sair, və sair.

Marketingin mahiyyəti

Biznesdə davamlı uğurun sütunları



Biznes-ideya

- İdeyanın yaranması
- İlkin qiymətləndirmə
- İdeyanın gerçəkləşdirilməsinin qiymətləndirilməsi
- İdeyanın gerçəkləşdirilməsi barədə qərarın qəbul edilməsi

İdeyanın yaranması yolları

Mümkün variantlar:

- **təsadüfən;**
- **kənardan söylənməklə;**
- **tələb və təklif bazarının təhlili;**
- **bənzərlik əsasında;**
- **digər yollarla**

Gözlənilən faydanın ilkin qiymətləndirilməsi

Üsullar:

- elementar hesablamalar;
- mövcud analogi layihələrlə müqayisə;
- mütəxəssislərlə məsləhətləşmələr və s.

İdeyanın gerçəkləşdirilməsi çətinliklərinin qiymətləndirilməsi

Təhlil komponentləri:

- **maliyyə ehtiyatlarının mövcudluğu və ya əlçatanlığı;**
- **avadanlıq və texnoloqiyalarla təminat;**
- **xammal və digər ehtiyatlar;**
- **ümumiyyətlə uyğun şəraitin olması;**
- **risklər;**

Biznes-ideyanın gerçəkləşməsi barədə qərarın qəbul edilməsi

**Bu barədə qərar qəbul edərkən iş adamı
aşağıdakıları nəzərə almalıdır:**

- ☐ **sabahdan o yeni həyata başlayır;**
- ☐ **hər dəqiqə o layihə barədə düşünməli
olacaqdır;**
- ☐ **ailə və dostları üçün vaxtı xeyli azalacaq;**
- ☐ **təxirə salmadan o hər gün yeni problemləri
həll etməli ola bilər;**
- ☐ **o hətta xasiyyətini dəyişməli ola bilər;**
- ☐ **onun hörmət etmədiyi insanlarla da yaxşı
münasibətlər qurmalı ola bilər.**

Biznes strategiyası

Strateji düşüncə tərz



Biznes strategiyası

SMART qaydası

KONKRET

Məqsədlər konkret olmalıdır.
Məsələn: Müəyyən segment üzrə satışların 10% artırılması

ÖLÇÜLƏ BİLƏN

Mümkündürsə, məqsəd rəqəmlərlə ifadə edilməlidir.

NAİL OLUNA BİLƏN

Məqsədlər şirkətin imkanları daxilində olmalıdır.

REAL

Məqsədlər, mövcud vəziyyəti nəzərə alaraq, real olmalıdır.
Məsələn: Xarici bazarla işləməyən şirkətin inkişaf etmiş ölkələrin bazarlarına asanlıqla girməsi real deyil.

MÜDDƏTİ MÜƏYYƏNLƏŞDİRİLMİŞ

Məqsədlərə nail olmaq üçün müəyyən müddət təyin edilməlidir.
Məsələn; müəyyən segment üzrə illik satışın həcmi 15% artırmaq.

