

## AİLƏ BİZNESLƏRİ: BEYNƏLXALQ TƏCRÜBƏ VƏ MƏCMU SAHİBKARLIQ FƏALİYYƏTİNDƏ ONLARIN PAYI

*Daxil olub: 26 mart 2023-cü il*  
*Qəbul olunub: 8 sentyabr 2023-cü il*  
*Received: 26 March 2023*  
*Accepted: 8 September 2023*

**Yusif Musayev**  
*doktorant, müəllim, UNEC*  
*yusif.musayev@unec.edu.az*

### **Xülasə**

Ailə biznesləri ailə, biznes və mülkiyyətçilik kimi üç elementi özündə birləşdirir və dünya iqtisadiyyatının əsas drayverlərindən biri hesab olunur. Tədqiqatın məqsədi bazar iqtisadiyyatı şəraitində dünyanın müxtəlif regionlarında yerləşən ölkələrin iqtisadiyyatında ailə bizneslərinin rolunu və məcmu sahibkarlıq fəaliyyətində onların payını müəyyən etməkdən ibarətdir. Metodologiya–qarşıya qoyulan məqsədə nail olmaq üçün ədəbiyyat icmalı aparılır, beynəlxalq təşkilatlar tərəfindən təqdim edilmiş empirik tədqiqat nəticələri təhlil edilir və eləcə də müqayisə və ümumiləşdirmə metodlarından istifadə olunur. Tədqiqatın əsas nəticələri – ailə biznesləri geniş fəaliyyət sahələrini özündə birləşdirməklə əhalinin məşğulluq səviyyəsinin yüksəldilməsinə və davamlı iqtisadi inkişafın təmin edilməsinə mühüm töhfə verir. Ailə biznesləri əksər ölkələrdə mövcud sahibkarlıq subyektlərinin əhəmiyyətli hissəsini əhatə etsə də, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə daha böyük paya sahibdirlər. Belə ölkələrdə ailələr tərəfindən yaradılan və ya idarə olunan müəssisələr məşğulluğun təmin olunmasında aparıcı rol oynayırlar.

**Açar sözlər:** *ailə biznesi, beynəlxalq təcrübə, məcmu sahibkarlıq fəaliyyəti.*

## **FAMILY BUSINESSES: INTERNATIONAL EXPERIENCE AND THEIR SHARE IN THE TOTAL ENTREPRENEURIAL ACTIVITY**

**Yusif Musayev**  
*PhD student, teacher, UNEC*  
*yusif.musayev@unec.edu.az*

### **Abstract**

Family businesses combine the three elements of family, business and ownership and are considered one of the main drivers of the world economy. The purpose of the research is to determine the role of family businesses in the economy of countries located in different regions of the world and their share in the total entrepreneurial activity under market economy conditions. Methodology–to achieve the set goal, a literature review is conducted, empirical research results presented by international

organizations are analysed, and comparison and generalization methods are used. The main results of the study—family businesses, having a wide field of activity, play an important role in the national economy of most countries in increasing the employment level of people and ensuring sustainable economic development. Although family businesses comprise a significant proportion of existing business entities in most countries, they account for a larger share in developing countries. In such countries, enterprises created or managed by families play a leading role in providing employment.

**Keywords:** *family business; international practice; total entrepreneurial activity.*

## **СЕМЕЙНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ И ИХ ДОЛЯ В ОБЩЕЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Юсиф Мусаяев**

докторант, преподаватель, UNEC  
yusif.musayev@unec.edu.az

### **Резюме**

Семейный бизнес сочетает в себе три элемента семьи, бизнеса и собственности и считается одним из основных двигателей мировой экономики. Цель исследования—определить роль семейных предприятий в экономике стран, расположенных в разных регионах мира, и их долю в общей предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики. Методология—для достижения поставленной цели проводится обзор литературы, анализируются результаты эмпирических исследований, представленных международными организациями, используются методы сравнения и обобщения. Основные результаты исследования—семейные предприятия, имея широкое поле деятельности, играют важную роль в народном хозяйстве большинства стран в повышении уровня занятости населения и обеспечении устойчивого экономического развития. Хотя семейные предприятия составляют значительную долю существующих предприятий в большинстве стран, в развивающихся странах они составляют большую долю. В таких странах предприятия, созданные или управляемые семьями, играют ведущую роль в обеспечении занятости.

**Ключевые слова:** *семейный бизнес; международная практика; общая предпринимательская активность.*

## Giriş

Qlobal iqtisadiyyatda iştirak edən bütün biznes subyektləri əmtəə və xidmətlər sahəsində xarici ticarət, xarici investisiya fəaliyyəti və eləcə də valyuta, maliyyə-kredit istiqamətləri üzrə fəaliyyət göstərirlər (Qafarov; Rzayev, 2017). Ailə biznesləri də demək olar ki, bütün sahələrdə təmsil olunurlar və müasir iqtisadiyyatın əsas drayverlərindən biri olmaqla sosial-iqtisadi inkişafın təmin edilməsində mühüm rol oynayırlar. Ailə bizneslərinin inkişafı yeni iş yerlərinin yaradılması, sağlam rəqabətin formalaşması, bazar tələbinə çevik reaksiya verilməsi və innovasiyaların istehsalat tətbiqinə təkən verməklə, ümumi iqtisadi inkişafın təmin olunmasına xidmət edir. Bu bizneslər uzunmüddətli perspektivə sahib olması ilə seçilir və xarakterinə görə stabillik nümayiş etdirməklə davamlı iqtisadi inkişafa əhəmiyyətli dərəcədə böyük töhfə verir. Bundan əlavə, xərclərə qənaətcil olması və iqtisadi böhranlar dövründə belə daxili imkanlarını səfərbər etməklə fəaliyyətini davam etdirə bilmək kimi xüsusiyyətlərinə görə, maliyyə dayanıqlılığı və təhlükəsizliyinin qlobal təhdidlərlə üzləşdiyi bir vaxtda ailə biznesləri səmərəli biznes növü kimi qiymətləndirilməlidir (Musayev, 2021). Ailə firmaları təkcə iqtisadiyyatda çəkisinə görə deyil, həm də uzunmüddətli stabillik və etdiyinə, yerli inkişafa müsbət təsirlərinə, sahibkarların məsuliyyətli davranışına və qazandığı dəyərlərə görə əhəmiyyətli hesab olunur. Əlbəttə ki, bütün bunlar maliyyə böhranları dövründə xüsusilə əlverişli amillər kimi qiymətləndirilir. Ailə firmaları müxtəlif ölkələrdə olmaqla, Avropa şirkətlərinin 60%-dən çoxunu özündə birləşdirir və müxtəlif sektorları əhatə edir. KOB-ların, xüsusilə mikro və kiçik sahibkarlıq subyektlərinin böyük qismi ailə müəssisələrindən ibarətdir və eyni zamanda ailə bizneslərinin əksəriyyəti KOB-lardan təşkil olunub (Europea, 2009). Bununla belə, bir çox üstün cəhətlərlə xarakterizə olunmasına baxmayaraq, praktikada və elmi araşdırmalarda ailə bizneslərinin zəif tərəfləri və ya narahatçılıq yaradan tendensiyaları da vardır.

