

"AZƏRİTTİFAQ"
AZƏRBAYCAN KOOPERASIYA UNIVERSİTETİ

ISSN 2218-91-49

KOOPERASIYA
elmi-praktiki jurnal



№ 4 (31) - 2013

“Kooperasiya” elmi-nəzəri jurnal

Научно-теоретический журнал “Кооперация”

Scientific-theoretical journal “Cooperation”

Jurnal 2005-ci ilin yanvar ayından çıxır.

№ 4 (31) 2013

Təsisçi: Azərbaycan Kooperasiya Universiteti
Redaksiya heyəti:

| | | | |
|-----------------|---|---------------|-------------------------|
| professor | ELDAR QULIYEV (baş redaktor) | i.e.d., prof. | GƏNCƏLİ GƏNCİYEV |
| i.e.d., prof. | BƏYALİ ATAŞOV (baş redaktorun müavini) | i.e.d., prof. | ASİF ŞİRƏLİYEV |
| akademik | ASƏF NADİROV | i.e.d., prof. | AMİL MƏHƏRRƏMOV |
| akademik | ZİYAD SƏMƏDZADƏ | c.e.d., prof. | ZAHİD MƏMMƏDOV |
| i.e.d., prof. | AMEA-nın müxbir üzvü ƏLİ NURİYEV | i.e.d., prof. | RƏSUL BALAYEV |
| i.e.d., prof. | ŞƏMSƏDDİN HACIYEV | i.e.n., dos. | TAHİR ŞÜKÜROV |
| i.e.d., prof. | İSA ALIYEV | i.e.n., dos. | ELSEVƏR KƏRİMOV |
| f.r.e.d., prof. | ABDULLA İSAYEV | | (məsul redaktor) |

Jurnal Azərbaycan Respublikası Ədliyyə Nazirliyində 15 mart 2005-ci il tarixdə №1250 ilə qeydə alınmış, Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Ali Attestasiya Komissiyası Rəyasət Heyətinin 6 iyul 2012-ci il tarixli (protokol №10-R) qərarı ilə İqtisadiyyat elmləri üzrə “Azərbaycan Respublikasında dissertasiyaların əsas nəticələrinin dərc olunması tövsiyə edilən elmi nəşrlərin siyahısı”na daxil edilmişdir.

Redaksiyanın ünvanı:

AZ1106, Bakı şəhəri, Nəcəf Nərimanov küçəsi, 8^b,
tel: 562-25-43, 562-74-24, faks: (+99412) 5614134
e.mail: aku1964@mail.ru
web:www.aku.edu.az

Materiallarımızdan istifadə olunarkən jurnala istinad etmək vacibdir.

Tirajı 300 ədəd

Texniki redaktor: Əhməd ZİYƏDDİNOĞLU
Kompüter və dizayn: Tarzan ƏLİOĞLU

İSSN kodu 2218-91-49

MÜNDƏRİCAT
ÜMUMİ İQTİSADI MƏSƏLƏLƏR

A.T.ƏFƏNDİYEV
Ümumi tarazlıq modelinin təhlili.....4

N.N.DADAŞOVA
Kadr potensialının səviyyəsinin yüksəldilməsi yolları.....9

AQRAR PROBLEMLƏR VƏ ONLARIN HƏLLİ İSTİQAMƏTLƏRİ

V.Ə.QASIMLI
Aqrar sahədə tədqiqat və işləmələr.....20

R.R.İBRAHİMOVA, O.Q.MƏMMƏDLİ
Aqrar-sənaye kompleksinin sosial-ekoloji-iqtisadi sistem kimi tədqiqinin zəruriliyi.....26

P.M-X.ALİEB
Развитие и обеспечение материально-технических средств как фактор
эффективности применения инноваций в сельском хозяйстве республики.....31

N.İ.NAMAZOV
Aqrar sahənin iqtisadi dayanıqlığının yüksəldilməsində dövlət köməyinin tənzimlənməsinin rolu.....41

A.İ.QARAYEV
Azərbaycanda ASK sistemində maliyyə münasibətlərinin tənzimlənməsinin
iqtisadi-hüquqi əsasları.....47

MÜASİR SƏNAYE SİYASƏTİ VƏ SƏNAYE SAHƏSİNİN İNKİŞAFI

K.H.İSAYEV
Sənaye sahələrinin rəqabət qabiliyyətinin və iqtisadi maraqların qarşılıqlı təsir aspektləri.....54

N.D.QURBANOV
Sənayenin informasiya ehtiyatlarının formalaşmasının bəzi xarakteristikaları.....61

A.H.VƏLİYEV
Təsərrüfatın ölçülərinin optimallaşdırılmasının bəzi metodoloji aspektləri.....66

BAZA: MARKETİNG TƏDQIQATLARI VƏ XİDMƏTLƏRİ

T.Ş.ŞÜKÜROV
Rəqabət mühiti şəraitində Azərbaycanın ali məktəblərində marketing xidmətinin zəruriliyi.....71

A.A.AZİZOV
Гостиничное хозяйство как главная составляющая индустрии туризма.....77

M.ƏHMƏDOV

Yaşayış təyinatlı daşınmaz əmlak bazarı: marketing tədqiqatları, qiymətləndirmə.....85

A.Ə.RZAYEVA

Müəssisədaxili idarəetmə konsepsiyasında marketingin rolu.....94

A.C.HƏSƏNOV

İdarəetmə texnologiyasında əmtəə qrupları üzrə bazar tutumunun və firmaların bazar tutumundakı paylarının müəyyən edilməsi.....100

R.Ş.BAYRAMOVA

Qiymətli kağızlar bazarının tənzimlənməsinin müasir vəziyyətinin təhlili.....109

SAHİBKARLIQ FƏALİYYƏTİNİN İNKİŞAF MƏSƏLƏLƏRİ

R.T.ƏLİYEV

İstehsal sahibkarlığının informasiya təminatı.....117

A.A.QULİYEVA

Sahibkarlıq fəaliyyətinin məzmunu və funksiyaları.....124

R.N.NƏSİBOVA

İntellektual mülkiyyət və vençur kapitalının qarşılıqlı əlaqəsi. Azərbaycanda intellektual mülkiyyət və vençur sahibkarlığı.....132

XARİCİ İQTİSADI ƏLAQƏLƏR VƏ DÜNYA TƏCRÜBƏSİ

Ş.Ə.HƏBULLAYEV

İdxal-ixrac əməliyyatları və xarici ticarət dövriyyəsinin inkişaf istiqamətləri.....140

Ş.H.İBRAHİMOVA

Beynəlxalq iqtisadi inteqrasiya prosesləri.....148

M.A.MƏMMƏDOV

Azərbaycanın xarici nəqliyyat əlaqələrinin perspektiv inkişafı.....154

V.V.QURBANOV

Azərbaycanın dünya inteqrasiya prosesinə qoşulmasının müasir vəziyyəti.....159

N.Ş.XALIQOVA

Aqrar bazarın tənzimlənməsində idxal-ixrac əməliyyatlarının rolu.....166

ÜMUMİ İQTİSADI MƏSƏLƏLƏR

UOT 338.24.01

Aytəkin Telman qızı ƏFƏNDİYEVA
i.ü.f.d.
Bakı Dövlət Universiteti

ÜMUMİ TARAZLIQ MODELİNİN TƏHLİLİ

Xülasə

İşdə Azərbaycan Respublikasının statistik rəqəmləri əsasında tarazlı qiymətlər modelinə əsasən neft və qeyri-neft sektorlarının son məhsullarının dəyişməsinin ümumi buraxılış həcmnin, ÜDM-in, iş yerlərinin sayının, kapital yığımının və vergilərin dəyişməsinə təsiri qiymətləndirilmişdir. Hesablamalar üçün proqram tərtib olunmuş və tərtib olunan proqramın GAMS sistemində realizə olunmasından sonra alınan nəticələr cədvəl şəklində göstərilmişdir.

Açar sözlər: *tarazlı qiymətlər modeli, neft və qeyri-neft sektorları, multiplikativ effekt, GAMS sistemi.*

Qarşılıqlı əlaqələr probleminin həlli üçün işlənmiş "Xərclər–buraxılış" üsulu iqtisadi təhlillərin aparılması və proqnozların verilməsi üçün zəruridir. "Xərclər–buraxılış" üsulu ilə sahələrarası əlaqələrin iqtisadi-riyazi modelləşdirilməsi daha geniş yayılmışdır. Sahələrarası əlaqənin təhlili üsulu iqtisadi proseslərin tədqiqində mikro və makroiqtisadi proseslərin əlaqələndirilməsi probleminin həllinə kömək etmiş olur. Hazırda "Xərclər–buraxılış" üsulu dünyanın əksər ölkələrində iqtisadi strukturun təhlilinin instrumenti kimi geniş yayılmışdır[1].

Azərbaycanın geosiyasi cəhətdən yerləşmə məkanı, təbii sərvətlərlə, xüsusi ilə karbohidrogen resursları ilə zəngin olması və iqtisadiyyatın digər özəllikləri onun sosial-iqtisadi inkişaf modelinə fərqli cəhətlərlə yanaşılmasını tələb edir. Bu ilk növbədə neft və qeyri-neft sektorlarının qarşılıqlı əlaqələri, neft gəlirləri və onun səmərəli istifadə olunması problemləri ilə əlaqədardır. Azərbaycan iqtisadiyyatı üçün neft və qeyri-neft sektorlarının qarşılıqlı əlaqələrinin modelləşdirilməsi və müvafiq simulyasiyaların aparılması V.Leontyenin "Xərclər–buraxılış" modelinə əsaslanır [3].

Bu modelin birbaşa və tam xərclər əmsalları iqtisadi proseslərdə qərarların qəbul edilməsində müstəsna əhəmiyyətə malikdir. "Xərclər–buraxılış" modelinin qoşması, daha doğrusu, "Tarazlı qiymətlər" modelinin praktiki əhəmiyyəti xeyli böyükdür. Belə ki, bu model vasitəsi ilə hər hansı məhsul növündə və ya iqtisadi fəaliyyət sahələrində qiymətlərin və əlavə dəyər normalarının dəyişməsinin digər sahələrdə qiymətləri və əlavə dəyər normalarını hansı səviyyədə dəyişəcəyini əvvəlcədən müəyyən etmək mümkün olur. Bu baxımdan ölkədə dövlət tərəfindən hazırda tənzimlənən qiymət və tariflərdə edilən dəyişikliklərin inflyasiya səviyyəsini və ayrı-ayrı sahələrin məhsullarının qiymət səviyyələrində hansı dəyişikliklər yaradacağını müəyyən etmək üçün bu modeldən istifadə edilə bilər.

"Xərclər–buraxılış" modeli müxtəlif iqtisadi göstəricilərin (məsələn, son məsulun) digər göstəricilərə (məsələn, məhsul buraxılışı həcminə, əlavə dəyərə, məşğulluğun səviyyəsinə, əsas kapital yığımına, vergilərə və s.) ümumi təsirinin müəyyən edilməsinə imkan yaradır.

Məhsul buraxılışı həcminə ümumi təsir,

$$\Delta X = (E - A)^{-1} \Delta Y = B \Delta Y \quad (1)$$

düsturu ilə müəyyən edilir. Burada ΔX - buraxılışa ümumi təsiri, başqa sözlə, ΔY - son məhsulun dəyişməsi nəticəsində məhsul buraxılışının dəyişməsinə göstərir. B-tam xərclər matrisidir.

Məhsul buraxılışı həcminə ümumi təsiri (1) vasitəsi ilə hesabladıqdan sonra, bu dəyişmənin əlavə dəyərə ümumi təsiri,

$$\Delta V = v \Delta X \quad (2)$$

$$v = \frac{V}{X}$$

v - əlavə dəyər norması əmsalları vektorudur, başqa sözlə, hər bir sahənin məhsul buraxılışı vahidinə düşən əlavə dəyəri göstərir.

(1)-bərabərliyini (2)-də nəzərə alsaq son məhsulun dəyişməsinin əlavə dəyərin dəyişməsinə təsirini aşağıdakı düstur ilə müəyyən edə bilirik:

$$\Delta V = v B \Delta Y \quad (3)$$

(3) son məhsulun dəyişməsinin (ΔY) əlavə dəyərin dəyişməsinə (ΔV) təsirini əks etdirir.

Sahələrin ümumi buraxılışının dəyişməsinin məşğulluğun dəyişməsinə təsiri aşağıdakı kimi müəyyən edilir:

$$\Delta L = t \Delta X \quad (4)$$

t - birbaşa əmək tutumu (sərfi) əmsalları vektorudur, başqa sözlə, hər bir sahədə məhsul buraxılışı vahidinə düşən məşğulluqdur (sərf edilmiş adam-saat, adam-gün, adam-il).

$$t = \frac{L}{X}$$

(1) - bərabərliyini (4)-də nəzərə alsaq aşağıdakı simulyasiya düsturunu almış olarıq:

$$\Delta L = t B \Delta Y \quad (5)$$

$T = tB$ olduğunu (5)-də nəzərə alsaq,

$$\Delta L = T \Delta Y \quad (6)$$

Burada T - tam əmək tutumu əmsallarıdır. (6) son məhsulun dəyişməsi (ΔY) nəticəsində məşğulluqda baş verən dəyişiklikləri (ΔL) göstərir.