Biznes strategiyası



Biznes strategiyası

SWOT təhlil

Müsbət amillər

Strengths

Güclü tərəflər

Mənfi amillər

Weaknesses

Zəif tərəflər

Daxili amillər

Xarici amillər

Opportunities

İmkanlar

Müsbət amillər

Daxili amillər

Xarici amillər

Threats

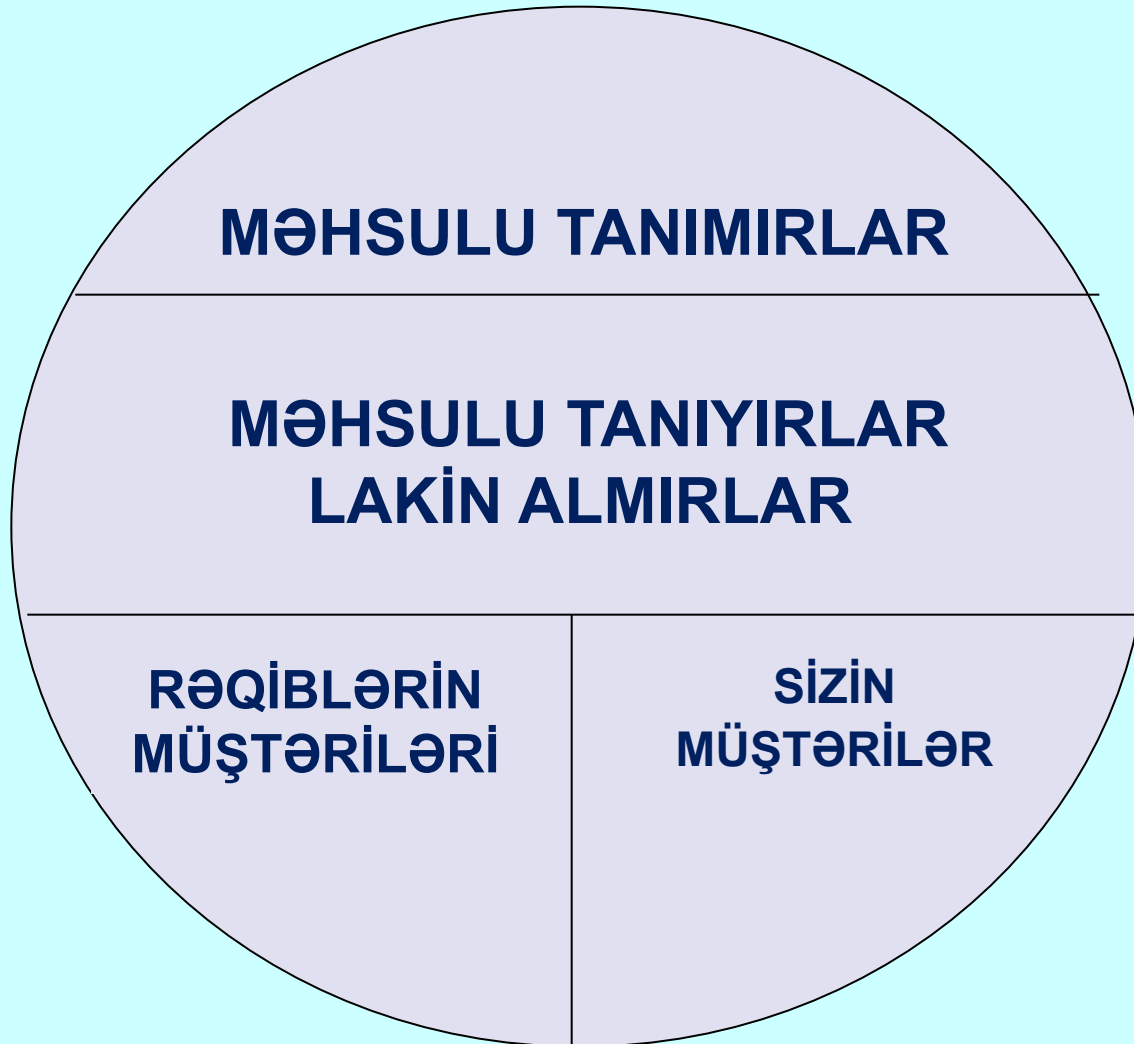
Təhlükələr

Mənfi amillər

Əsas Anlayışlar



Əsas Anlayışlar



Əsas Anlayışlar

Sahibkarın əsas keyfiyyətləri:

- Sistemli düşünmə bacarığı
- Mənzərəni ümumilikdə görmək bacarığı
- Müəyyən vərdişlərə sahib olması
- Obyektiv və qərəzsiz olması
- Münaqişələri həll etmək bacarığı və s.