Məsələn, qlobal biznes strukturlarının 80%-ni təşkil etməsinə baxmayaraq, nəsillər arası uğurlu varisliyin aşağı səviyyədə olması ailə bizneslərində çalışan işçilər və onların mənsub olduğu milli iqtisadiyyatlar üçün ciddi şəkildə mənfi təsirlərin yaranmasına səbəb ola bilər (Gagne və et al, 2021). Digər tərəfdən, müvafiq elmi ədəbiyyatların təhlili onu da göstərir ki, aparılan tədqiqatların çoxu inkişaf etmiş ölkələrdə ailə sahibkarlığının tədqiqinə fokuslanmışdır və inkişaf etməkdə olan ölkələrdə ailə biznesini hərtərəfli anlamağa kömək edəcək geniş araşdırmalara ehtiyac vardır (Basco, 2018). Bu baxımdan qeyd eləyə bilərik ki, Latın Amerikasında ailə biznesi araşdırmalarına dünyanın Asiya qitəsi kimi digər bölgələrinə nisbətən daha az diqqət yetirilmişdir (Dinh və Calabro, 2019).

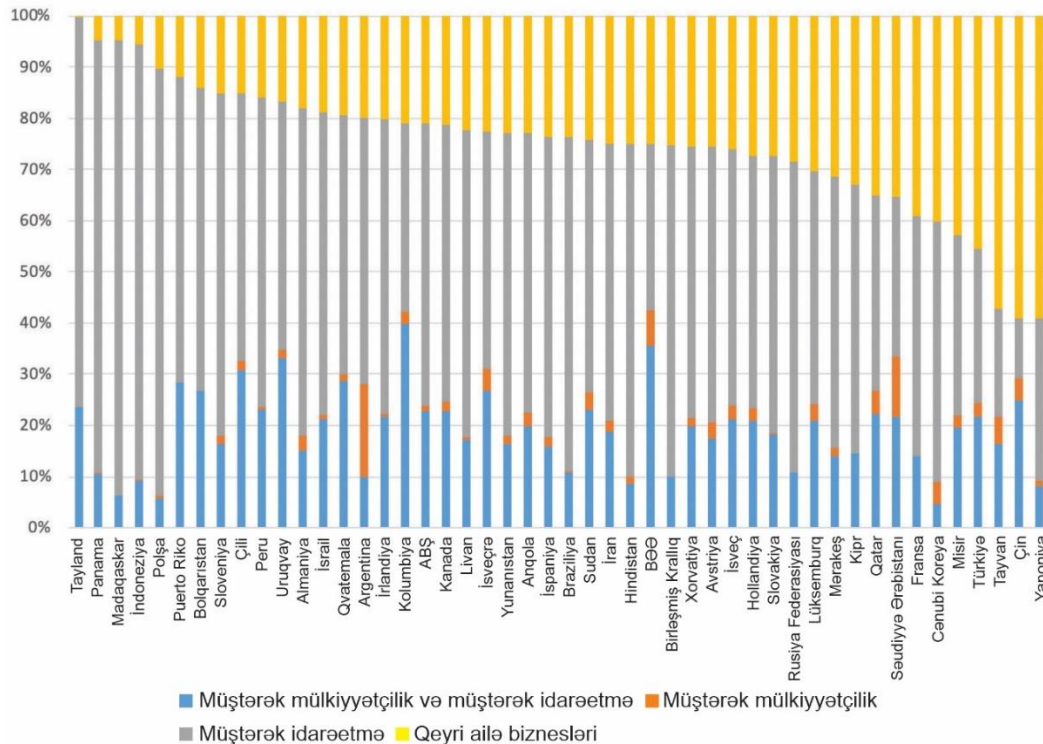
## 1. Material və metodologiya

Qlobal Sahibkarlıq Monitorinqinin (Global Entrepreneurship Monitor, bundan sonra GEM) axıncı dərc etdiyi “Ailə Sahibkarlığı Hesabatı 2019/2020” (2021) ailə bizneslərinin dünya iqtisadiyyatında rolunu və onların formalaşması və inkişafının bir çox aspektlərini qiymətləndirmək baxımından olduqca əhəmiyyətli məlumatları özündə əks etdirir. Hesabatda göstərilir ki, dünyanın 48 ölkəsinin milli iqtisadiyyatını əhatə edən sahibkarların 75%-i bizneslərini ailə üzvlərinin iştirakı ilə yaratmışdır, yaxud ailə üzvləri biznesin idarə olunmasında iştirak edir və ya biznesin müştərək sahibkarlarıdır. Bununla belə, ailənin say tərkibinin ayrı-ayrı fərdlərin biznes fəaliyyətinə başlamasında rolu və biznesə mövcud təsirləri haqqında olduqca az tədqiqat aparılmışdır. Araşdırma göstərir ki, ailənin biznesə təsiri digər müxtəlif aspektlərdən, o cümlədən də varislik (San Martin and Duran, 2016; Ahrens and et al, 2018), korporativ idarəetmə (Villalonga and et al, 2015; Gonzalez and et al, 2019) və ailə bizneslərinin beynəlmilləşməsi (Velez-Ocampo and et al, 2017) nöqteyi-nəzərindən daha çox tədqiq olunmuşdur. Ancaq ailə biznesinə xas olan faktorları, o cümlədən bu kontekstdə sahibkarlıq müəssisələrinin yaradılmasına təsir edən amillərin izahını verən (Aldrich and Cliff, 2003; Jennings and et al, 2015), xüsusilə də inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatlarda onların xarakterini müəyyən edən (Carreon-Gutierrez and Saiz-Alvarez, 2019) elmi ədəbiyyatların kasadlığı özünü büruzə verir. Bir amili də vurğulamaq lazımdır ki, ailə və sahibkarlıq təşəbbüsləri arasındakı əlaqələrin öyrənilməsi ailə bizneslərinin müxtəlif regionlarda məşğulluq imkanlarının genişləndirilməsində və yoxsulluq üzrə göstəricilərin yaxşılaşdırılmasında rolunun daha aydın müəyyənəndirilməsi baxımından olduqca əhəmiyyətlidir.

GEM-in haqqında bəhs olunan hesabatı ailə sahibkarlığını ***ailə üzvlərinin müştərək mülkiyyətçiliyi və müştərək idarəetməsinə, ailənin yalnız müştərək mülkiyyətçiliyinə və ailənin yalnız müştərək idarəetməsinə*** əsaslanan üç formada müəyyənəndirmişdir. **Qrafik 1**-də sahibkarlıq fəaliyyətləri ailənin iştirakını nəzərdə tutan bu üç formaya və qeyri-ailə bizneslərinə görə qruplaşdırılmışdır.