(4) və (6) sol tərəflərinin bərabərliyindən sağ tərəflərinin bərabərliyi alınır.

$$t \Delta X = T \Delta Y \quad (7)$$

(7) eyniliyi birbaşa əmək tutumu əmsalları ilə tam əmək tutumu əmsalları arasındakı əlaqəni əks etdirir.

Ümumi buraxılışın dəyişməsinin (ΔX) kapital yığımına (ΔK) ümumi təsiri,

$$\Delta K = f \Delta X \quad (8)$$

kimi olur. Burada, f - kapital yığımı əmsalları vektorudur, başqa sözlə, hər bir sahədə məhsul buraxılışı vahidinə düşən istehsal edilmiş, hətta istehsal edilməmiş (məsələn, torpaq) aktivləri göstərir.

$$f = \frac{K}{X}$$

(1) bərabərliyini (8)-də nəzərə alsaq iqtisadi fəaliyyət sahələrində son məhsulun dəyişməsinin (ΔY) sahələrdə kapital yığımının dəyişməsinə təsirinin (ΔK) multiplikativ effekti müəyyən etmək üçün aşağıdakı simulyasiya modelini almış olarıq:

$$\Delta K = f B \Delta Y \quad (9)$$

$F = fB$ olduğunu (9)-da nəzərə alsaq aşağıdakı bərabərliyi alarıq.

$$\Delta K = F \Delta Y \quad (10)$$

(8) və (10)-un sol tərəflərinin bərabərliyindən sağ tərəflərinin bərabərliyi alınır.

$$f \Delta X = F \Delta Y \quad (11)$$

(11) eyniliyi birbaşa kapital tutumu əmsalları ilə tam kapital tutumu əmsalları arasındakı əlaqəni əks etdirir.

Məlumdur ki, vergi yükü toplanmış vergilərin istehsal olunmuş məhsula nisbəti kimi müəyyən olunur.

$$v_y = \frac{VER}{X}$$

Burada, VER-toplanmış vergilərin məbləğidir. Onda, ümumi buraxılışın dəyişməsinin toplanan vergilərin məbləğinə təsiri aşağıdakı kimi müəyyən olunur.

$$\Delta VER = \nu y * X \tag{12}$$

(1)-i (12) –də nəzərə alsaq,

$$\Delta VER = \nu y * B \Delta X$$

alırıq.

Aşağıda 2009-cu ilin MHS-nin rəqəmləri əsasında ARDSK tərəfindən tərtib olunmuş “Xərclər-buraxılış” cədvəli verilmişdir [2].

Cədvəl 1.

“Xərclər-buraxılış” cədvəli, 2009-cu il, min man

| Sektorlar | Neft sektoru | Qeyri-neft sektoru | Aralıq istehlaka sərf olunan cəmi məhsullar | Son məhsul | Ümumi buraxılış |
|------------------------------|--------------|--------------------|---|------------|-----------------|
| Neft sektoru | 191668.4735 | 2399294.8 | 2590963.27 | 13868636.7 | 16459600.0 |
| Qeyri-neft sektoru | 1172895.527 | 12513859.7 | 13686755.2 | 18920344.8 | 32607100.0 |
| Aralıq istehlak | 1364564 | 14913154.5 | 16277718.5 | 32788981.5 | 49066700.0 |
| Əmək haqqı | 521154.1372 | 2034531.45 | 2555685.59 | | |
| Sosial ayırmalar | 108355.29 | 570194.884 | 678550.174 | | |
| Xalis gəlir | 8594660.023 | 4476574.75 | 13071234.8 | | |
| İstehsala vergilər | 31814.9 | 115464.379 | 147279.279 | | |
| Əsas kapitalın istehlakı | 269923.95 | 1266117.99 | 1536041.94 | | |
| Əsas qiymətlərlə əlavə dəyər | 15095036 | 17693945.5 | 32788981.5 | | |
| Xalis vergilər (məhsula) | 0 | 2812518.5 | 2812518.5 | | |
| Ümumi daxili məhsul | 15095036 | 20506464 | 35601500 | | |
| Ümumi buraxılış | 16459600 | 32607100 | 49066700 | | |

Cədvəl 1-də verilmiş “Xərclər-buraxılış” simulyasiya modellərinin verilənləri əsasında hesablanmış əmsallar cədvəl 2-də verilmişdir.

Cədvəl 2.

“Xərclər-buraxılış” simulyasiya modellərinin giriş əmsalları

| Sətrin kodu | Sektorlar | Sahələrin son məhsullarının ölkənin ümumi buraxılışında payı,% | Əsas qiymətlərlə əlavə dəyər norması | Əlavə dəyər norması əmsali (v) | Birbaşa əmək tutumu əmsalları (t) | Birbaşa kapital tutumu (fond tutumu) əmsali | Vergi yükü |
|-------------|--------------------|--|--------------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|---|------------|
| | | Y/X | V/X | UDM/X | L/X | K/X | T/X |
| 1 | Neft sektoru | 84.3 | 0.917 | 0.92 | 0.003 | 1.56 | 0.109 |
| 2 | Qeyri-neft sektoru | 58.0 | 0.543 | 0.63 | 0.125 | 1.10 | 0.071 |
| | Ölkə üzrə | 66.8 | 0.668 | 0.73 | 0.084 | 1.25 | 0.084 |

B-tam xərclər matrisini hesablayaq. Bu zaman aşağıdakını alırıq:

$$B = \begin{pmatrix} 1.021 & 0.122 \\ 0.117 & 1.64 \end{pmatrix}$$

Beləliklə, B matrisi və Cədvəl 2-də verilmiş giriş əmsalları vasitəsilə (1), (2), (4) və (8) xərc-lər-buraxılış simulyasiya modellərinin realizasiyasından alınan nəticələr Cədvəl 3-də verilmişdir.

Cədvəl 3.

Qeyri-neft sektorunun son məhsulunun 1 milyon manat dəyişməsinin ümumi buraxılış həcmnin, ÜDM-in, iş yerlərinin sayının, kapital yığımının və vergilərin dəyişməsinə təsiri.

| Sətrin kodu | Sektorlar | Modelin giriş veriləni | Modelin nəticələri | | | | | |
|-------------|--------------------|---------------------------------|--------------------------------------|---------------|------------------------|--------------------------------------|--|---|
| | | Son məhsulun dəyişməsi, min man | Ümumi buraxılışın dəyişməsi, min man | Multiplikator | ÜDM dəyişməsi, min man | İşçilərin sayının dəyişməsi, adam il | Kapital yığımının (fondyığının) artması, min man | Dövlət büdcəsinə vergilərin artımı, min man |
| | | | | | | | | |
| 1 | Neft sektoru | | 122 | 0.122 | 112.24 | 0 | 190.32 | 13.298 |
| 2 | Qeyri-neft sektoru | 1000 | 1640 | 1.64 | 1033.2 | 205 | 1804 | 116.44 |
| Ölkə üzrə | | 1000 | 1762 | 1.762 | 1145.44 | 205 | 1994.32 | 129.738 |

Neft sektorunun son məhsulunun 1 milyon manat artmasının ümumi buraxılış həcmnin, iş yerlərinin sayının, kapital yığımının və vergilərin dəyişməsinə təsirini hesablamak üçün tərtib edilən proqramın realizasiyasından alınan nəticələr Cədvəl 4 –də verilmişdir.

Cədvəl 4.

Neft sektorunun son məhsulunun 1 milyon manat dəyişməsinin ümumi buraxılış həcmnin, ÜDM-in, iş yerlərinin sayının, kapital yığımının və vergilərin dəyişməsinə təsiri.

| Sətrin kodu | Sektorlar | Modelin giriş veriləni | Modelin nəticələri | | | | | |
|-------------|--------------------|---------------------------------|--------------------------------------|---------------|------------------------|--------------------------------------|--|---|
| | | Son məhsulun dəyişməsi, min man | Ümumi buraxılışın dəyişməsi, min man | Multiplikator | ÜDM dəyişməsi, min man | İşçilərin sayının dəyişməsi, adam il | Kapital yığımının (fondyığının) artması, min man | Dövlət büdcəsinə vergilərin artımı, min man |
| | | | | | | | | |
| 1 | Neft sektoru | 1000 | 1021 | 1.021 | 939.32 | 3 | 1592.76 | 111.28 |
| 2 | Qeyri-neft sektoru | 1000 | 117 | 0.117 | 73.71 | 14 | 128.7 | 8.307 |
| Ölkə üzrə | | 1000 | 1138 | 1.138 | 1013.03 | 17 | 1721.46 | 119.596 |

Cədvəl 3 və Cədvəl 4-ə nəzər yetirsək görərik ki, qeyri-neft sektorunun son məhsulunu neft sektorunun son məhsulu qədər artırıqda bütün göstəricilərə görə, yəni ümumi buraxılışı, ÜDM-i, iş yerlərinin sayını, kapital yığımını və dövlət büdcəsinə vergi daxilolmalarını daha çox artırır. Belə ki, neft sektorunun son məhsulunun bir milyon manat artımı, multiplikativ effekt verərək ölkə üzrə ümumi buraxılışı 1.138 milyon artırarsa, qeyri-neft sektorunun son məhsulunun 1 milyon artması

isə ümumi buraxılışı 1.768 milyon manat artırır. Müvafiq rəqəmlər işçilərin sayının dəyişməsi üzrə 17 və 2005 yeni iş yeri, kapital yığımının (fondyığımının) dəyişməsi üzrə 1.721 və manat, dövlət büdcəsinə vergilərin artımı üzrə isə 119.6 və 139.74 min manat təşkil edir.

Ədəbiyyat

1. Həsənlı Y., Orucov H., Vəliyev V. Xətti cəbr və iqtisadi modellər. Qafqaz Universiteti nəşriyyatı, Ali məktəblər üçün dərslik, Bakı, 2009, 132 s.
2. Həsənlı Y. Azərbaycan iqtisadiyyatının sahələrarası əlaqələrinin modelləşdirilməsi. Bakı, 2011, 205 s.
3. Бункина М.К. Экономические модели Василия Леонтьева. Финансовый менеджмент.- М., 2002, №1.с. 13-28.

д.ф. А.Т.Ефендиева

Анализ модели общего равновесия

Резюме

В работе на основе данные за 2009 год ГКСАР затрат и полученных результатов моделирования системы моделей, продаваемых в Эамси колебания в нефтяной и ненефтяной сектора общественного версии конечный продукт, ВВП, а также сбалансированной модели цены реализации нефти и ненефтяного секторов эффект изменения правил добавленная стоимость исчисляет сбалансированных цен.

Если обратить внимание на таблицы 3 и 4 можно увидеть что по мере возрастания, конечные продукты не нефтяного сектора по общему капиталу, по количеству рабочих мест, по ВВП превышают по всем показателям конечные продукты нефтяного сектора. И так, судя по конечным продуктам нефтяного сектора и их роста на 1 миллион манат, по мультипликативному эффекту, валовое производство увеличилось на 1.138 миллионов манат, в то время как увеличение не нефтяного сектора на тот же 1 миллионов манат позволило увеличить валовое производство на 1.768 миллионов манат. Соответственно количество рабочих мест составляет 17 и 2005, накопление капитала 1.721 и 1.997 миллионов манат, рост дохода от налогов в государственный фонд 119.6 и 139.74 тысяч манат.

Ключевые слова: модели равновесия, нефтяной и не нефтяной сектор, мультипликативный эффект, система Gams.

Ph. D.A.T. Efendieva

The analysis of the general equilibrium model

Summary

Here are the figures for 2009 on the basis of ARDSK input-output system simulation model solved in Gams and fluctuations in oil and non-oil sectors of the public version of the final product, GDP, as well as the balanced model of the realized prices of oil and non-oil sectors. The effect of changing the rules of the value added is calculated equilibrium prices. If you pay attention to the tables 3 and 4 can be seen that as the, the final products of the oil sector on total capital, the number of jobs, GDP exceeds all indicators the final products of the oil sector.

And so, according to the final products of the oil sector and growth of 1 million manats for multiplicative effect, and oil, production increased to 1.138 million manat, while the increase in the non-oil sector to the same 1 million manat allowed to increase production at 1.768 million manats. Accordingly, the number of jobs is 17 and 2005 accumulation capital 1,721 and 1,997 million manat, the growth of tax revenue to the state fund of 119.6 and 139.74 thousand manats.

Keywords: equilibrium model, oil and non-oil sectors, multiplicative effect, system Gams.

UOT 658.3

Nurxanım Nizaməddin qızı DADAŞOVA
Azərbaycan Dövlət Neft Akademiyası

KADR POTENSİALININ SƏVİYYƏSİNİN YÜKSƏLDİLMƏSİ YOLLARI

Xülasə

Bu məqalədə müasir dövrdə insan resursları, onların idarə edilməsi strategiyası, kadrların toplanması, seçilməsi və qiymətləndirilməsi öz əksini tapmışdır.

Eyni zamanda, müəssisələrin (firmaların) fəaliyyətində heyətin rolunun artması insan amilinə, onun intellektual yaradıcı funksiyasına olan tələbatdan irəli gəlir.

Açar sözlər: *insan resursları, kadr siyasəti, motivləşdirmə, işgüzarlıq strategiyası, kadrların attestasiyası, peşə hazırlığı, əmək bazarı, əməyin təşkili.*

Giriş

İnformasiya texnologiyalarının inkişaf etdiyi müasir dövrdə işçi qüvvəsinin daşıyıcısı olan insanın rolu getdikcə artmaqdadır.