Əsas Anlayışlar

Bazarın fərqli ehtiyaclara,
xüsusiyyətlərə və davranışlara malik
ayrıca məhsullar və ya marketing
kompleksi tələb edə bilən alıcılar
(müşətilər) qrupuna bölünməsinə
segmentasiya deyilir

Əsas Anlayışlar

HƏDƏF BAZARI və strateji proses

- **HƏDƏF BAZARI** – şirkətin fəaliyyətini aparmaq və məqsədlərinə nail olmaq üçün hədəf aldığı müştərilərin seçilmiş seqmenti və ya seqmentləridir. Hədəf bazarının düzgün seçilməsi şirkətin bu gün və gələcəkdə gəlirli satışlarını təmin etmək üçün çox vacib bir məqamdır.
- **STRATEJİ SATIŞ VƏ MARKETİNG VƏZİFƏLƏRİ** hədəf bazarı üzrə ən azı üç illik müddət üçün təyin edirlər.
- **SƏMƏRƏLİ STRATEQİYALAR** hədəf bazarı daxilində strateji vəzifələrə nail olmaq üçün müəyyən edilir.

Biznesdə tədqiqatlar və araşdırmalar



Biznesdə araşdırmalar

Bazar araşdırması nədir?

- Bazar araşdırması – qərarvermə və fəaliyyətinin planlaşdırılması üçün töhfənin verilməsi məqsədi ilə hədəf bazarları üzrə məlumatların toplanması və təhlili prosesidir.
- Bazar araşdırmalarının nəticələri əsasında tədbirlər planı tərtib olunur.
- Hədəf bazarlarının tədqiqatı biznesin strateji planlaşdırılması, xüsusilə, yeni məhsul və xidmətilərin hazırlanması üçün çox böyük əhəmiyyət kəsb edir