Tədqiqat nəticələrinə görə, ailə sahibkarlığının ən geniş yayılmış forması ***müştərək mülkiyyətə sahib olmadan birgə idarəetmənin həyata keçirilməsinə*** əsaslanır. Belə olan halda, cavabdeh şəxs tək mülkiyyətçi ola bilər və ya qeyri-ailə üzvləri ilə birlikdə firmanın həmtəsisçisi ola bilər, ancaq ailənin ən azı bir üzvü mülkiyyət sahib(lər)i ilə birlikdə biznesin idarə edilməsində iştirak edir. Məsələn, Madaqaskarda ümumi sahibkarlıq fəaliyyətinin 89%-i ailənin müştərək mülkiyyəti mövcud olmadan ailə üzvlərinin birgə idarəetməsi əsasında həyata keçirilir. Belə sahibkarlıq forması Panama, İndoneziya və Polşa kimi müxtəlif ölkələrdə də üstünlük təşkil edərək ümumi sahibkarlıq subyektlərinin təxminən 85%-ni özündə birləşdirir. Çində və Tayvanda isə tamamilə fərqli mənzərə hökm sürür və müştərək mülkiyyətə əsaslanmadan yalnız

müştərək idarəetməni özündə ehtiva edən ailə sahibkarlığı Çində bütün biznes təsisatlarının 12%-ni, Tayvanda isə 21%-ni təşkil edir.



**Qrafik 1. Məcmu sahibkarlıq fəaliyyətində (18-64 yaş) ailənin cəlb olunması ilə həyata keçirilən bizneslərin dörd bölgə üzrə qruplaşdırılan 48 ölkənin iqtisadiyyatında payı**  
*Mənbə: GEM, 2021. "2019\2020 Ailə Biznesi Hesabatı"*

Ailə sahibkarlığının digər ən geniş yayılmış və ən güclü forması kimi **firmanın idarə edilməsində və mülkiyyətçilikdə ailənin müştərək roluna** söykənən bizneslər qəbul edilir. Bu halda ailə üzvləri həm mülkiyyət və ya səhm sahibi olmaqla, həm də firmanın idarə edilməsində yüksək səviyyədə təmsil olunmaqla seçilir. Ailə bizneslərinin bu forması Kolumbiya, Uruqvay və Çili kimi Latin Amerikasının ölkələrində geniş yayılmaqla həmin ölkələrin ümumi sahibkarlıq fəaliyyətində müvafiq olaraq 40%, 33% və 31% olan əhəmiyyətli paya sahibdirlər. Başqa regionlara baxdıqda isə ailə bizneslərinin bu formasının Birləşmiş Ərəb Əmirliklərində (BƏƏ) ümumi sahibkarlıq subyektlərinin 36%-ni, Koreya Respublikasında 5%-ni, Polşa və Madaqaskarda isə 6%-ni təşkil etdiyini görə bilərik.

Bir amili vurğulamaq lazımdır ki, **müştərək mülkiyyətə sahib olmaq, lakin biznesin idarə edilməsində birgə idarəetmənin olmaması** ailə biznesləri üçün qeyri-spesifikdir. Ailə bizneslərinin bu forması üçün ən yüksək göstərici 18% ilə Argentinada və 12%-lik pay ilə Səudiyyə Ərəbistanında qeydə alınmışdır. Bu o hallarda baş verə bilər

ki, ailə mülkiyyət payına malik olmasına baxmayaraq biznesin həyata keçirilməsində iştirak etmir və yaxud ailə üzvlərinin biznesdə iştirakı müştərək idarəetmə hesab ediləməyən formalara əsaslanır. Bu formada mümkün hallardan biri ondan ibarətdir ki, ailə biznesinin nəsillər üzrə ötürülmə prosesi baş verir və firmanın idarə edilməsini yeni nəsil təhvil alsa da, hər iki nəsil biznesin müştərək mülkiyyətçisi olmaqda davam edir. Beləliklə, biznesin həyata keçirilməsində aşağı səviyyədə təmsil olunmasına görə belə firmalar ailə sahibkarlığının ən zəif forması kimi qəbul edilir (GEM, 2021).