İnsan resurslarının idarə edilməsinin mahiyyəti ondan ibarətdir ki, insanlar rəqabət obyektii olaraq, məqsədə çatmaq üçün başqa resurslarla yanaşı, səmərəli yerləşdirilməli, inkişaf etdirilməli və motivləşdirilməlidirlər. Respublikamızın və xarici ölkələrin müəssisələrinin təcrübəsinin ümumiləşdirilməsi insan resurslarının idarə edilməsinin qlobal məqsədinin formalaşdırılmasına, yəni ölkənin (müəssisənin, idarə və təşkilatların və s.) malik olduğu əmək resurslarının daha səmərəli formalaşmasına, inkişafına və reallaşmasına imkan verir. Bu isə o deməkdir ki, ölkənin (müəssisənin, idarə və təşkilatların və s.) hər bir əmək qabiliyyətli adamının iş qabiliyyəti yaxşılaşacaq, öz əmək potensialını inkişaf etdirmək və ondan optimal qaydada istifadə etmək imkanı artacaq, bu isə, öz növbəsində bütünlükdə ölkənin (müəssisənin, idarə və təşkilatların və s.) malik olduğu iş qüvvəsinin fiziki və intellektual imkanından daha səmərəli istifadə olunmasına müsbət təsir göstərəcəkdir.

İnsan resurslarının idarə edilməsi təşkilatçılıq mühitinin bütün aspektlərini əhatə edir və özünə inteqrasiya edilməsi baxımından yanaşılmasını tələb edir. Çünki klassik iqtisadi nəzəriyyənin bəzi nümayəndələrinin düşündüyü kimi, dünyada qlobal rəqabətin yüksəlməsinin, milli rəqabət qabiliyyətinin ən mühüm amillərini torpaq, kapital və təbii resurslar deyil, yüksək ixtisaslı və motivləşdirilmiş insan resursları təşkil edir. Ölkənin (müəssisənin, idarə və təşkilatların və s.) iqtisadi və başqa imkanları həmin resursların keyfiyyətindən və xarakterindən asılıdır.

İnsan resurslarının idarə edilməsi idarəetmə təcrübəsini biznes strategiyası ilə əlaqələndirir. Buna görə də, innovasiya xarakteri daşıyır və son məqsəd kimi ölkənin (müəssisənin, idarənin, təşkilatın, şirkətin və s.) iqtisadi nəticələrinin yüksəldilməsi və əhəlinin tələbatının ödənilməsi vəzifəsini qarşıya qoyur. Buna görə də hər hansı idarəetmə məsələsi həll edilərkən insan aspekti, yəni adamların imkanı və kadrlara təsir nəzərə alınmalıdır.

İnsan resursları və onların idarə edilməsi strategiyası

Heyətin idarə edilməsi, həmçinin, ayrı-ayrı firma və şirkətlərin təşkilati strukturu və strateji məqsədləri ilə də üzvi şəkildə bağlıdır. Heyətin idarə edilməsi istehsal amilləri, kadr planlaşdırılması, şaquli və üfiqi idarəetmə, rəhbərlik məsələləri ilə əlaqədardır. Ona görə də heyətin idarə edilməsi üzrə fəaliyyət obyektiv olaraq inteqrativ səciyyə daşıyır. Beləliklə, heyətin idarə edilməsi firma və şirkətlərə rəhbərlik funksiyasının inteqrasiyası kimi təzahür edir və peşəkar bir fəaliyyət səciyyəsinə malik olur.

İdarəetmə birinci növbədə işçilərin birgə fəaliyyətinin əlaqələndirilməsi və təşkilidir. Bu isə,

sözün geniş mənasında, əmək ehtiyatlarından səmərəli istifadə olunması, insan amilinin nəzərə alınması, insan münasibətləri, əməyin təşkili, sosial inkişaf, təşkilati (əmək) davranış, kadr siyasəti, əmək bazarı kimi ümdə problemləri əhatə edir. Beləliklə, işçi heyətinin bir sistem kimi idarə edilməsinin öz xüsusiyyətləri, məzmunu və mənası vardır [4.]

İşçi heyəti konsepsiyasının hamı tərəfindən qəbul edilmiş müddəaları, cəhətləri vardır. Bununla belə, bu konsepsiya ayrı-ayrı ölkələrdə müxtəlif variantlarda həll olunur, həyata keçirilir.

Heyət istehsal, idarəçilik, onlar isə uyğun olaraq əsas, köməkçi və xidmətedici fəhlələrdən, habelə rəhbər işçilər və mütəxəssislərdən, mütəxəssislər isə funksional mütəxəssislərdən, mühəndis - mütəxəssislərdən, texniki - qulluqçulardan ibarətdir.

Ona görə də, heyətin idarə edilməsi istehsal, texniki-texnoloji sistemlərin idarə edilməsi qədər çətin və məsuliyyətli bir işdir, prosesdir. Heyətin idarə edilməsi ayrı-ayrı işçi kateqoriyaları ilə müəyyən prinsiplər, üsullar, səlahiyyətlər, funksiyalar çərçivəsində aparılan işlərin məcmusudur, sistemidir. Bu, birinci növbədə firma və şirkətlərin kadr siyasəti ilə (kadr siyasətinin özü, heyətin seçilməsi, qiymətləndirilməsi, yerləşdirilməsi, təlimləndirilməsi) üzvi şəkildə bağlıdır. Kadr siyasətinin özü də müəyyən yarımsistemlərdən, istiqamətlərdən ibarətdir:

1. Kadr siyasəti: kadrların seçilməsinin özəl, konseptual prinsipləri, məramları, hakimiyyət tipi, onun iş üslubu, firmalarda isə səmərəlilik, işgüzarlıq strategiyası, kollektiv müqavilələr, daxili qaydalar.

2. Heyətin seçilməsi: struktur və bölmələr üzrə, peşə-ixtisaslar üzrə əsas və əlavə tələbatın hesablanması; iş yerlərinin, vəzifələrin müəyyənləşdirilməsi; kadrların peşə seçimi; kadr ehtiyatının formalaşması.

3. Kadrların qiymətləndirilməsi: hər bir işçinin real potensialının qiymətləndirilməsi; işçilərin əmək töhfələrinin müəyyən edilməsi; kadrların attestasiyası; funksiyaların bölüşdürülməsi.

4. Kadrların yerləşdirilməsi: xidməti karyeranın planlaşdırılması; əmək şəraiti və əməyin ödənilməsi; kadrların hərəkəti; vəzifə instruksiyası.

5. Kadrların təlimi, hazırlanması: peşə hazırlığı, ixtisasın artırılması, ali təhsildən sonra əlavə hazırlıq, hazırlıq planı və proqramı.

Heyətin idarə edilməsi iqtisadi, sosial, hüquq, təşkilati və psixoloji məsələləri əhatə edir. Ona görə də heyətin idarə edilməsinə aşağıdakı aspektlər, istiqamətlər baxımından yanaşmaq olar:

- * insan resurslarından səmərəli istifadə edilməsi;
- * işçinin potensialını aşkara çıxarma və fəaliyyətini motivləşdirmə, stimullaşdırma;
- * heyətin fəaliyyətini təşkilatların iqtisadi göstəriciləri və nəticələri ilə əlaqələndirmə;
- * heyətin idarə edilməsi təşkilatın iqtisadiyyatının tərkib hissəsi kimi;
- * insanın istehsal fəaliyyətinin təşkili baxımından;
- * insana, onun fəaliyyətinə iqtisadi (istehsal və istehlakın subyektivi kimi), sosial (sosial qrupun üzvü kimi), peşə-ixtisas, demoqrafiya, sinfi, sosial status, bioloji, mədəni, mənəvi dəyərlər sistemi baxımından yanaşma.

Ona görə də heyətin idarə edilməsinin integrativ səciyyəyə daşıyan aşağıdakı konsepsiyaları vardır:

- * sosioloji konsepsiyalar (sosial davranış, əmək davranışı, sosial qrup nəzəriyyələri, münafişlər);
- * iqtisadi konsepsiyalar (işçi qüvvəsinin maddi stimulları, əmək bazarı problemləri, əmək kollektivlərinin təmin edilməsi və s.);
- * psixoloji konsepsiyalar (işçinin dəyərlər meyli, mentaliteti, ünsiyyətin və davranışın psixoloji analizi, əmək fəaliyyətinin psixologiyası və s.);
- * əmək və sosial hüquq (heyətin idarə edilməsi prosesinin müəyyən qanunlar, qaydalar çərçivəsində aparılması, əmək hüququ, tarif razılaşmaları, muzzdlu işçi və işverən arasındakı hüquqi münasibətlər və s).

İşçi heyətini idarə edərkən yuxarıdakı konsepsiyalar və müəyyən elmi prinsiplər hökmən nəzərə alınmalıdır [5].

Təşkilatlarda işçi heyətinin idarə edilməsi sisteminin qurulması prinsipləri. İşçi heyətinin idarə edilməsi sisteminin qurulması prinsipləri həm universal, həm də konkret, spesifik (konkret şəraitə uyğun gələn) səciyyə daşıyır. Heyətin idarə edilməsi sisteminin qurulması prinsipləri əsasən aşağıdakı qaydada təsnifləşdirilir:

- * heyətin idarə edilməsi sisteminin formalaşmasına olan tələbləri səciyyələndirən prinsiplər;
- * heyətin inkişafının əsas istiqamətlərinin idarə edilməsi sistemini müəyyən edən prinsiplər.

Birinci qrup prinsipə aşağıdakılar daxildir:

- * heyətin idarə edilməsi funksiyasının istehsalın məqsədi ilə şərtləşməsi prinsipi;
- * heyətin idarə edilməsində mütərəqqillik prinsipi, yəni dünya ölkələrinin təcrübəsini, etalonlarını və səmərəli, optimal modellərini özündə əks etdirməsi;
- * təşkilatların gələcək inkişafını nəzərə alan perspektivlik prinsipi;
- * kadr siyasətində ayrı-ayrı struktur bölmələrin (üfiqi və şaquli qaydalarda) səlahiyyətlərində avtonomluq prinsipi;

- * kadrların seçilməsində aşkarlıq, şəffaflıq prinsipləri və s.

İkinci qrup prinsipinə aşağıdakılar aid edilir:

- * hər hansı bir əsas, vaxtı çatmış vəzifələrin, problemlərin həlli üçün işçilərin səyinin təmərküzləşməsi, istiqamətləndirilməsi prinsipi;
- * heyətin idarə edilməsi sistemində funksional əmək bölgüsünə nəzərən ixtisaslaşma prinsipi;
- * heyətin idarə edilməsi sisteminin təşkilatın dəyişilən məqsəd və iş şəraitinə adaptivlik (çeviklik) prinsipi və s.

Heyətin idarə edilməsinin funksiyaları aşağıdakılardan ibarətdir:

- * işçilərin seçilməsi, qiymətləndirilməsi və işə qəbul edilməsi;
- * işçilərin əməyə uyğunlaşdırılması, təlimlənməsi və ixtisasının yüksəldilməsi;
- * heyətin yaradıcı əməyinin motivləşdirilməsi;
- * karyeranın planlaşdırılması;
- * heyətin fəaliyyətinə integrativ qaydada ümumi rəhbərlik;
- * heyətin fəaliyyəti ilə bağlı xərclərin (əməyin ödənilməsi, təhsil, sosial xərclər və s.) idarə edilməsi;
- * iş yerlərinin, əmək fəaliyyətinin təşkili;
- * heyətin marketinqi (yüksək ixtisaslı işçilərə, menecerlərə tələbatı müəyyən etmə);
- * fəaliyyətin nəticələrini qiymətləndirmə;
- * heyət fəaliyyəti üzərində nəzarət, əmək intizamını təmin etmə, münaqişələri tənzimləmə.
- * heyətin sosial təminatı və hüquqi tənzimlənməsi və s.

Heyətin idarə edilməsində onun strukturunun formalaşması qanunauyğunluqlarının və ona təsir edən amillərin öyrənilməsinin böyük əhəmiyyəti vardır. Firma və şirkətlərdə bir qayda olaraq aşağıdakı struktur növləri vardır:

- * təşkilati struktur;
- * funksional struktur;
- * rol strukturu;
- * sosial struktur;
- * ştat strukturu;
- * bölmələrin strukturu;
- * idarə aparatının strukturu;
- * bölmələrin istehsal və funksional strukturu.



Sxem1. İşçi heyətinin idarə edilməsi sistemi və yarım sistemləri.

Yarım sistemlər. İşçi heyətinin idarə edilməsinin bir çox yarım sistemləri vardır. Aşağıdakı üç vacib yarım sistemi nəzərdən keçirək (sxem 1).

Bir qayda olaraq:

* 1-ci yarım sistemə kadrların işə düzəlməsi, işdən getməsi, yerdəyişməsi, kadrların idarəetmə sisteminin informasiya təminatı, peşə meyli, məşğuliyyətin təmin edilməsi;

* 2-ci yarım sistemə texniki, iqtisadi təlim, kadrların yenidən hazırlanması və ixtisasının artırılması, kadrların ehtiyatları ilə aparılan iş, işgüzar gələcək, mənəbin (karyeranın) planlaşdırılması və ona nəzarət, yeni işçilərin əməyə sistemli uyğunlaşması;

* 3-cü yarım sistemə heyətin idarə edilməsi strategiyasının hazırlanması, kadr potensialının təhlili, heyətə olan tələbatın planlaşdırılması və proqnozlaşdırılması, əmək bazarının təhlil edilməsi, kadrların qiymətləndirilməsi və s. daxildir.