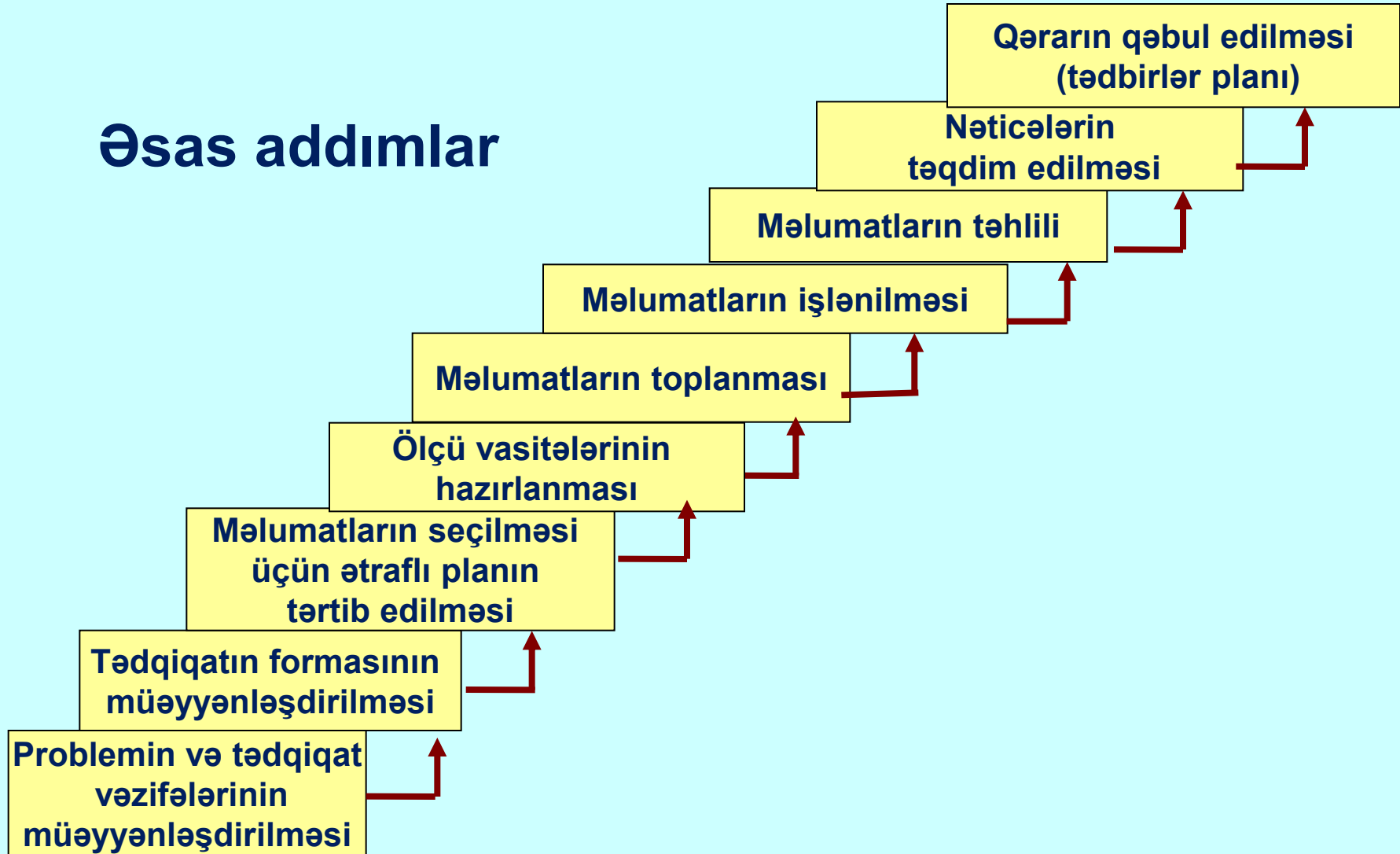
Biznesdə araşdırmalar

Marketing tədqiqatı aşağıdakı əsas mərhələlərdən ibarətdir:

- Problemin və araşdırmanın məqsədinin müəyyənləşdirilməsi
- Araşdırma planının hazırlanması
- Məlumatların toplanması
- Məlumatların işlənməsi və hesabatın hazırlanması

Marketing tədqiqatı prosesi

Əsas addımlar



Biznesdə araşdırmalar

Marketing məlumatlarının əsas 2 növü vardır:

- **İlkin məlumatlar** (əvvəllər mövcud olmayan, konkret məqsədlər üçün nəzərdə tutulmuş)
- **Təkrar məlumatlar** (artıq mövcud olan, başqa bir məqsəd üçün hazırlanmış)

Biznesdə araşdırmalar

İlkin məlumatların əldə olunması üçün aparılan araşdırmaları 2 növə bölmək olar:

- Keyfiyyət araşdırması
- Kəmiyyət araşdırması

Biznesdə araşdırmalar

Keyfiyyət araşdırmasının metodları:

- Qrup müzakirələri
- Fərdi müsahibə
- Müşahidə

Biznesdə araşdırmalar

Kəmiyyət araşdırmasının metodları:

- Sorğu
- Sınaq
- Yerində araşdırma.

BİZNES - PLANLARIN HAZIRLANMASI



Biznes – plan anlayışı

“Biznes-plan sənəddir. Bu sənəddə: kompleks və sistemli şəkildə biznes fəaliyyəti ilə əlaqədar idarəetmə qərarları əsaslandırılmalı, məqsəd və vəzifələr göstərilməli, xarici və daxili şərait əks etdirilməli, tələb olunan ehtiyatlar qeyd edilməli, müvafiq səmərəlilik hesablamalarla təsdiq edilməlidir və bütün iştirakçıların faydası göstərilməlidir...”

Biznes – plan anlayışı

- **Biznes-plan aşağıdakıların toplusudur:**
 - layihənin investor üçün faydalı olmasını təsdiq edən mülahizələr sistemi;
 - gələcək biznesin dayanıqlılığının təhlili;
 - layihənin qarşılaşacağı risklərin təhlili;
 - biznesin inkişaf perspektivlərinin təhlili və s.

Biznes – plan anlayışı

Biznes-plan aşağıdakılar deməkdir:

- öz işini təşkil etmək üçün sahibkarın işçi aləti;
- xərclərin və gəlirlərin qiymətləndirilməsini əhatə edən geniş tədbirlər proqramı;
- müəssisənin fəaliyyətini və inkişafını xarakterizə edən sənəd;
- bazarın təhlili və konkret fəaliyyətin əsaslandırılması

Biznes-planının məqsədləri

Biznes-planlar əsasən iki məqsəd üçün hazırlanır:

- **Xarici istifadə üçün.**

Məqsəd – İdeyanın həyata keçirilməsi üçün sərmayədarların axtarılması.