## **2. Məcmu sahibkarlıq fəaliyyətində ailə bizneslərinin payı**

Hər bir ölkənin milli iqtisadiyyatının sağlam inkişafı və səmərəli fəaliyyəti əhəmiyyətli dərəcədə ailə müəssisələrindən asılıdır. Bu gün ailə biznesləri mövcud olan bütün müəssisələrin üçdə ikisini təşkil edir və dünya üzrə işçi qüvvəsinin ən azı yarısının işlə təmin olunmasına cavabdehlik daşıyır (De Massis and et al, 2018). Ailə biznesi xüsusi sahibkarlıq subyektidir və onun təşkili, formalaşması və tənzimlənməsi mexanizmi regional səviyyədə biznes davranışının unikal xüsusiyyətlərinin toplusudur. Bunlara sahibkarlıq subyektinin bazar mövqeyi, onun potensialı, göstərilən xidmətlərin xüsusiyyətləri və s. aid edilə bilər. Müvafiq olaraq, dünyanın müxtəlif ölkələrində və ayrı-ayrı regionlarda eyni inkişaf strategiyası ya hamıya şamil edilmir, ya da hər kəsin ondan faydalanmaq imkanı olmur. Buna görə də, bir sıra ümumi prinsiplərin müəyyən edilməsi, strateji inkişafın təşkili və həyata keçirilməsi zəruridir (Saidova, 2020).

Avropa Birliyinin milli assosiasiyalar ittifaqı olan Avropa Ailə Biznesləri təşkilatı 1999-cu ildən fəaliyyət göstərir və kiçik, orta və böyük şirkətlər də daxil olmaqla, uzunmüddətli ailə mülkiyyətində olan müəssisələri təmsil edir. Təşkilatın açıq informasiya mənbələrində göstərilir ki, ailə biznesləri bütün Avropa şirkətlərinin 65-80%-ni təşkil etməklə birlik ölkələrində mövcud olan bütün iş yerlərinin orta hesabla 40-50%-dən çoxunu özündə birləşdirir. Təşkilatın təqdim etdiyi məlumatlarda qeyd olunur ki, ailə biznesləri mövcud Avropa şirkətlərinin əhəmiyyətli hissəsini əhatə edir və real iqtisadiyyatın güclənməsinə və dinamik inkişafına mühüm töhfə verir. Ailə şirkətləri təkcə iqtisadiyyata önəmli töhfələr verdiyinə görə əhəmiyyətli hesab edilmir, onlar həm də uzunmüddətli və dayanıqlı biznes strukturları olduqlarına və regionların, xüsusilə də ucqar ərazilərin sosial-iqtisadi inkişafında oynadığı rola görə müsbət cəhətlərlə xarakterizə olunur. Məlumatlardan aydın olur ki, ailə biznesləri Avropada özəl sektor üzrə məşğulluğun 40-50%-ni təmin edir. Ailə biznesləri borc maliyyələşməsindən daha çox öz gəlirlərinin yenidən investisiya edilməsinə üstünlük verirlər və onlar səhmdarların, işçilərin və müştərilərin maraqlarının qorunmasına yönəlmiş uzunmüddətli strategiyalarına görə məsuliyyətli sahibkarlar kimi qəbul edilirlər və regional çərçivədə sosial-iqtisadi inkişafın qayğısına qalırlar. Beləliklə, ailə biznesi sahibləri ailə dəyərlərini bir növ yüksək sosial məsuliyyət hissəsinin formalaşması üçün də istifadə etmiş

olurlar və sahibkarlıq mədəniyyətinin formalaşması üçün təbii inkubator rolunu oynayırlar (<https://europeanfamilybusinesses.eu/about-european-family-businesses>). Digər bir araşdırma isə göstərir ki, Avropada bütün sahibkarlıq subyektlərinin təxminən 70-80%-i ailə bizneslərinə aid edilir və köhnə qitədə ailə biznesi sektorunda 10-dan az işçisi olan mikro müəssisələr və kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri üstünlük təşkil edir (Siakas və et al, 2014).

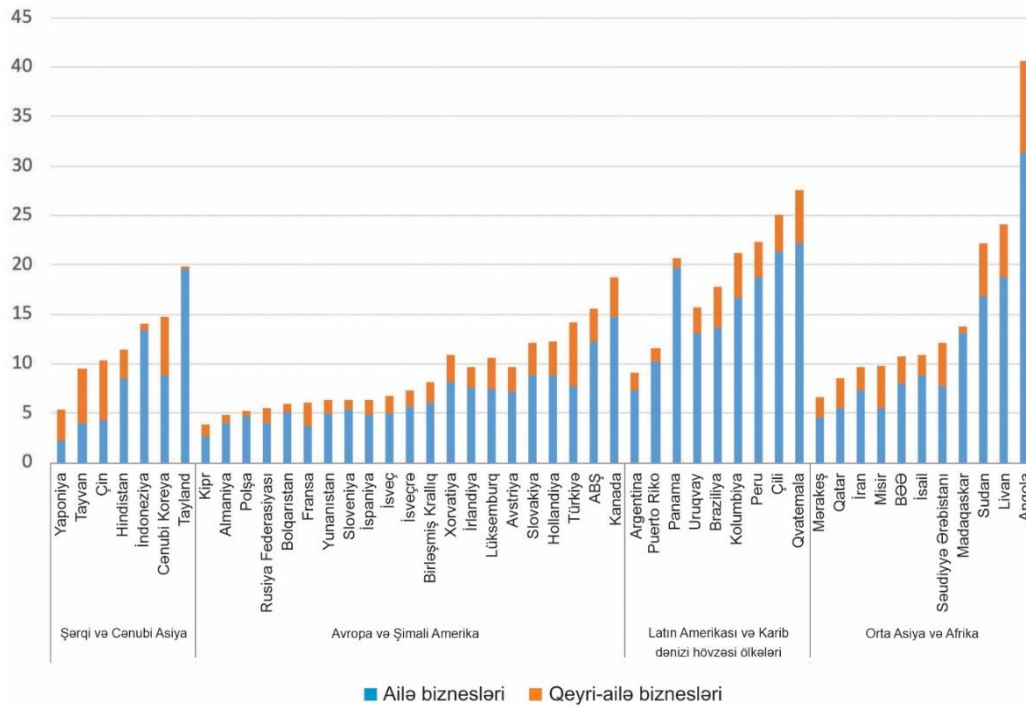
Latın Amerikasını dünya əhalisinin təxminən 9%-ni, qlobal ümumi daxili məhsulun isə 6%-ni təmsil edən 20 suveren dövləti və əraziləri əhatə edir. Bu bölgə Cənub-Şərqi Asiyadan sonra dünyanın ikinci ən əhəmiyyətli inkişaf edən bazarını təmsil edir və onun böyüməsinin yaxın illərdə xeyli dərəcədə sürətlənməsi gözlənilir. Dünyanın digər yerlərində olduğu kimi Latın Amerikasında ailə müəssisələri ölkələr üzrə əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənməsinə baxmayaraq, regionda iqtisadi və sosial təşkilatların geniş yayılmış formasını təşkil edir. Bu təşkilatlar bölgənin ÜDM-in təxminən 60%-ni təşkil edir. Ailə nəzarəti kiçik firmalarla məhdudlaşmır, həmçinin bölgənin ən böyük şirkətlərinin təxminən 40%-də üstünlük təşkil edir (Vazquez, 2020).