Hər bir əmək fəaliyyəti, məşğulluq forması əməyin normal təşkili olmadan lazımi səmərə verə bilməz. Məhz əməyin normal təşkili sayəsində istehsal amillərinin optimal vəhdətliyi təmin edilir. Bu isə bütün ictimai-iqtisadi sistemlərdə zəruri olan obyektiv bir reallıq və tələbdir. Bunsuz birgə əməyi, kollektiv əmək fəaliyyətini təşkil etmək qeyri-mümkündür. Ona görə də əməyin təşkili mürəkkəb bir sistem olmaq etibarilə ona kompleks, sistemli və elmi qaydada yanaşmağı tələb edir. Əməyin təşkili insan-əmək alətləri-istehsal sistemləri modeli ilə üzvi şəkildə bağlıdır. Həmin model əmək fəaliyyətinin səmərəlilişdirilməsi, optimallaşdırılması ilə şərtlənir. Ona görə də əməyin elmi təşkili (ƏET) texniki-texnoloji, iqtisadi, sosial, psixofizioloji problemlərlə vəhdətlik halında olur. Bu baxımdan hər bir ölkə əməyin mütərəqqi formalarının tətbiqində maraqlıdır. Çünki əməyin elmi təşkili nəinki canlı əməyin, eyni zamanda əşyalaşmış əməyin, elmi-texniki tərəqqinin potensial imkanlarından, məcmu əməkdən faydalı istifadə etməyə imkan verir. Əməyin elmi təşkili ideyalarının işlənilməsi və tətbiq edilməsi bazar sistemi, rəqabət mühiti şəraitində daha mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Ona görə də sənayecə inkişaf etmiş ölkələrdə firma və şirkətlər daxili taktiki və strateji planlar, biznes-planlar hazırlayarkən ƏET problemlərini ön plana çəkirlər. Burada artıq, lüzumsuz əmək hərəkətlərinin aradan qaldırılması, iş yerlərinə mütərəqqi xidmət sistemləri, əməyin mikroünsür normallaşdırılmasının avtomatlaşdırılmış sistemlərinin yaradılması, normativ materiallar bankının formalaşması, informasiya normativ bazasının möhkəmləndirilməsi, həmin məsələlərin kollektiv müqavilələrdə əks olunmasına xüsusi əhəmiyyət verilir. Sənayecə inkişaf etmiş ölkələrdə ƏET üzrə tədbirlərin həyata keçirilməsi firmaların, şirkətlərin gəlirlərinin artırılması, əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsinin mühüm bir amili kimi qiymətləndirilir [1; 2;3].

Hər bir müəssisə kollektivinin əməyi, hər şeydən əvvəl, cəmiyyət qarşısında qoyulan vəzifənin həll edilməsinə yönəldilən ictimai əməyin bir hissəsi kimi çıxış edir. Digər tərəfdən isə, müəssisə daxilində əməyin təşkili qismən ictimai əmək təşkili ilə müəyyən olunur. Ayrı-ayrı müəssisələrdə, sexlərdə, istehsal sahələrində və iş yerlərində əməyin təşkilinin yaxşılaşdırılması ölkəmizdə ictimai əmək təşkilinin möhkəmləndirilməsi və inkişafının nəticəsidir.

Müəssisələrdə əməyin təşkilinə aşağıdakı məsələlər daxildir:

- * əmək bölgüsü və əmək kooperasiyası;
- * əmək proseslərinin təşkil olunması;
- * əməyin mühafizəsi və texniki təhlükəsizlik üzrə tədbirlər;
- * əmək intizamının möhkəmlənməsi;
- * işçilərin mədəni-texniki və istehsal ixtisasının artırılması üzrə tədbirlər;
- * mütərəqqi əmək üsulları və əmək fəndlərinin tətbiqi;
- * iş yerlərinin təşkili;
- * işçilərin maddi və mənəvi həvəsləndirilməsi;
- * əməyin normallaşdırılması.

Müəssisələrdə əməyin təşkilinin əsas, ilkin şərtləri aşağıdakılardan ibarətdir:

- * əməyin mexanikləşmə səviyyəsinin yüksəldilməsi;
- * istehsalın texnoloji prosesinin təşkili;
- * istehsalın ixtisaslaşması və təmərküzləşməsi;
- * müəssisə və onun istehsal bölmələrinin operativ təsərrüfat müstəqilliyinin təmin edilməsi;
- * işçilərin mədəni-texniki səviyyəsinin yüksəldilməsi.

Əməyin təşkilinin əsas prinsiplərinə isə aşağıdakılar daxildir:

* əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsi əsasında işçilərin həyat səviyyəsinin ardıcıl olaraq yaxşılaşmasının təmin edilməsi;

* əmək şəraitinin sağlamlaşdırılması;

* işçilərin yaradıcı təşəbbüsünün inkişaf etdirilməsi və müəssisədaxili ictimai münasibətlərin təkmilləşməsi;

* şəxsi və kollektiv maddi maraq prinsipinin möhkəmlənməsi və onların düzgün əlaqələndirilməsi.

Yuxarıdakıları nəzərə alaraq aşağıdakı təklifləri verirəm:

1) iqtisadiyyatın sahələri, məşğulluq formaları və fəaliyyət növləri üzrə sosial əmək dairəsindəki vəziyyətin təhlil edilməsi;

2) peşə və istehsal bazarının quruluşunun, o cümlədən, onlardan istifadə etmək üçün xarici təcrübənin öyrənilib ümumiləşdirilməsinin elmi surətdə araşdırılması;

3) ölkə iqtisadiyyatının kadr potensialının səmərəli inkişafı üçün tədbirlərin görülməsi,

4) insan resurslarının keyfiyyətinin və motivliyinin gücləndirilməsi;

5) işçilərdə sahibkarlıq vərdislərinin aşılması;

6) kimya müəssisələrində rəhbərlik, strateji proqnozlaşdırma, xarici iqtisadi əlaqələr, istehsalın və əməyin düzgün təşkili;

7) kimya müəssisələrində müasir bazarın öyrənilməsi və marketinq fəaliyyətinin inkişafında idarəetmə sistemi işçilərinin peşə səviyyələrinin yüksəldilməsi və qiymətləndirilməsi;

8) mülkiyyət formasının dəyişdirilməsi və mobil fəaliyyətə malik idarəetmə sisteminin tətbiqi;

9) firmadaxili səmərəliliyin artırılması.

Kadrların toplanması, seçilməsi və qiymətləndirilməsi

Heyətin seçilməsi və yerləşdirilməsi idarə aparatının, idarəetmə fəaliyyətinin başlıca funksiyasıdır. Kadrlar istehsal və qeyri-istehsal kadrlarına ayrılırlar. İstehsal kadrları, o cümlədən, sənaye müəssisələrinin sənaye-istehsal kadrları fəhlə, MTİ-lər, qulluqçular, şagirdlər, kiçik xidmətədiçi heyətlərə bölünür. Bu, funksional əmək bölgüsü ilə bağlıdır. Kadrların strukturu sabit qalmır, elmi-texniki tərəqqi, buraxılan məhsulun mürəkkəbliyi və s. ilə əlaqədar mütəmadi olaraq dəyişilir. Həmin amillərlə əlaqədar yalnız işçi heyətinin kateqoriya strukturu deyil, həmçinin onların hər biri daxilində peşə-ixtisas, təhsil səviyyəsi baxımından da müvafiq dəyişikliklər baş verir. Ona görə də ayrı-ayrı firmalarda, şirkətlərdə müəssisələrin kadrlara olan tələbatı yalnız ümumi halda

deyil, konkret peşələr, ixtisaslar və işçi kateqoriyaları üzrə müəyyən edilir. Burada kadrlara olan həm əsas, həm də əlavə tələbat nəzərə alınır. Bununla əlaqədar ayrı-ayrı işçi heyəti üçün olan əsas tələbat hesablanır, əlavə tələbat üzrə plan tərtib edilir, əsas və əlavə tələbata təsir edən konkret amillər nəzərə alınır. Həm də bu amillər, əsas və əlavə tələbat hər bir işçi kateqoriyası üzrə ayrılıqda müəyyən edilir. Çünki bu amillərin təsiri bütün işçi kateqoriyaları üçün eyni deyildir. Məsələn, fəhlə və qulluqçulara tələbata təsir edən amillərin təsiri müxtəlif olur. Müəssisələrin kadrlarla təmin olunma mənbələri də müxtəlifdir. Fəhlə kadrlarına olan tələbat planı tərtib edilərkən ümumi, əlavə tələbatın üç mənbə hesabına ödənilməsi üzrə hesablamalar aparılır:

- * peşə - texniki məktəblərdən daxilolma;
- * bilavasitə müəssisənin özünün fəhlə toplaması;
- * müəssisələrdə fərdi və briqada formasında fəhlə hazırlığı.

Mütəxəssislər isə ali məktəblərdə və orta ixtisas təhsili məktəblərində hazırlanır. Müasir elmi-texniki tərəqqi mütəxəssis kadrların hazırlanmasına qarşı yeni-yeni tələblər irəli sürür. Mütəxəssislər və təsərrüfat rəhbərlərinin ixtisasının artırılması, yenidən hazırlanması sahələr və sahələrarası ixtisasartırma kursları və fakültələr, daimi fəaliyyət göstərən tədris mərkəzləri, qısa müddətli seminarlar vasitəsilə həyata keçirilir. Burada tədris proseslərinin modeli, tədris planı, tədris proqramları, tədrisin forması və müddəti, vəzifə-peşə-ixtisas modeli, vəzifəyə, biliyə olan tələblər, rəhbər kadrların hazırlanması mərhələləri və təlim metodları, idarəetmə funksiyaları ilə konkret təsərrüfatçılıq situasiyalarının əlaqələndirilməsi, tədrisin intensivləşdirilməsi və s. məsələlər əsas yer tutur [7;8].

Təşkilatların, firmaların kadrlara olan tələbatının müəyyən edilməsində gələcək dövr üçün olan tələbatın düzgün müəyyən edilməsinin böyük əhəmiyyəti vardır. Burada mütəxəssis hazırlığının həcmi, əhalinin (əmək ehtiyatlarının) istehsalın, iş yerlərinin artımı və azalması və s. cəhətlər nəzərə alınmalıdır. Mütəxəssislərə tələbatın müəyyən edilməsindəki səhvlərə yol verdikdə kadr hazırlığına dövlət və özəl tədris müəssisələrinin artıq vəsait xərcləməsinə, diplomlu mütəxəssislərin iş yerləri ilə təmin edilməsindəki ciddi çətinliklərə, sosial gərginliyə gətirib çıxarır. Ona görə də mütəxəssislərə tələbat müəyyən edilərkən elmi cəhətdən əsaslanmış müvafiq kompleks normativ və metodiki materiallar nəzərə alınmalıdır. Bu iş ciddi yanaşılmalı, hər bir firma və şirkətin strateji inkişaf planının ən önəmli tərkib hissəsi, habelə makroiqtisadi məşğuliyyət siyasətinin aparıcı problemi kimi qiymət verilməlidir. Diplomlu mütəxəssislərə tələbat müəyyənləşərkən, onun proqnozları verilərkən aşağıdakı əsas metodlar nəzərə alınır:

* Ştat-nomenklatura metodu: vəzifə normativləri, ştat cədvəlləri, vəzifələr üzrə ixtisas-sorğu kitabları; vəzifələrin miqdarının artması və azalması amilləri;

* Normativ metod: işin, istehsalın həcmi, mütəxəssislərin müvafiq əmək normativləri.

İdarəetmə sistemində rəhbər işçilərdən başqa mütəxəssislər və texniki icraçılar da çalışırlar. Onlar Dövlət Statistika Komitəsi tərəfindən inzibati-idarə və istehsal-idarə heyəti işçiləri kimi uçota alınır. İnzibati-idarəçilik heyəti dedikdə, bura şöbələr, büroların, qrupların rəhbərləri və s. daxildir. İstehsal heyətinə isə istehsal strukturunun, sexlərin rəisləri, ustalar, texnoloji, konstruktor, layihə şöbələrinin, büro və qruplarının rəhbərləri və s. daxildir. Bütün bunlar vəzifə nomenklaturası tərəfindən müəyyən edilir. Lakin müəssisə işçilərinin inzibati-idarəetmə, istehsal heyətinə, MTİ-lər və qulluqçular qrupuna ayrılmasında müəyyən çatışmazlıqlar vardır. Bu, birinci növbədə, idarəetmə funksiyalarının düzgün ixtisaslaşmaması və onun işçilər arasında dəqiq bölüşdürülməməsindən irəli gəlir. Ona görə də «vəzifə» anlayışı özü hər bir xətti və funksional idarəetmə strukturu (həm də xalq təsərrüfatının ayrı-ayrı sahələrini nəzərə almaq şərti ilə) sistemində dəqiq müəyyən edilməlidir. Burada vəzifənin özünün adının dəqiq olması, konkret iş fəaliyyətini əks etdirməsi, fəaliyyət dairəsi, həmin vəzifəyə olan tələblər, vəzifədən irəli gələn məsuliyyət və s. sistem haqqında əks olunmalıdır.