- **Daxili istifadə üçün.**

Məqsəd – İdeyanın həyata keçirilməsinin idarəetmə alətlərinin təmin edilməsi.

Biznes-planının strukturu:

- 1. Titul vərəqi;**
- 2. Mündəricat;**
- 3. Qısa xülasə (Rezümə);**
- 4. Biznes-planının sahibi olan şirkət haqqında məlumat;**
- 5. Məhsul (xidmət) haqqında məlumat;**
- 6. Bazarın və rəqiblərin təhlili;**
- 7. Marketingin strategisi;**
- 8. İstehsalat planı;**
- 9. Personal;**
- 10. Maliyyə planı;**
- 11. Risklərin qiymətləndirilməsi və sığorta;**

Biznes-planının “Titul vərəqi” bölməsi

Biznes-planının bu bölməsində şirkətin adı və ünvanı, təsisçilərin adları və ünvanları, təklif edilən layihənin mahiyyəti, qiyməti və konfidensiallığı qeyd edilir.

Biznes-planının “Mündəricat” bölməsi

Bu bölmədə biznes-planının içindəkiləri göstərilir.

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;

Biznes-planının “Təşəbbüskar haqqında məlumat” bölməsi

Biznes-planının bu bölməsində aşağıdakı məlumatlar öz əksini tapır:

- Təşəbbüskarın adı;
- Yaranma tarixi;
- Müvafiq dövlət orqanlarında qeydiyyat nömrəsi;
- Hüquqi ünvanı;
- Yerləşdiyi ünvan;
- Mülkiyyət forması;
- Təşkilati-hüquqi forması;
- VÖEN;
- Təsisçiləri (səhmdarları);
- Rəhbəri (S.A.A., Şəxsiyyət vəsiqəsi göstəriciləri, ünvanı);
- Bank rekvizitləri;

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.

Biznes-planının “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.

Biznes-planının “İstehsal planı” bölməsi

Bu bölmədə aşağıdakılar əks etdirilir:

- İstehsal texnologiyası;
- İstehsal üçün tələb olunan avadanlıq, bu avadanlığın alınması və ya icarəyə götürülməsi haqqında məlumat;
- İstehsal prosesinə nəzarət;
- Ətraf mühitin qorunması sistemi;
- İstehsal proqramı;
- İstehsal gücü və onun inkişaf etdirilməsi imkanları;
- Subpodratçılar və onların seçilməsi meyarları;
- Uzunmüddətli aktivlərə olan tələbat;
- Dövriyyə vəsaitlərinə olan tələbat;
- Xərclərin proqnozlaşdırılması və s.

Biznes-planının “Təşkilati strukturu” bölməsi

Bu bölmə sahibkarlıq subyektinin idarəetmə sistemi və kadr siyasəti haqqında məlumatlardan ibarət olur. İlk növbədə idarəetmə sistemi haqqında məlumat verilir və təşkilati struktur tərtib olunur. Təşkilati struktur, sahibkarlıq subyektində vəzifə bölgüsünü, şöbələrin birgə fəaliyyətini, bu fəaliyyətin idarə edilməsi və ona nəzarətin həyata keçirilməsini özündə əks etdirir.

Biznes-planının “Maliyyə planı” bölməsi

Maliyyə planı əsas iki istiqamət üzrə məlumatları özündə birləşdirir:

- Layihə Təşəbbüskarının mövcud fəaliyyətinin maliyyə-iqtisadi nəticələri
- Əsas maliyyə göstəricilərinin proqnozlaşdırılması
 - Layihə Təşəbbüskarının aktiv və passivlər balansının proqnozlaşdırılması;
 - Mənfəət və zərərlərin proqnozlaşdırılması;
 - Pul vəsaitləri dövriyyəsinin proqnozlaşdırılması;
 - Layihənin iqtisadi səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi;
 - Maliyyə ehtiyatı davamlılığının proqnozlaşdırılması.