ABŞ və ya Kanada kimi inkişaf etmiş ölkələrdə bütün sahibkarlıq müəssisələrinin təxminən 90%-i ailə biznesi hesab olunur (Rahman and et al, 2017). Ailə biznesləri həmçinin geniş fəaliyyət göstərdikləri Rusiya, Bolqarıstan və Rumıniya kimi inkişaf etməkdə olan ölkələrin yerli sosial-iqtisadi inkişafında mühüm rol oynayırlar (Bakracheva and et al, 2020).

**Qrafik 2**-də Şərqi və Cənubi Asiya, Avropa və Şimali Amerika, Latın Amerikasını və Karib dənizi, Orta Şərq və Afrika olmaqla dörd qrupa bölünmüşdür və məcmu sahibkarlıq fəaliyyətində ailə bizneslərinin payı yüksək olmasına baxmayaraq, bu göstərici ölkələr üzrə dəyişkən xarakterə malikdir.

Qrafik dörd bölgə üzrə qruplaşdırılmış, ümumilikdə 48 ölkənin iqtisadiyyatında ailənin cəlb olunması ilə həyata keçirilən bizneslərin dərəcələrini göstərir. Təsvirdən bəlli olur ki, ən böyük fərq **Şərqi və Cənubi Asiya** regionunda müşahidə olunur. Bütün sahibkarların ailəni biznes fəaliyyətinə cəlb etdiyi ən yüksək göstərici Taylandda qeydə alınmışdır və bunun məntiqi nəticəsi olaraq Taylandda məcmu sahibkarlıq subyektlərinin təxminən 100 faizi ailə bizneslərindən ibarətdir. Koreya Respublikası və İndoneziya yüksək və təxminən bərabər sahibkarlıq fəaliyyətinə malik olsalar da, ailənin sahibkarlıqda iştirak səviyyəsi Koreya Respublikasında 60%, İndoneziyada isə 95% təşkil etməklə, bu istiqamətdə kəskin fərqlər özünü göstərir. Yaponiya, Tayvan və Çin isə ailənin sahibkarlıqda iştirak meyarına görə 40%-dan aşağı dərəcəyə sahib olmaqla müvafiq meyar üzrə regionda ən aşağı göstərici nümayiş etdirən ölkələrdir.

Araşdırma onu deməyə əsas verir ki, tədqiq olunan digər 45 iqtisadiyyatda sahibkarlıq subyektləri ailə əsaslıdır.



**Qrafik 2. Məcmu sahibkarlıq fəaliyyətində (18-64 yaş) ailənin cəlb olunması ilə həyata keçirilən bizneslərin dörd bölgə üzrə qruplaşdırılan 48 ölkə iqtisadiyyatında payı**  
**Mənbə:** GEM, 2021. "2019/2020 Ailə Biznesi Hesabatı"

**Avropa və Şimali Amerika** regionunu təmsil edən ölkələr digər bölgələrlə müqayisədə ailə əsaslı bizneslərin ümumi sahibkarlıqda ən aşağı pay sahibi olması ilə seçilir. Bu regionda qruplaşan ölkələrin iqtisadiyyatında ailənin iştirak səviyyəsi 54% (Türkiyə) ilə 90% (Polşa) arasında dəyişir. Rusiyada müvafiq göstərici 72 faiz olduğu halda, Bolqarıstanda bu nisbət 85 faiz həddinə çatır (GEM, 2021). Ümumiyyətlə qeyd eləyə bilərik ki, Avropa ölkələrində ailə bizneslərinin roluna dair araşdırmalar və müvafiq olaraq onların sosial-iqtisadi inkişafda payına dair məlumatlar digər bölgələrlə müqayisədə çoxluq təşkil edir.