Bu məsələnin elmi həllində işçilərin və vəzifələrin hüquqi, təşkilati-struktur və funksional təs-

nifətinin böyük əhəmiyyəti vardır. Məsələn, işçilərin istehsalatda, idarəetmə proseslərindəki funksional rolu burada başlıca şərtlərdən birini təşkil edir. Belə ki, elə işçi (mütəxəssis) var ki, əsasən (üstün olaraq) bu və ya digər iş növlərinin icrası ilə, bir qrupu müəssisəyə (idarə orqanına) informasiya xidmətini, digər qrup işçilər isə rəhbərlik funksiyasını həyata keçirir. Qulluqçuların vəzifə nomenklaturasında müəssisə rəhbərlərinin 16, onun bölmələri üçün 80-a qədər və bütövlükdə MTİ və qulluqçular üzrə 570-ə qədər ixtisas üzrə vəzifə nomenklaturası müəyyən edilmişdir. Əlbəttə, bu vəzifə nomenklaturalarının sayı elmi-texniki tərəqqinin müasir tələblərinə, idarəetmə proseslərinin inteqrasiyasına, qovuşmasına heç də uyğun deyildir.

Kadr siyasəti, kadrlarla yeni iş sisteminin formalaşması və onların tərbiyə edilməsi, seçilməsi ümumdövlət işinin mühüm vəzifəsi hesab edilməli və dövlətin sosial-iqtisadi siyasətində başlıca yer tutmalıdır.

Kadrlarla iş idarəetmə sisteminin və idarəetmə nəzəriyyəsinin mühüm cəhətlərindən biridir. Kadrlarla iş sistemi dedikdə, burada geniş əhatəli məsələlər - kadrların seçilməsi, yerləşdirilməsi, irəli çəkilməsi, onların ixtisasının artırılması, işçi kateqoriyaları və vəzifə nomenklaturasının müəyyənləşdirilməsi və təhlili, onların işinin təşkili, planlaşdırılması, əməyinin qiymətləndirilməsi sistemləri və s. nəzərdə tutulur. Həmin məsələlərdən bəziləri idarəetmə əməyinin təşkili məsələləri ilə də əlaqədardır.

Kadrlarla aparılan iş məcmu iş sistemlərindən ibarətdir. Burada idarəetmə strukturu, idarəetmə məqsədi, metodu və prinsipləri, həcmi, idarəetmə funksiyaları və s. nəzərə alınmalıdır. Çünki bunun əsasında idarəetmə orqanı üçün lazım olan işçilər, onların strukturu - peşə və vəzifə tərkibi müəyyən edilir. Bundan sonra isə hər bir idarəetmə strukturunda çalışan vəzifəli şəxsə qarşı (tuduğu vəzifə baxımından) əsas tələblər, onun nəyi bilməsi və bacarması, kadrların seçilməsi, yerləşdirilməsi və irəli çəkilməsi məsələsi irəli sürülür. Burada konkret şərtlər və vəzifələr çərçivəsində onların seçilməsi və irəli çəkilməsi həyata keçirilir. Kadrların seçilməsi müəyyən modellər, əlamətlər və prinsiplər əsasında icra olunur. Bu məsələ ən çətin və prinsipial əhəmiyyətə malik olan bir fəaliyyət sahəsidir. Çünki kadrların seçilməsi nəticə etibarilə idarə edən sistemin formalaşmasını-onun indisini və gələcəyini müəyyənləşdirir.

Kadrlarla aparılan iş onların hazırlanması və ixtisasının artırılması məsələləri ilə də əlaqədardır. Onlardan istifadə olunması məsələsi də ən vacib problemlərdən biridir.

Kadr problemi, onlarla aparılan iş sistemi müəyyən dərəcədə universal xarakter daşıyır. Çünki, bu, kadrların yerləşdirilməsi və onların formalaşması problemini vahid bir qayda əsasında həll etməyə imkan verir.

Bununla yanaşı, hər bir sahənin kadrlarla təmin olunması, onlarla iş metodları, onlara qarşı konkret spesifik tələblər də nəzərə alınır. Kadrlarla iş zamanı onlar sistem və kompleks halında öyrənilir və qiymətləndirilir. Sistemlilik və komplekslilik tələbləri, prinsipləri, xüsusən rəhbər işçilərin seçilməsi və irəli çəkilməsi zamanı nəzərə alınmalıdır.

Kadrlarla aparılan işdə hüquqi normativlər mühüm rol oynayır. Hüquqi normativlər kadr seçkisində özbaşınalığın, neqativ halların aradan qaldırılmasında mühüm rol oynamaqlıdır.

Kadrlarla iş sistemi, həmçinin, onların hazırlanması sistemini, yaradıcılığının artmasınınin təşkilini, kadrlar ehtiyatınınin yaradılmasını, təhsil metodları, kadrların attestasiyası məsələlərini də özünə daxil edir. Kadr siyasətinin əsasını kadrların seçilməsi, yerləşdirilməsi və tərbiyə edilməsinin ümdə prinsipləri təşkil edir.

Kadrları seçmək üçün birinci növbədə, onları öyrənmək lazımdır. Burada anket məlumatları kifayət deyildir. Kadrların seçilməsi aşağıdakı məsələləri əhatə edir:

- * bu və ya digər vəzifə üçün mümkün olan namizədlər haqqında informasiya;
- * onlar haqqında zəruri məlumatların təhlili;
- * namizədlərin keyfiyyət göstəricilərinin məcmu halda müqayisə edilməsi;
- * nəzərdə tutulan vəzifə ilə bu keyfiyyətin müqayisə edilməsi;

* həmin vəzifəyə daha uyğun gələn adamın seçilməsi;

* konkret adamın vəzifəyə təyin edilməsi.

Kadrlar seçilərkən və yerləşdirilərkən aşağıdakı qaydalara, prinsiplərə əməl olunmalıdır:

* rəhbər işə, vəzifəyə namizədin həmin işə, yaxud vəzifəyə uyğunluğu. Bu ilk baxışda çox sadə görünür. Lakin bu tələblərə həmişə əməl olunmur, bir çox hallarda pozulur, işçinin təcrübəsi, biliyi, ixtisası, texniki - texnoloji profili və s. nəzərə alınmır;

* yaşlı rəhbər işi ilə gənc kadrların düzgün əlaqələndirilməsi və kadrların seçilməsində onun nəzərə alınması;

* rəhbər işçinin (namizədin) idarəetmə obyektinin rəhbərlik səviyyəsinə (direktor, müavin və s.) uyğunluğu;

* rəhbər işçidə olan keyfiyyətlərlə onun tabeçiliyində olan, onun köməkçiləri olan adamların yaxşı keyfiyyətlərinin əlaqələndirilməsi. Bunun idarəetmə kollektivlərinin formalaşmasında, yeni keyfiyyətlərin meydana çıxmasında mühüm əhəmiyyəti vardır.

* təsərrüfat kadrlarının həm də ictimai istehsalın mənafeyini nəzərə almaqla seçilməsi;

* hər bir təsərrüfat rəhbəri üçün onun qabiliyyətindən tam istifadə oluna bilməsi şərti ilə iş sahəsinin (vəzifənin) seçilməsi.

Kadrların yerləşdirilməsi dedikdə işçilərin hazırlığını, iş təcrübəsini, işgüzarlığını və şəxsi keyfiyyətini nəzərə almaqla struktur bölmələri və vəzifələr üzrə yerləşdirilməsi başa düşülür. Kadrlar yerləşdirilərkən normativ sənədlərdə işçilərə qarşı olan müvafiq tələblərlə yanaşı həmin təşkilatın mənafeyi, işçinin peşə və ixtisasından istifadə imkanı, onun şəxsi və işgüzar keyfiyyətinin, qabiliyyətinin icra ediləcək fəaliyyətinin xarakterinə nə dərəcədə uyğun gəlməsi kimi ümdə cəhətlər nəzərə alınır.

Liderlik anlayışı rəhbər, idarəetmə və menecer anlayışı ilə bağlıdır. Lakin menecerə vəzifə, liderə-sosial təsiretmə baxımından yanaşılır. Vəzifə liderliyə səbəb olur, bu, formal (rəsmi) liderdir. Lakin qeyri-formal liderlər də olur. Formal və qeyri-formal liderlər hakimiyyət hüququ, hakimiyyət əlaqələri, hakimiyyət təsirinə, bir sözlə, hakimiyyət mənbəyinə görə də bir-birindən fərqlənirlər. Lider əlində olan hakimiyyət imkanlarından işin səmərəli getməsi üçün maksimum istifadə etməlidir. Bununla belə, menecerlə lider arasında digər fərqli cəhətlər də vardır. Məsələn, menecerdə-peşəkarlıq, liderdə-ruh yüksəkliyi, menecerdə-inzibatçı, liderdə-innovator, menecerdə-nəzarətçi, liderdə-etimad hissi və s. üstünlük təşkil edir. Ona görə də liderlərin davranışını, liderlik keyfiyyətini öyrənməyin böyük əhəmiyyəti vardır. Bu baxımdan liderlik keyfiyyəti nəzəriyyəsi ən mürəkkəb nəzəriyyələrdən biridir. Liderlik psixoloji (emosional), fizioloji, intellektual, şəxsi işgüzar keyfiyyətlərlə müəyyən edilir.

Rəhbər işçinin şəxsi və işgüzar keyfiyyətləri bir-biri ilə əlaqədardır. Bu keyfiyyətlərin təsnifatı 1.2-ci sxemdə verilmişdir. Rəhbər işçilərin fərdi keyfiyyəti özünə mənəvi, etik və psixoloji xüsusiyyətləri, cəhətləri daxil edir. Hər bir keyfiyyətin öz növbəsində konkret məzmunu vardır.

Menecerə əmək resurslarını, insan fəaliyyətini idarə edə bilmək xassəsi, qabiliyyəti olmalıdır. Onda həm peşəkarlıq, həm də idarəçilik isdedadı vəhdət təşkil etməlidir.

Şəxsi və işgüzar keyfiyyətlər özü də bir sıra əlamətlərlə müəyyənləşir. Şəxsi keyfiyyətə aşağıdakılar daxildir: siyasi yetkinlik, intizamlılıq, iş qabiliyyəti, məsuliyyətlik və vəzifə borcu hissi, təşəbbüskarlıq, inadkarlıq, kollektivlə işləmək qabiliyyəti, düşüncəlilik, mənəvi keyfiyyətlər (səflilik, həqiqətpərəstlik, sadəlik, ədalətlilik, insanpərvərlik və s.).

Təsərrüfat rəhbərinin işgüzar keyfiyyəti aşağıdakılarla müəyyən edilir: texniki, iqtisadi bilik səviyyəsi, istehsalın təşkili və idarə edilməsi məsələlərindən baş çıxarmaq təcrübəsi, ümumi mədəni inkişaf səviyyəsi, icra etdiyi konkret iş sahəsini dərinləndirən bilməsi və s. Rəhbər işçinin işgüzar keyfiyyətinin müəyyən istiqamətlər üzrə təsnifatı və məzmunu 1.3-cü sxemdə əks olunmuşdur.

İdarəedici əməyin normalaşdırılması metodları



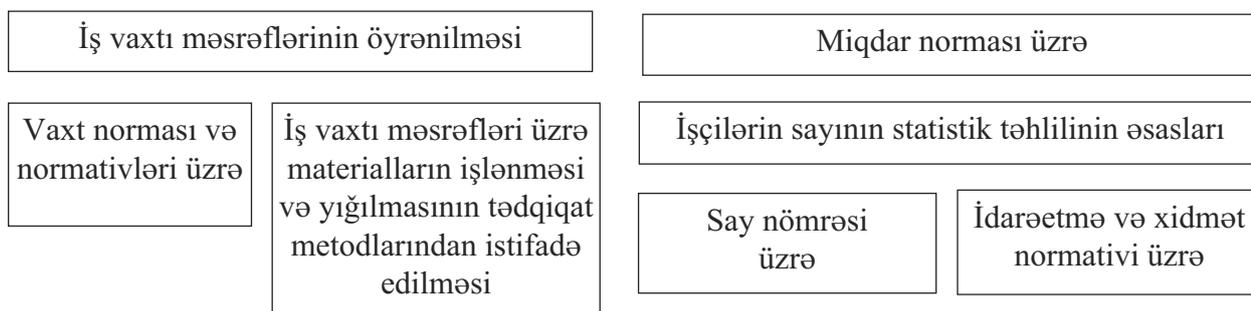
Fəaliyyət nəticəsinin qiymətləndirilməsi sistemi

Sxem 1.2. Rəhbər işinin keyfiyyət meyarları

Kadrların öyrənilməsi, onların fəaliyyəti üzərində ardıcıl nəzarətin qoyulması və təsərrüfat, sosial-iqtisadi məsələlər üzrə qəbul edilmiş qərarların icrasının yoxlanılması idarəetmə fəaliyyətinin təşkili üçün mühüm əhəmiyyətə malikdir.

Müasir elmi - texniki tərəqqi kadrların öyrənilməsi, seçilməsi, irəli çəkilməsi və yerləşdirilməsi, habelə, hazırlanmasında onların işgüzar və şəxsi keyfiyyətlərini, qabiliyyətini müəyyən edən obyektiv metodlardan istifadə olunmasını zəruri edir. Burada bir sıra metodlardan, o cümlədən, sosial məsələlər üzrə anketin doldurulması, işçilərin təfəkkürü, yaddaşı və s. bilmək üçün testlərdən, idarəetmə situasiyalarından, qrup halında diskussiyalardan istifadə olunur.