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-planının “Risklərin qiymətləndirilməsi” bölməsi

- Bu bölmədə müxtəlif növ risklər təhlil edilir (texniki-texnoloji, marketing, maliyyə, hərbi-siyasi, hüquqi, ekoloji, inşaat, spesifik), onların önlənməsi 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, analoqiyalar üsulu, faiz stavkası üsulu, kritik qiymətlər üsulu və s.

Biznes-planının təsviri

- Biznes-planının uğurlu təsviri aşağıdakı komponentlərlə təmin edilir:
 - sənədin xarici görünüşü;
 - anlaşılan izahlar;
 - şriftin yaxşı oxunması;
 - abzasların sıxlığı;
 - izahların məntiqliyi;
 - mətndə asan axtarış;
 - yaxşı cildləmə;
 - kifayət qədər nüsxələrin olması;
 - səhifələrin və paraqrafların düzgün nömrələnməsi;
 - qrafiklərdən və fotosəkillərdən istifadə;
 - yüksək keyfiyyətli kağız.

Biznes-planının təqdimatı

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

Biznes-plana əlavə edilən materiallar

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

- ☐ layihənin yerli və ya mərkəzi hakimiyyət tərəfindən dəstəklənməsi;
- ☐ zəminlərin məktubları;
- ☐ niyyətlər, 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 və ya insanların rəyi və s.

Biznes-planın tərtibatı dövründəki tədbirlər

Biznes-plan tərtib edilərkən aşağıdakılar təmin edilməlidir:

- biznes-planın yığcamlığı;
- istifadə edilən məlumatların dəqiqliyi;
- qiymətləndirmələrin və proqnozların real olması;
- hesablamaların dəqiqliyi;
- biznes-planın daim təkmilləşdirilməsi (bununla layihənin “diriliyi” təmin edilir);
- Bütün bunlar biznes-plan müəllifinin ustalığından asılıdır.

Biznes-planın reallaşması dövründəki tədbirlər

- **Biznes-plan reallaşdığı dövrdə aşağıdakılar təmin edilməlidir:**
 - **personalın düzgün seçilməsi;**
 - **işçilər arasında vəzifələrin düzgün bölüşdürülməsi, ahəngdar iş mühitinin və nəzarətin təmin edilməsi;**
 - **layihənin gerçəkləşməsi qrafiklərinə ciddi riayət edilməsi;**
 - **maliyyə planına ən ciddi şəkildə riayət edilməsi, əlavə xərclərə yol verilməməsi və s.**

Bunların təmin edilməsi layihə menecerinin məsuliyyətidir.

Biznes-planın tərtibatı dövründəki tədbirlər

Biznes-plan tərtib edilərkən aşağıdakılar təmin edilməlidir:

- **biznes-planın yığcamlığı;**
- **istifadə edilən məlumatların dəqiqliyi;**
- **qiymətləndirmələrin və proqnozların real olması;**
- **hesablamaların dəqiqliyi;**
- **biznes-planın daim təkmilləşdirilməsi (bununla layihənin “diriliyi” təmin edilir);**
- **Bütün bunlar biznes-plan müəllifinin ustalığından asılıdır.**

Biznes-planın reallaşması dövründəki tədbirlər

- **Biznes-plan reallaşdığı dövrdə aşağıdakılar təmin edilməlidir:**
 - **personalın düzgün seçilməsi;**
 - **işçilər arasında vəzifələrin düzgün bölüşdürülməsi, ahəngdar iş mühitinin və nəzarətin təmin edilməsi;**
 - **layihənin gerçəkləşməsi qrafiklərinə ciddi riayət edilməsi;**
 - **maliyyə planına ən ciddi şəkildə riayət edilməsi, əlavə xərclərə yol verilməməsi və s.**

Bunların təmin edilməsi layihə menecerinin məsuliyyətidir.

AZƏRBAYCANDA SAHİBKARLIQ

**Diqqətinizə görə
sağ olun**