Alman Sənaye Federasiyasının məlumatına görə isə ailə müəssisələri işəgötürənlər və əməkdaşları dərk edən yenilikçilər kimi Almaniya iqtisadiyyatına və alman sənayesinə böyük töhfə verir. Ailə biznesləri bir və ya daha çox ailənin sahib olduğu şirkətlər olaraq təyin olunur, "ailənin nəzarətində olan" və "ailənin rəhbərlik etdiyi" müəssisələr kimi fərqləndirilir. Ailə tərəfindən idarə olunan müəssisələrdə, iki fiziki şəxsə və ya onların ailə üzvlərinə şirkətin səhmlərinin ən azı 50 faizi məxsus olur. Ailənin idarə etdiyi müəssisələrdə bu fiziki şəxslər şirkətin idarə edilməsində də iştirak edirlər. Bu əsas tərif iki aspektdə diqqət yetirir:

1. Mülkiyyət forması həlledici əhəmiyyətə malikdir;

## 2. Müəssisənin idarə edilməsi çox vaxt sahibinin əlində olur.

Bu cəhətlər müəyyən tipik xüsusiyyətlərə səbəb olur. Sənayedə bir çox ailə müəssisəsi ikinci və ya üçüncü nəsillər tərəfindən idarə olunur. Səhmdarlar, onilliklər və ya hətta əsrlər boyu valideynlərinin, babalarının və ya nənələrinin qurduqlarını qorumaq və böyütmək istəyirlər. Bu, ailə müəssisələri ilə ictimai şirkətlər arasındakı həlledici fərqlərdən biridir: ailələr qısamüddətli gəlirdən daha çox uzunmüddətli sabitliyə üstünlük verirlər. Ailə biznesinin başqa bir əsas xarakterik cəhəti risk və məsuliyyətin paralel mövcudluğudur. Bu, ailə sahibkarlarını qərarların qəbulunda xüsusilə ehtiyatlı olmağa məcbur edir. Beləliklə, ailə müəssisələri qısa müddətdə qazanclarını artırmaqdan daha çox dayanıqlılığa əhəmiyyət verirlər. Müəssisələrin eyni şəxslərə məxsus olduğu və idarə edildiyi yerlərdə qərarlar daha çevik qəbul edilə bilər. Ailə biznesi sahibləri həmişə gələcək rübü yox, gələcək nəsli düşünürlər. Ən vacib qərar şirkətin ailədəki gələcək nəsillərə ən yaxşı şəkildə necə ötürülə bilməsidir. Bu da iş fəaliyyəti və biznes strategiyasına açıq şəkildə böyük təsir göstərir. Şirkətin uzunmüddətli varlığını təmin etmək üçün ardıcıl səylər ailə biznesinin əsas əlamətidir və onları bu qədər müvəffəqiyyətli edən də budur. 2020-ci ilin aprelinə olan tədqiqat nəticələrinə görə, ailələr tərəfindən nəzarət olunan şirkətlər Almaniya iqtisadiyyatında 91% paya sahibdir və onlar ölkədəki bütün şirkətlərin ümumi dövriyyəsinin 55%-ni və sorğu dövründə ümumi məşğulluğun 57%-ni təşkil edir (The Federation of German Industries (BDI), 2022). Aydın ki, kiçik biznesin və özəl sahibkarlığın payının artması ilə ölkə iqtisadiyyatı inkişaf edir, əhalinin bu işə cəlb olunması isə sahibkarlığın tənzimlənməsi ilə məşğul olan qurumlar, digər dövlət təşkilatları və maliyyə institutları üçün həm mühüm vəzifələr qoyur, həm də onların məqsədlərini təcəssüm etdirir (Saidova, 2020). Bu baxımdan, Almaniya ailə bizneslərinin məcmu sahibkarlıqda payının böyük olmasını eyni zamanda sahibkarlığın inkişafı sahəsində dövlət siyasəti ilə əlaqələndirmək olar. Sahibkarlığın inkişafı isə Almaniya yüksək həyat səviyyəsinin və alman iqtisadiyyatının gücünün əsas drayverlərindən biri kimi qiymətləndirilməlidir. GEM-in təqdim etdiyi hesabatda **Orta Şərq və Afrika regionunda** ailənin biznesdə iştirak payı ölkələrin ümumi sahibkarlıq aktivliyi səviyyəsinə görə dəyişir. Xüsusilə maraqlıdır ki, **Latın Amerikası və Karib dənizi ölkələrində** fəaliyyət göstərən sahibkarların dördü üçü startap layihələrini ailənin iştirakı ilə həyata keçirirlər (GEM, 2021). Ümumi baxımda, Latın Amerikası ölkələrində sahibkarlıq subyektlərinin 90-98%-i ailə müəssisələrinə aid edilir və işçi qüvvəsinin 50-75%-i ailə şirkətlərində çalışır. Dəqiqləşdirmə aparsaq göstərə bilərik ki, Latın Amerikasının aparıcı ölkələrindən biri olan Meksika iqtisadiyyatında ailə biznesləri daha böyük paya sahibdirlər. Belə ki, dünyanın bir çox ölkələrində olduğu kimi, Meksikada da ailə biznesləri ÜDM-ə və məşğulluğa əhəmiyyətli şəkildə töhfə verir. Daha dəqiq desək, Meksikada özəl

sektora məxsus təxminən 5 654 014 biznes subyekti vardır ki, onların da təxminən 90%-i ailə bizneslərindən ibarətdir və milli işçi qüvvəsinin 90%-nin məşğulluğunu təmin edir (INEGI, 2018). Vurğulamaq lazımdır ki, Meksika iqtisadiyyatında davamlı olaraq çoxlu sayda yeni firmalar yaradılır və onlar da ailə üzvləri və ya böyük ailələr tərəfindən idarə edirlər. Qeyd olunanlar Meksikada ailə mənsubiyyətinə söykənən sahibkarlıq subyektlərinin iqtisadi sistemdə böyük paya malik olmaqla yanaşı, inkişaf və genişlənmə perspektivlərinin mövcudluğundan da xəbər verir. Bu tendensiyanı tədqiqata cəlb edilən və ailə bizneslərinin məcmu sahibkarlıq fəaliyyətində böyük paya sahib olduğu bir çox ölkələrə də şamil etmək olar. Ona görə ki, təhlil edilən yüksək göstəricilər bu ölkələrdə böyük ailə biznesi təcrübəsinin olduğunu və eyni zamanda bu biznes növünün həmin cəmiyyətlərdə böyük populyarlıq qazandığını söyləməyə əsas verir. Belə nəticə çıxara bilərik ki, ailə biznesləri əksər ölkələrdə mövcud sahibkarlıq subyektlərinin əhəmiyyətli hissəsini əhatə etsə də, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə daha böyük paya sahibdirlər. Belə ölkələrdə ailələr tərəfindən yaradılan və ya idarə olunan müəssisələr məşğulluğun təmin olunmasında aparıcı rol oynayırlar. Bu da onunla əlaqədardır ki, həmin ölkələrdə yaşayan insanlar öz biznes fəaliyyətlərinə ailə üzvlərini də cəlb edirlər. Bununla onlar həm biznes xərclərini aşağı salır, həm də ailə üzvlərinin məşğulluğunu təmin edirlər. Beləliklə, ailə sahibkarlığı inkişaf etmiş ölkələrdə **zərurət motivləri** ilə sıx bağlıdır.