İdarəedici əməyin normalaşdırılması metodları



Sxem 1.3. İdarəedici əməyin normalaşdırılması metodları

Kadrların düzgün seçilməsi və qiymətləndirilməsi müəyyən sistemə əsaslanmalıdır. Burada ən başlıca cəhət müəssisənin hər bir bölmə rəhbəri üçün müəyyən peşə tələblərinin müəyyən edilməsidir. İkinci cəhət hər bir MTİ və qulluqçunun fərdi qabiliyyətinin öyrənilməsi və onun qabiliyyətinin obyektiv qiymətləndirilməsidir. Üçüncü cəhət isə rəhbər kadrlar ehtiyatı planının hazırlanması və bu planda rəhbər işə namizədlərin əks olunmasıdır. Burada hər bir rəhbər işinin icra edəcəyi işin məzmunu və funksiyaların həcmi nəzərə alınaraq onlara qarşı ümumi tələblərlə

yanaşı konkret tələblər də irəli sürülür. Ümumi tələblər onların intizamlı olması, ünsiyyətə girmək qabiliyyəti, təmkinliliyi, nüfuzu, intellektual inkişafı, əməksevərliyi və s.-dən ibarətdir. Konkret tələblər isə (məsələn, sex rəisi üçün) onun texniki təhsilli olması, texniki - iqtisadi və operativ planlaşdırma metodlarını, işin texnologiyasını və s.-ni bilməsidir.

Heyətin qiymətləndirilməsi ən çətin və mübahisəyə səbəb olan bir məsələdir. Burada ən vacib məsələlərdən biri qiymətləndirmə üçün ilkin materialların toplanmasıdır. Həmin ilkin materiallar aşağıdakılardan ibarətdir [10].

* iş yerlərinin modeli və onun ünsürləri: (peşə biliyi və bacarığı, şəxsi keyfiyyəti, xidmət karyerası, əməyin təşkili, əməyin ödənilməsi və s.);

* kadrların attestasiyası haqqında əsasnamə və ilkin materiallar: attestasiya kartları, attestasiya edilənin sorğu vərəqəsi, iş yerinin modeli, əməkdaşla müqavilə, ştat cədvəli, vəzifə instruksiyası, bal qaydasında qiymətləndirmə, heyətin kompleks qiymətləndirilməsi, işçinin şəxsi keyfiyyəti (işgüzarlığı, icra intizamına əmələtmə, nüfuzu, təşkilatçılığı, məsuliyyəti, tələbkərliliyi, bacarığı), perspektivi görə bilmək bacarığı, dünyagörüşünün genişliyi, qiymətləndirmə testlərinin hazırlanması və tətbiq edilməsi (xüsusilə işçinin potensialı qiymətləndirildikdə), işin nəticələrinə görə fərdi töhfəsinin qiymətləndirilməsi;

* kadrların reyting qiymətləndirilməsi metodu;

* müəssisə fəlsəfəsi (firmadaxili fəhlə və qulluqçulararası qarşılıqlı münasibət prinsipləri və qaydaları, dəyərlər sistemi, kollektiv müqavilə və s).

* təşkilatdaxili əmək qaydaları;

* digər ilkin məlumatlar: əməkdaşın şəxsi vərəqəsi, ştat cədvəli, sosioloji anketlər, psixoloji testlər.

Yuxarıda göstərilənlərdən bəziləri həm də heyətin qiymətləndirilməsi metodları kimi (sorğu, attestasiya və s.) çıxış edir. Bütövlükdə heyətin qiymətləndirilməsi metodlarına aşağıdakıları aid etmək olar:

* ekspert qiymətləndirilməsi;

* kritik situasiyalar yaratmaq əsasında kritik qiymətləndirmə;

* xüsusi testlər əsasında testləşdirmə;

* işgüzar oyunlar;

* sosioloji sorğular, müşahidə;

* ranjirovka, program nəzarət;

* imtahan, biznes planın müdafiəsi;

* əməyin kompleks qiymətləndirilməsi;

* heyətin attestasiyası.

Göründüyü kimi, firma və şirkətlər heyətin qiymətləndirilməsindən, müvafiq standart və normalardan, qiymətləndirmə metodlarından istifadə edirlər. Burada ən başlıca vəzifə həm seçilmiş qiymətləndirmə meyarlarının özünün keyfiyyətli olması, həm də əməkdaşların qiymətləndirilməsinin obyektiv aparılmasıdır. Kadrların düzgün qiymətləndirilməsi firma və şirkətlərin səmərəli fəaliyyətinin ilkin şərtlərindən biridir.

Kadrlar müəyyən obyektiv əlamətlərə görə attestasiyadan keçirilir. Attestasiya yalnız yeni vəzifələrə irəli çəkilmək üçün deyil, işçinin işlədiyi sahədə qalmasının məqsədəuyğunluğu üçün də vacibdir. Attestasiyanın nəticələri kadr uçotu şəxsi vərəqində qeyd olunur. Attestasiya müəyyən sayda balla ifadə olunur. Ən yüksək bal bütün keyfiyyət əlamətlərinə cavab verən işçi üçün müəyyənləşdirilir [9].

Yuxarıdakıları nəzərə alaraq aşağıdakı təklifləri verirəm:

1) milli iqtisadiyyatın kadr potensialının formalaşmasının qiymətləndirilməsi;

2) əməyin ödənişinin istehsalın son nəticəsi ilə uyğunlaşdırılması;

3) əmək və təhsil xidməti bazarındakı vəziyyətin təhlil edilib öyrənilməsi və ümumiləşdirilib qiymətləndirilməsi və s. müəssisələrdə və firmalarda kadrların hazırlanması və öyrənilməsi vasitəsilə iş qüvvəsinin milli və beynəlxalq əmək bazarlarında rəqabətqabiliyyətliliyini yüksəltməkdən, dövlət peşə standartlarının işlənilməsi və işçilərin sertifikatlaşdırılması mexanizmini yaratmaq

vasitəsilə ixtisaslı işçilərin profilinin və peşə nüfuzunun yüksəldilməsinə təsir göstərməkdən ibarətdir.

- 4) əməyin çevik və səmərəli təşkili;
- 5) menecmentin konsepsiyasının təkmilləşməsi;
- 6) heyətə istehsal sisteminin vacib bir ünsürü kimi yanaşılması;
- 7) peşə irəliləyişləri, motivləşdirmə modellərinin seçilməsi.

Nəticə

Kadrların öyrənilməsi, onların fəaliyyəti üzərində ardıcıl nəzarətin qoyulması və təsərrüfat, sosial-iqtisadi məsələlər üzrə qəbul edilmiş qərarların icrasının yoxlanılması, idarəetmə fəaliyyətinin təşkili üçün mühüm əhəmiyyətə malikdir. Ardıcıl nəzarət kadrların tərbiyə edilməsi, iş üçün onların məsuliyyətinin artırılması, buraxılan səhvlərin vaxtında aradan qaldırılması üçün vacibdir.

Müasir elmi-texniki tərəqqi kadrların öyrənilməsi, seçilməsi, yerləşdirilməsi və hazırlanmasında onların işgüzar və şəxsi keyfiyyətlərini, qabiliyyətlərini müəyyən edən obyektiv metodlardan istifadə olunmasını zəruri edir. Bu metodlara misal olaraq: sosial məsələlər üzrə anketin doldurulması, işçilərin təfəkkürü, yaddaşı, psixologiyası üçün testlərdən, idarəetmə situasiyalarından, diskussiyalarından və sairədən istifadə olunur.

Kadr potensialının səviyyəsinin yüksəldilməsi üçün ümumi tələblər onların intizamlı olması, ünsiyyətə girmək qabiliyyəti, təmkinliliyi, nüfuzu, intellektual inkişafı, əməksevərliyi və s.-dən ibarətdir. Konkret tələblər isə işçinin daşdığı vəzifəyə uyğun olaraq onun yerinə yetirdiyi funksiyaya uyğun təhsilli olması, işin texnologiyasını, operativ planlaşdırmanı bilməsidir.

Ədəbiyyat

1. Azərbaycan Respublikasının “Sahibkarlıq haqqında” və “Müəssisələr haqqında” qanunları. Bakı, 2000.
2. Abbasov A.M. Bazar iqtisadiyyatında əmək ehtiyatlarından səmərəli istifadə. “Məşğulluq problemləri və milli əmək bazarının formalaşmasına qlobalaşdırma proseslərinin təsiri”. Bakı, 2001.
3. Muradov Ş. İnsan potensialı: əsas meyillər, reallıqlar, problemlər. Bakı, 2004.
4. Əliyev T.Q., Əliyeva Ş.T., Əliyev R.T. İnsan resurslarının idarə edilməsi. Bakı, 2012.
5. Азизова Г.А. Рынок труда в Азербайджане. Баку, 2005.
6. Quliyev T.Ə. Menecmentin əsasları. Bakı, 2001.
7. Quliyev T.Ə. Əməyin iqtisadiyyatı. Bakı, 2003.
8. Muradov R.Ş. Müasir şəraitdə Azərbaycan Respublikasında əmək bazarı problemləri. Bakı, 2003.
9. Мурадов Ш.М. Проблемы занятости в Азербайджане в условиях глобализации. Баку, 2002.
10. İnternet mənbələri.

Нурханым Низамеддин кызы Дадашова
АГНА

Резюме

В данной статье рассматриваются вопросы управления человеческими ресурсами, подбора, отбора и оценки кадров, а также указана растущая роль человеческого фактора, его творческо-интеллектуальной функции в деятельности предприятия.

Ключевые слова: *человеческие ресурсы, кадровая политика, мотивация, деловая стратегия, аттестация кадров, профессиональная подготовка, рынок труда, организация труда.*

Nurkhanım Nizamaddin Dadashova
Azerbaijan Government Oil Academy

Summary

In this article, nowadays, human resources, their management strategy, personnel, collection, selection and assessment reflected. At the same time, businesses (firms) in the role of the human factor, the demand function is derived from its intellectual creativity.

Keywords: *human resources, personnel, policy, motivation, business strategy, personnel certification, vocational training, labor market, labor organization.*

AQRAR PROBLEMLƏR VƏ ONLARIN HƏLLİ İSTİQAMƏTLƏRİ

UOT 338.43

Vüsal Əfras oğlu QASIMLI
i.ü.f.d., Prezident yanında Strateji
Araşdırmalar Mərkəzinin şöbə müdiri

AQRAR SAHƏDƏ TƏDQIQAT VƏ İŞLƏMƏLƏR

Xülasə

Aqrar sahənin modernləşdirilməsinə və rəqabət qabiliyyətinin artmasına təsir göstərən amillərdən biri də tədqiqat və işləmələrə (R&D) çəkilən xərclərin artmasıdır. Bu məqalədə kənd təsərrüfatı sahəsində tədqiqat və işləmələrə sərmayə yatırılmasını təşviq etmək üçün müxtəlif təşəbbüslərin tətbiqi imkanları araşdırılır.

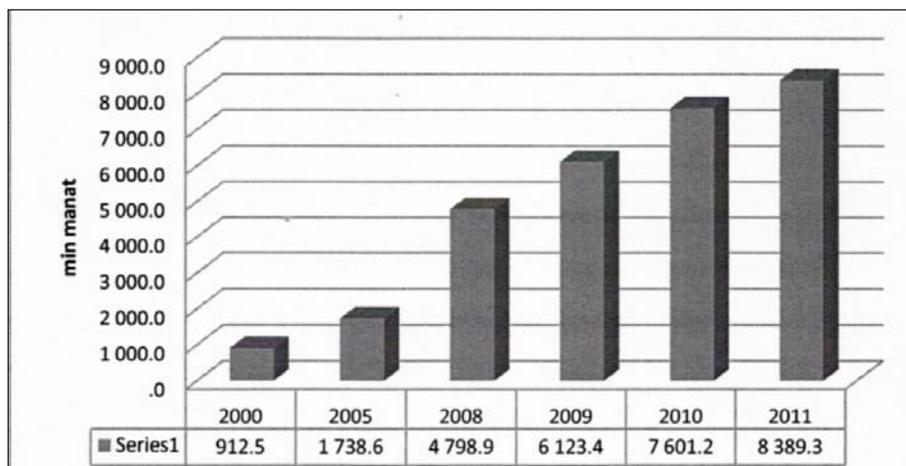
Açar sözlər: R&D, investisiya, modernizasiya, rəqabət qabiliyyəti, kənd təsərrüfatı.

Kənd təsərrüfatının modernləşdirilməsinə və rəqabət qabiliyyətinin artmasına təsir göstərən amillərdən biri də tədqiqat və işləmələrə (R&D) çəkilən xərclərin artmasıdır. Kənd təsərrüfatı sahəsində tədqiqat və işləmələrə çəkilən daxili xərclər 2000 - 2011-ci illər ərzində 9,2 dəfə artmışdır. Hansı ki, müqayisə olunan dövrdə tədqiqat və işləmələrə çəkilən daxili xərclər respublika üzrə cəmi 8 dəfə çoxalmışdır.

Francesco və Mario kimi tədqiqatçılar innovasiyaların əmək məhsuldarlığını artırmaq üçün effektivliyinin yüksək olduğunu hesablamışdılar [6]. Buna görə də inkişaf etmiş ölkələrdə kənd təsərrüfatı sahəsində tədqiqat və işləmələrə sərmayə yatırılmasını təşviq etmək üçün müxtəlif təşəbbüslər tətbiq edilir. İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatının tədqiqat və işləmələrin həyata keçirilməsi üçün vergi güzəştləri edən ölkələrinin sayı 1996-cı ildə 12-dən 2008-ci ildə 21-ə çatmışdır. 2008-ci ildə şirkətlərin hər 1 ABŞ dolları məbləğində tədqiqat və işləmə xərclərinin Polşada 0.01 ABŞ dolları və İspaniyada 0,4 ABŞ dolları subsidiya şəklində dövlət tərəfindən ödənilmişdir. 2011-ci ildə Azərbaycanda tədqiqat və işləmələrə ümumilikdə 109,8 milyon manat və ya ÜDM-in cəmi 0,2 faizi həcmində vəsait xərclənmişdir ki, bu da inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisədə xeyli kiçik göstəricidir.

Elmi tədqiqat və işləmələr kənd təsərrüfatı sektorunda elmi biliklərin artırılması və onların tətbiq edilməsi üçün yeni sahələrin tapılmasına xidmət edir. Elmi tədqiqat və işləmələrin əsas istiqaməti kimi fundamental tədqiqatların (biliklərdən istifadə edilməsi ilə əlaqədar olaraq heç bir konkret məqsəd daşımayan yeni biliklərin əldə edilməsinə yönəldilmiş eksperimental və ya nəzəri tədqiqatlar) və tətbiqi tədqiqatların (konkret praktiki məsələlərin həll edilməsi məqsədi ilə yeni biliklərin əldə edilməsinə yönəlməmiş orijinal işlər) genişləndirilməsinə ehtiyac var. Kənd təsərrüfatı sahəsində tətbiqi tədqiqatlar fundamental tədqiqatların nəticələrindən istifadə edilməsinin mümkün yollarını, əvvəllər formalaşdırılmış problemlərin həlli üçün yeni metodları müəyyənləşdirməyə imkan verə bilər.

Kənd təsərrüfatı sahəsində işləmələr (tədqiqatlar və ya praktiki sınaqlar nəticəsində əldə edilmiş mövcud biliklərə əsaslanmış və yeni materialların, məhsulların, proseslərin, qurğuların və s. yaradılmasına yönəldilmiş mütəmadi işlər) mövcud obyektlərin modernləşdirilməsi məqsədini daşımaqla konstruktor işləri, layihə işləri və texnoloji işləri əhatə edir. Elmi tədqiqat və işləmələri yerinə yetirən əmək qüvvəsinin kvalifikasiyasının yüksəldilməsi əmək məhsuldarlığına bilavasitə müsbət təsirini göstərə bilər.



Şəkil 1. Kənd təsərrüfatı sahəsində tədqiqat və işləmələrə (R&D) çəkilən daxili xərclər.

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

2008-ci ildə dünyada kənd təsərrüfatı üzrə tədqiqat və işləmələrə (R&D) çəkilən ictimai xərclər 31,7 milyard ABŞ dolları təşkil etmişdir. Bu xərclər inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələr arasında təxminən bərabər bölünmüşdür. Kənd təsərrüfatı üzrə tədqiqat və işləmələrə (R&D) ən çox ictimai vəsait xərcləyən Çin, Hindistan və Braziliya dünya üzrə göstəricinin 1/4-ini, inkişaf etməkdə olan ölkələrdəki göstəricinin isə demək olar yarısını təmin ediblər. Afrikanın Böyük Səhradan cənubdakı hissəsi, Asiya - Sakit Okean hövzəsi (Çin və Hindistanı çıxmaqla), Latın Amerikasını və Karib hövzəsi (Braziliyanı çıxmaqla), Qərbi Asiya və Şimali Afrika, Şərqi Avropa və postsovet respublikaları kənd təsərrüfatı üzrə tədqiqat və işləmələrə (R&D) çəkilən ictimai xərclərin 3-6 faizini təmin ediblər. 1990-cı illərdə kənd təsərrüfatı üzrə tədqiqat və işləmələrə (R&D) çəkilən ictimai xərclər aşağı artım tempinə malik idisə, 2000-2008-ci illər ərzində bu göstərici 22 faiz artaraq 26,1 milyard ABŞ dollarından 31,7 milyard ABŞ dollarına çatmışdır. Çin və Hindistan qlobal artımın yarısını verməklə aqrar sahədə tədqiqat və işləmələrə (R&D) 5,6 milyard ABŞ dolları ictimai xərclər həyata keçirmişdilər.

Azərbaycanda da bu dövrdə tədqiqat və işləmələrə (R&D) çəkilən xərclər artmışdır. Məsələn, kənd təsərrüfatı sahəsində tədqiqat və işləmələrə (R&D) çəkilən daxili xərclər (əsasən dövlət tərəfindən) 2000-ci ildə 912 min manatdan 2008-ci ildə 4 milyon 799 min manata çatmış və ya 5,26 dəfə böyümüşdür. Hansı ki, bu dövrdə aşağı gəlirli ölkələrdə aqrar sahədə tədqiqat və işləmələrə çəkilən ictimai xərcləri 2000-2008-ci ildə illik orta hesabla 2,1 faiz, orta gəlirli ölkələrdə isə 4,4 faiz artmışdır. Beləliklə, Azərbaycan kənd təsərrüfatı sahəsində tədqiqat və işləmələrə (R&D) çəkilən xərclər nöqteyi-nəzərindən müqayisə oluna biləcək ölkələrin orta artım tempini xeyli üstələmişdir.

Azərbaycanda tədqiqat və işləmələri yerinə yetirən dövlət sektoru təşkilatlarının sayı 2000-ci ildə 90-dan 2008-ci ildə 92-yə yüksəlmişdir. Ümumilikdə, Azərbaycanda müqayisə olunan dövrdə elmi-tədqiqat və konstruktor təşkilatları, ali təhsil müəssisələri və tədqiqat və işləmələri yerinə yetirən digər təşkilatların cəmi sayı 137-dən 146-ya yüksəlmişdir. Tədqiqat və işləmələri yerinə yetirən dövlət təşkilatlarının və ali təhsil müəssisələrinin sayı çoxalsa da, sahibkarlıq sektorunda tədqiqat və işləmələri yerinə yetirən qurumların sayı 2001-ci ildə 19-dən 2008-ci ildə 15-ə düşmüşdür.

Kənd təsərrüfatı sahəsində tədqiqat və işləmələrə (R&D) çəkilən xərclərin strukturunun təhlili də göstərir ki, heç də bu sahəyə ayrılan vəsait tamamilə tədqiqatlara transformasiya olmamışdır. Məsələn, Afrikanın cənubundakı ölkələrdə vəsait daha çox əmək haqqı artımı, infrastrukturun bərpası və avadanlıqların alınmasına xərclənmişdir [2]. 2008-ci ildə MDB-yə üzv olan ölkələr

üzrə avadanlıqlara çəkilən cari xərclər tədqiqat və işləmələrə çəkilən cari xərclərə nisbətən faizlə və amortizasiyasız ən yüksək Təcikistanda olmuşdur - 12,6 faiz. Təhlil göstərir ki, bu tendensiya əvvəlki illərdə infrastrukturun daha çox sıradan çıxması ilə əlaqədardır. Azərbaycanda isə bu göstərici 2008-ci ildə 2,9 faiz təşkil etməklə daha çox sürətlə inkişaf edən Çin, Braziliya və Hindistanda avadanlıqlara çəkilən cari xərclər sahəsində təmayülə uyğun olmuşdur.

İnkişaf etmiş ölkələrdə kənd təsərrüfatı sahəsində tədqiqat və işləmələrə (R&D) çəkilən ictimai xərclərin artım tempi 1980-ci illərdə orta hesabla 2 faiz, 2000-ci illərin əvvəllərində 1,1 faiz və 2005-2008-ci illərdə isə sıfır faiz təşkil etmişdir.

Tədqiqat və işləmələrə çəkilən xərclərin nisbi ifadədə müqayisəsi də əhəmiyyətlidir. Kənd təsərrüfatı tədqiqatlarına çəkilən xərclərin kənd təsərrüfatının ÜDM-inə nisbəti - tədqiqat intensivliyi nisbəti (research intensity ratio) adlanır. 2008-ci ildə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə kənd təsərrüfatı sahəsində hər 100 ABŞ dolları ÜDM-in 0,54 ABŞ dolları həcmində tədqiqat xərcləri olub. Aşağı gəlirli ölkələrdə bu göstərici 0,44 ABŞ dolları, orta gəlirli ölkələrdə isə 0,55 ABŞ dolları təşkil edib. Azərbaycanda 2008-ci ildə kənd təsərrüfatı sahəsində hər 100 ABŞ dolları ÜDM-in 0,23 ABŞ dolları həcmində tədqiqat xərcləri olub. Sonrakı illərdə bu göstərici artaraq 2011-ci ildə 0,31 ABŞ dollarına çatsa da, hələ də orta gəlirli ölkələrin müvafiq göstəricisinin səviyyəsindən təxminən iki dəfə geridə qalır. Müqayisə üçün qeyd edək ki, inkişaf etmiş ölkələrdə 2008-ci ildə kənd təsərrüfatı sahəsində hər 100 ABŞ dolları ÜDM-in 3,07 ABŞ dolları həcmində tədqiqat xərcləri olub ki, bu da Azərbaycandakı analoji göstəricidən 13,3 dəfə yüksəkdir. İnkişaf etmiş ölkələrdə tədqiqat intensivliyi nisbətinin yüksək səviyyəsi aşağıdakı amillərlə bağlıdır:

1. Ölkə inkişaf etdikcə, onun iqtisadiyyatı daha çox elmtutumlu olur və tədqiqat intensivliyi nisbəti iqtisadiyyatın bütün seqmentlərində yüksəlir;

2. Məhsuldarlığın yüksək həddinə (productivity frontier) yaxınlaşan ölkələr elmin də yüksək inkişaf həddinə çatmasına can atırlar;

3. Milli gəlir artdıqca ictimai institutlar daha çox ətraf mühit, qida təhlükəsizliyi, tədqiqat və sosial rifah məsələlərinə diqqət yetirirlər, nəinki aqrar məhsulun artmasına.

Ölkədə milli gəlir səviyyəsi aşağı olduqca, kənd təsərrüfatı tədqiqatlarına çəkilən xərclərin kənd təsərrüfatının ÜDM-inə nisbəti, başqa sözlə, tədqiqat intensivliyi daha mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Məsələn, 2008-ci ildə kənd təsərrüfatı aşağı gəlirli ölkələrin ÜDM-inin 29 faizini, orta gəlirli ölkələrin ÜDM-inin 10 faizini və yüksək inkişaf etmiş ölkələrin ÜDM-inin 1 faizini təşkil edib. Beləliklə, aqrar sahənin ÜDM-də payı artdıqca bu sektorda tədqiqat və işləmələrə çəkilən xərcin əhəmiyyəti də böyüyür. Azərbaycanda işçi qüvvəsinin 38 faizi və ÜDM-in 5 faizi aqrar sahənin payına düşdüynə görə, bu sektorda tədqiqat və işləmələrə çəkilən xərclər bilavasitə iqtisadi və sosial vəziyyətə əhəmiyyətli təsir göstərir.

Kənd təsərrüfatı sahəsində tədqiqat və işləmə xərclərinin volatilliyinin qiymətləndirilməsi üçün standart kənarlaşma əmsalı hesablanır [10, s.5]. Bunun üçün tədqiqat və işləmələrə çəkilən xərcin məbləği loqariflənməlidir [4].

$$g = \ln \left(\frac{S_t}{S_{(t-1)}} \right) \quad S = 1, \dots, N,$$

burada s aqrar sahədə tədqiqat və işləmələrə çəkilən xərc, t isə ildir.

$$V = \sqrt{\frac{1}{N} \sum_{s=1}^N (Gs - \mu)^2}, \quad \text{burada,} \quad \mu = \frac{1}{N} \sum_{s=1}^N Gs$$

Aqrar sahədə tədqiqat və işləmələr üçün çəkilən xərclərin volatillik əmsalı (V) yuxarıdakı düstur vasitəsilə hesablanıb. 2007-2011-ci illərdə Azərbaycan üçün tədqiqat və işləmələrə çəkilən xərclərin volatillik əmsalı 0,99-a bərabər olub ki, bu da yüksək göstəricidir. Məsələn, 2000-2008-ci illərdə aşağı gəlirli ölkələrdə eyni qayda ilə hesablanmış volatillik əmsalı 0,21, orta gəlirli ölkələrdə 0,14 və inkişaf etmiş ölkələrdə 0,11 olmuşdur. Volatillik əmsalına təsir göstərən amillər

müxtəlifdir: Afrikanın cənubundakı ölkələrdə tədqiqat və işləmələr üçün çəkilən xərclərin volatillik əmsalı donorların qısamüddətli layihə-təyinatlı fəaliyyətləri ilə bağlı olduğu halda, Azərbaycanda daha çox dövlətin bu sahəyə ayırdığı vəsaitlər əhəmiyyətli rol oynayır. Azərbaycanda aqrar sahədə tədqiqat və işləmələr üçün çəkilən xərclərin, demək olar ki, hamısı dövlətə məxsusdur. Azərbaycanda volatillik əmsalının belə yüksək olması 2000-ci illərdən başlayaraq kənd təsərrüfatı sektorunda tədqiqat və işləmələr üçün çəkilən xərclərin ilbəil kəskin artımı ilə əlaqədardır.