### 3. Azərbaycan ailə biznesləri

Beynəlxalq təcrübədə ailə bizneslərinin payını əks etdirən müvafiq statistik məlumatlar Azərbaycan üzrə mövcud olmasa da, ölkəmizdə ailə sahibkarlığı perspektivlərinin dünya ölkələri ilə müqayisəsini aparmaq üçün qeyd eləyə bilərik ki, 23.09.2016-cı il tarixli Fərmanla Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyinin tabeliyində “ABAD” - Ailə Biznesinə Asan Dəstək publik hüquqi şəxsin yaradılması Azərbaycanda ailə bizneslərinin inkişafında yeni mərhələnin başlanğıcı olmuşdur. Açıq təqdim edilmiş məlumatlara əsasən ABAD tərəfindən ümumilikdə 533 ailə biznesinə dəstək verilmişdir və 2022-ci ildə ABAD-a üzv olan sahibkarların illik maliyyə dövriyyəsi 2,7 milyon manat təşkil etmişdir (ABAD, 2023). Əlbəttə ki, ABAD modeli uğurludur və ailə bizneslərinin inkişafı baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Ancaq nəzərə almaq lazımdır ki, ailə bizneslərinin heç də hamısı ABAD-ın xidmətlərindən istifadə etmir və Azərbaycanda bütün ailə bizneslərini əhatə edən vahid statistika yoxdur. Ancaq əvvəllər apardığımız araşdırmalara və dünyada geniş qəbul edilmiş ailə biznesi konsepsiyalarına əsaslanmaqla deyə bilərik ki, ölkəmizdə ailə sahibkarlarının sayı və milli iqtisadiyyata töhfələri daha böyükdür. Məsələn, müvafiq verilənlərin ilkin müayinəsi göstərir ki, konseptual yanaşmalara əsasən ailə biznesi meyarlarına uyğun gələn sahibkarlıq

subyektlərinin bir qismi rəsmi dövlət statistikasında ev təsərrüfatlarına dair statistikanın tərkibində yer almışdır. Bu o deməkdir ki, Azərbaycanda ailə bizneslərinin məcmu sahibkarlıqda payını və milli iqtisadiyyatda rolunu müəyyənləşdirmək üçün ayrıca empirik tədqiqata ehtiyac vardır.

### Nəticə

Beynəlxalq təcrübənin təhlili və öyrənilməsi göstərir ki, ailə biznesləri geniş fəaliyyət sahəsinə sahib olmaqla dünyanın əksər ölkələrinin milli iqtisadiyyatında insanların məşğulluq səviyyəsinin yüksəldilməsində və davamlı iqtisadi inkişafın təmin edilməsində mühüm rol oynayır. Bunun başlıca səbəblərindən biri ondan ibarətdir ki, ailə institutu cəmiyyətin özəyini təşkil etdiyi kimi, ailə üzvlərinin təşəbbüsü və ya hər hansı formada iştirakı ilə yaradılan bizneslər də qlobal miqyasda üstünlük təşkil edir və bir çox müsbət cəhətlərlə xarakterizə olunması onların daha da inkişafına təkan verir. Dünyanın müxtəlif regionlarında yerləşməsinə və əhalinin gəlirlərinə görə kəskin fərqlənməsinə baxmayaraq, ailə biznesləri tədqiq olunan ölkələrin iqtisadiyyatında mühüm rol oynayır, məcmu sahibkarlıq fəaliyyətində böyük paya sahibdir və bir çox hallarda isə əsas pay sahibidir.

Ailə biznesləri əksər ölkələrdə mövcud sahibkarlıq subyektlərinin əhəmiyyətli hissəsini əhatə etsə də, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə daha böyük paya sahibdirlər. Belə ölkələrdə, ailələr tərəfindən yaradılan və ya idarə olunan müəssisələr məşğulluğun təmin olunmasında aparıcı rol oynayır. Ailə sahibkarlığının inkişafında zərurət motivlərindən sonra digər ən mühüm amil bu bizneslərin tənzimlənməsində dövlət siyasəti ilə bağlıdır. Almaniya və Tayland kimi ölkələrdə ailə bizneslərinin sürətli inkişafı buna nümunə ola bilər.

Bütün bunlar ailə bizneslərinin beynəlxalq təcrübəsinin tədqiqini və bəzi yanaşmaların ölkəmizdə tətbiqini olduqca aktual edir və əldə olunan nəticələr bu istiqamətdə daha geniş elmi araşdırmaların aparılmasına zəmin yaradır. Bununla belə, eyni və müxtəlif regionlarda yerləşən ölkələr üzrə oxşar və fərqli nəticələrin qeydə alınması və həmin ölkələrin əsas makroiqtisadi göstəricilərindən tədqiqatda istifadə olunmaması ailə biznesi ilə ölkənin sosial-iqtisadi inkişaf səviyyəsi arasında asılılığı qiymətləndirməyə imkan vermir. Buna görə də, növbəti tədqiqat zamanı müvafiq qiymətləndirmənin aparılması nəzərdə tutulur və beynəlxalq təcrübəyə əsaslanmaqla aşağıdakı təkliflərin reallaşdırılması tövsiyə olunur.

1. Ailə bizneslərinin sosial-iqtisadi inkişafa təsirlərinin müəyyənləşdirilməsi məqsədilə geniş empirik tədqiqatların aparılması;
2. Məcmu sahibkarlıq fəaliyyətində ailə bizneslərinin payını və milli iqtisadiyyatda rolunu müəyyənləşdirmək məqsədilə xüsusi empirik tədqiqatın aparılması;

### 3. Azərbaycanda ailə bizneslərinin makroiqtisadi göstəricilərini əks etdirən statistik məcmuənin hazırlanması.

#### Ədəbiyyat

1. Ahrens, J.-P., Uhlaner, L., Woywode, M., & Zybura, J. (2018). “Shadow emperor” or “loyal paladin”?-The Janus face of previous owner involvement in family firm successions” *Journal of Family Business Strategy*, 9(1), 73-90.
2. Aldrich, H.E., & Cliff, J. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: Toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing*, 18(5): 573-596.
3. Bakracheva, M., Pavlov, D. and et al. (2020). The intergenerational family businesses as a stress management instrument for entrepreneurs (Volume 1). Ruse: Academic Publisher University of Ruse “Angel Kanchev”.
4. Basco, R. (2018), “Family business in emerging markets”, in Grosse, R. and Meyer, K.E. (Eds), *The Oxford Handbook of Management in Emerging Markets*, Oxford University Press, Oxford, pp. 527-546.
5. Carreon-Gutierrez, J. P., & Saiz-Alvarez, J. M. (2019). Opportunity Motivation and Growth Aspirations of Mexican Entrepreneurs: The Moderating Role of the Household Income. *Sustainability*, 11(22), 6288.
6. Davila, A., & Hartman, A. M. (2016). Tradition and Modern Aspects of Mexican Corporate Culture. *Mexican Business Culture: Essays on Tradition, Ethics, Entrepreneurship and Commerce and the State*. Jefferson, NC McFarland, 26-27
7. De Massis, A., Frattini, F., Majocchi, A., & Piscitello, L. (2018). Family firms in the global economy: Toward a deeper understanding of internationalization determinants, processes, and outcomes. *Global Strategy Journal*, 8(1), 3-21. <https://doi.org/10.1002/gsj.1199>
8. Dinh, T.Q. and Calabro, A. (2019), “Asian family firms through corporate governance and institutions: a systematic review of the literature and agenda for future research”, *International Journal of Management Reviews*, Vol. 21 No. 1, pp. 50-75.
9. Europea, C. Overview of Family-Business-Relevant Issues: Research, Networks, Policy Measures and Existing Studies; European Commission—Enterprise and Industry Directorate-General: Brussels, Belgium, 2009.
10. FFI. (2016). Global data points. <http://www.ffi.org/page/globaldatapoints>
11. Gagne, M., Marwick, C., Brun de Pontet, S., & Wrosch, C. (2021). Family business succession: What’s motivation got to do with it? *Family Business Review*, 34(2), 154-167.
12. GEM. (2021). “2019\2020 Family Business Report”.
13. Gonzalez, M., Guzman, A., Pablo, E. & Trujillo, M.A. (2019). Is board turnover driven by performance in family firms? *Research in international Business and Finance*, 48, 169-186.
14. <https://europeanfamilybusinesses.eu/about-european-family-businesses/>
15. INEGI. (2016). Resultados definitivos. Mexico City: INEGI. Retrieved from <http://www.inegi.org.mx>
16. INEGI. (2018). Resultados definitivos. Mexico City: INEGI. Retrieved from <http://www.inegi.org.mx>
17. Jennings, J., Eddleston, K., Jennings, D., & Sarathy, R. (2015). Introduction: a framework for studying the “double embeddedness” of business enterprising. In J. Jennings, K. Eddleston, D. Jennings, & R. Sarathy (Eds.), *Firms within families: enterprising in diverse country contexts* (pp. 1-12). Northampton, MA, USA: Edward Elgar Publishing.
18. Qafarov Ş, Rzayev R. Qlobal mühitdə biznes. Dərslik. Bakı: “İqtisad Universiteti” Nəşriyyatı”, 2017.-264 səh.
19. Musayev, Y. (2021). Development of Family Businesses In Karabakh Region of Azerbaijan: New Opportunities And Prospects. *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 449-458.

20. Rahman, Md. H., Galvan, R. S., & Martinez, A. B. (2017). Impact of Family Business on Economic Development: A Study of Spain's Family-owned Supermarkets. *Journal of Business and Management Sciences*, 5(4), 129-138. <https://doi.org/10.12691/jbms-5-4-4>.
21. Saidova, M. J. (2020). Territorial issues of family business development in Andijan region. *Экономика и социум*, (7 (74)), 51-54.
22. San Martin, J. & Duran, J. (2016). Sucesion y su relacion con endeudamiento y desempeno en empresas familiares. *Contaduría y Administración* 61, 41-57.
23. Siakas, K., Naaranoja, M., Vlachakis, S., & Siakas, E. (2014). Family businesses in the new economy: How to survive and develop in times of financial crisis. *Procedia Economics and Finance*, 9, 331-341.
24. The Federation of German Industries (BDI). (2022). Family businesses-their defining characteristics.
25. Vazquez, P., Carrera, A., & Cornejo, M. (2020). Corporate governance in the largest family firms in Latin America. *Cross Cultural & Strategic Management*.
26. Velez-Ocampo, J., Govindan, K., & Gonzalez-Perez, M. A. (2017). Internationalization of Mexican family firms: the cases of Xignux and Grupo Alfa. *Review of International Business and Strategy*
27. Villalonga, B., Amit, R., Trujillo, M.A., & Guzman, A. (2015). Governance of Family Firms. *Annual Review of Financial Economics*, 7(1), 635-654.
28. ABAD. (2023). <https://abad.gov.az/open-informations>