Braziliya və Çin də kənd təsərrüfatının modernləşdirilməsi və rəqabət qabiliyyətinin artırılması üçün dövlət maliyyəsi hesabına tədqiqat və işləmələrə çəkilən xərcləri artırır. (ABŞ-da aqrar tədqiqatlara çəkilən xərclər 1950-2007-ci illərdə illik 2,16 faiz yüksəlmişdir). Məsələn, 2000-2008-ci illərdə Çin aqrar sahədə tədqiqat və işləmələri maliyyələşdirmək üçün dövlət xərclərini 2 dəfə artırmışdır. Braziliyada inkişaf etməkdə olan ölkələr arasında ən təkmil tədqiqat sistemi qurulsa da, tədqiqat və işləmələrə çəkilən xərclərin volatilliyi 1990-cı və 2000-ci illərdə yüksək olmuşdur. Lakin son illərdə Braziliya hökuməti bu sahədə daha sabit və davamlı siyasət yürütməyə başlamış və 2008-2011-ci illərdə aqrar sektorda tədqiqat və işləmələrə çəkilən xərcləri 20 faiz artırmışdır. Xərclərin artımı ilə yanaşı Braziliya və Çində institusional islahatlar da aparılmışdı ki, nəticədə tədqiqat və işləmələrə çəkilən xərclər kənd təsərrüfatının məhsuldarlığının yüksəlməsinə və rəqabət qabiliyyətinin artmasına gətirib çıxarmışdı. Azərbaycan üçün də əhəmiyyətli olan bu islahatlar fermerlər üçün təşəbbüsləri, makroiqtisadi mühiti, təlim və təhsil sistemini, infrastruktur və bazara çıxış məsələlərini əhatə etmişdir [3]. Braziliyada kənd təsərrüfatının modernizasiyası nəticəsində ümumi amil məhsuldarlığı 2009-cu ildə 1970-ci illərə nisbətən 176 faiz, Çində isə 82 faiz yüksəlmişdir.

Azərbaycan üçün orta-gəlirli ölkələrdə aqrar sahədə tədqiqat və işləmələrə çəkilən xərclər üzrə təcrübənin daha bir əhəmiyyətli məqamı özəl sektorun iştirakı ilə bağlıdır. Məsələn, Hindistanda 1990-cı illərin ortalarından tədqiqat və işləmələrə özəl biznes tərəfindən çəkilən xərclərin həcmi 2000-ci illərin sonu ilə müqayisədə 5 dəfə artmışdır [9]. Çində özəl sektorun aqrar sahədə tədqiqat və işləmələrə çəkdiyi xərcin xüsusi çəkisi 2006-cı ildə 16 faizə çatmışdır [7]. Azərbaycanda özəl sektorun aqrar sahədə tədqiqat və işləmələrə sərmayə yatırması üçün beynəlxalq təcrübədə mövcud olan mexanizmlərin əsasında yeni yanaşma tərtibi formalaşdırılmalıdır.

Özəl sektor Banqladeş, Hindistan və Pakistanda xüsusən də toxumçuluq sahəsində tədqiqat və işləmələrə (R&D) böyük vəsait yatırır [8]. Xüsusi sektorun tədqiqat və işləmələrə (R&D) meyillənməsinin əsasında hökumətin apardığı təşviqedicisi siyasət durur. Hökumətin dövlət-özəl sektor partnyorluğunu dəstəkləməsi və intellektual əmlak hüquqlarını qoruması firmaları yeni texnologiyaları inkişaf etdirməyə həvəsləndirir. Azərbaycanda da Dünya Bankı ilə birgə Daşınmaz Əmlakın Milli Qeydiyyat Sistemi, habelə dövlət əmlakının idarə edilməsinin informasiya sistemi inkişaf etdirilib. Dünya İqtisadi Forumunun “Qlobal Rəqabətçilik – 2011-2012” hesabatına əsasən Azərbaycan mülkiyyətin bir növü olan “intellektual mülkiyyət hüquqlarının qorunması” sahəsində 142 ölkə arasında 60-cı yeri tutur. Bu sahədə ölkədə daha da irəli gedilməsi üçün elmi-tədqiqat institutlarının və şirkətlərin tədqiqat və işləmələrə ayırdığı vəsait artırılmalı, universitetlər və biznesin bu sahədə əməkdaşlığı gücləndirilməli, adambaşına düşən patentlərin sayı artırılmalı, yeni ixtiralar stimullaşdırılmalı və mövcud ixtiraların qeydiyyatına alınması sürətləndirilməlidir. Hindistan təcrübəsindən istifadə edərək Azərbaycanda intellektual mülkiyyət hüququnun qorunmasının beynəlxalq standartlarla harmonizasiyasına çalışılmalıdır.

Azərbaycanda tədqiqat və işləmələrin genişləndirilməsinə aşağıdakı donor təşkilatlarının cəlb edilməsi əhəmiyyətli nəticələr verə bilər:

1. Çoxtərəfli təşkilatlar: *Avropa İttifaqı, Beynəlxalq Aqrar Tədqiqat Məsləhət Qrupu (Consultative Group on International Agricultural Research (CGIAR)) və BMT-nin qurumları;*
2. Donor dövlətlər: *Məsələn, Norveç və Yaponiya;*

3. *Özəl donorlar: Məsələn, Rokfeller Fondu;*

4. *İnkişaf bankları: Dünya Bankı və Asiya İnkişaf Bankı.*

Beynəlxalq donorların tədqiqat və işləmələrə cəlbi, Azərbaycanda beynəlxalq təcrübənin əsasında və əcnəbi ekspertlərin iştirakı ilə xarici investisiya və qrantların ayrılması ilə aqrar sahənin modernləşdirilməsinə töhfə vermək mümkündür. İnkişaf etməkdə olan ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, xarici donorların maliyyə resursları elə də böyük olmasa da (məsələn, 2006-cı ildə Latın Amerikasına və Karib hövzəsi ölkələrində donorların tədqiqat və işləmələrdəki payı cəmi 3 faiz təşkil etmişdir), amma effektivdir.

İqtisadi ədəbiyyatın təhlili onu göstərir ki, aqrar tədqiqat və işləmələr məhsuldarlığa müsbət təsir göstərir və tədqiqat və işləmələrin daxili gəlirlilik əmsalı (internal rate of return (IRR) inkişaf etməkdə olan ölkələrdə 40 faizdən çoxdur [1]. R.Evenson da belə bir qənaətə gəlmişdir ki, aqrar tədqiqat və işləmələr üzrə daxili gəlirlilik əmsalı 40 faizdən yüksəkdir [5].

Azərbaycan Dünya İqtisadi Forumunun hazırladığı “Qlobal Rəqabətçilik 2013-2014” hesabatında “vençur kapitalın əlçatırılıığı” göstəricisinə əsasən dünyada 52-ci, MDB-də və türk respublikaları arasında isə 1-ci yerdə gedir. Hətta Azərbaycan bu göstəriciyə əsasən Avstriya, İslandiya, Kipr, Bolqarıstan və s. kimi Avropa ölkələrini də geridə qoymuşdur. “Qlobal Rəqabətçilik 2013-2014” hesabatının metodologiyasına əsasən sahibkarların riskli və innovativ layihələr üçün vençur kapital əldə etməsinin asanlıq dərəcəsi müəyyənləşdirilir. Bu zaman 1 - ən çətin, 7 isə - ən asan əlçatırılıq səviyyəsini müəyyənləşdirir. Azərbaycanın bu intervalda göstəricisi 2,9-a bərabərdir ki, bu da MDB coğrafiyasında ən yaxşı nəticə hesab olunsa da, çağırışların qaldığını göstərir.

Ədəbiyyat

1. Alston J., Chan-Kang C., Marra M., Pardey P., Wyatt T., Meta-analysis of rates of return to agricultural R&D, Ex Pede Herculem, Research Report No. 113, Washington, DC, IFPRI, 2000.
2. Beintema N. M., Stads G. J., African Agricultural R&D in the New Millennium: Progress for Some, Challenges for Many, IFPRI Food Policy Report, Washington, DC, International Food Policy Research Institute, 2011.
3. Chen K., Flaherty K., Zhang Y., China: Recent Developments in Agricultural R&D, ASTI Country Note, Washington, DC, International Food Policy Research Institute, 2012.
4. Durlauf S. N., Johnson J. A., Temple P. R. W., Growth Econometrics. In Handbook of Economic Growth. Vol. 1a., Amsterdam, Elsevier, 2005.
5. Evenson R., Economic impacts of agricultural research and extension, In Handbook of agricultural economics, vol. 1, Amsterdam, The Netherlands, Elsevier Science, 2001.
6. Francesco B., Mario P., The impact of innovation on labour productivity growth in European industries: Does it depend on firms' competitiveness strategies? IPTS working paper on corporate R&D and innovation No. 13/2009, http://iri.jrc.es/papers/13_IPTS_WP_JRC53698.pdf
7. Hu R., Liang Q., Pray C., Huang J., Jin Y., Privatization, public R&D policy, and private R&D investment in China's agriculture, Journal of Agricultural and Resource Economics 36 (2), 2011, pp. 416–432.
8. Naseem A., Nagarajan L., Mudasser M., Qureshi F., Private Agricultural Research and Innovation in Pakistan, Montreal, QC, Washington, DC, New Brunswick, NJ, McGill University, International Food Policy Research Institute, Rutgers University, 2012.
9. Pray C., Nagarajan L., Innovation and Research by Private Agribusiness in India, IFPRI Discussion Paper 1181, Washington, DC, International Food Policy Research Institute, 2012.
10. Stads G. J., “Africa's Agricultural R&D Funding Rollercoaster: An Analysis of the Elements of Funding Volatility.” In Agricultural R&D: Investing in Africa's Future-Analyzing Trends, Challenges, and Opportunities, Washington, DC, and Accra, IFPRI and FARA, 2011, p.5.

Исследования и разработки в области сельского хозяйства

Резюме

Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы является одним из факторов влияющих на рост конкурентоспособности и модернизаций сельского хозяйства. В этой статье исследовано инициативы в области вложения инвестиций в научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы.

Ключевые слова: Р & Д, инвестиция, модернизация, конкурентоспособность, сельское хозяйство.

V.A. Gasimly

Research and development in agriculture

Summary

Research and development (R & D) is one of the factors that affect the growth of competitiveness and modernization of the agricultural sector. In this article various initiatives were investigated to promote investment in the field of agricultural research and development.

Keywords: R & D, investment, modernization, competitiveness, agriculture.

UOT 338.43

Rəhmiyyə Ramiz qızı İBRAHİMOVA,
Oqtay Qulam oğlu MƏMMƏDLİ
Gəncə Dövlət Universiteti

AQRAR-SƏNAYE KOMPLEKSİNİN SOSIAL-EKOLOJİ-İQTİSADI SİSTEM KİMİ TƏDQIQININ ZƏRURİLİYİ

Xülasə

1990-cı illərdə ASK-ya sosial - iqtisadi sistem kimi yanaşılmışdır. Müasir dövrdə isə ASK-nın fəaliyyət göstərməsində sosial amillərlə yanaşı, ekoloji amillər daha böyük əhəmiyyət kəsb edir. Çünki onun vəziyyəti və inkişaf perspektivləri torpaqların və ətraf mühitin ekologiyası ilə müəyyən edilir. Ona görə ki, onlar istehsal olunan kənd təsərrüfatı və ASK-nın son məhsullarının keyfiyyətinə, bu məhsulların istehlakçılarının sağlamlığına bilavasitə təsir göstərir. Buna əsasən demək olar ki, ASK-nın sosial - ekoloji - iqtisadi sistem adlandırılması daha məqsədəuyğundur. Məqalədə ASK-nın bütövlükdə və ölkənin regionlarında formalaşması və inkişaf etməsinə təsir edən sosial - ekoloji - iqtisadi amillər ətraflı nəzərdən keçirilir.

Açar sözlər: Aqrar-sənaye kompleksi, aqrar-ərzaq və aqrar-əczaçılıq altkompleksləri; torpaq-iqlim, iqtisadi, sosial, texniki-texnoloji, elmi-informasiya və ekoloji amillər; regional ASK-nın formalaşması və inkişafı mexanizmləri; regional ASK-da ETT-nin əsas istiqamətləri.

Aqrar-sənaye kompleksinin (ASK) məqsədyönlü strategiya əsasında inkişaf etdirilməsi bir sıra sosial problemlərin həll olunmasında çox mühüm rol oynayır. Burada söhbət ilk növbədə ölkə əhalisinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı şəkildə təmin olunmasından gedir. Lakin, bununla yanaşı, son dövrlərdə kənd təsərrüfatı məhsulları və xammalları əsasında fəaliyyət göstərən və qeyri-ərzaq məhsulları istehsal edən sahə və istehsalatların meydana gəlib formalaşması meylləri də özünü göstərir. Bunlar kənd təsərrüfatı məhsulları və xammallarından hazırlanan, ASK-nın son məhsulu kimi əhalinin tələbatını ödəyən, onun resurs potensialından səmərəli istifadə edilməsinə əsaslanan müəssisə və istehsalatlardan ibarətdir. Beləliklə, əlverişli torpaq-iqlim şəraitinə malik olan ərazilərdə kimya sənayesinin məhsullarına deyil, əczaçılıqda istifadə edilməsi mümkün olan və aqrar sahədə becərilən xammallara əsaslanan əczaçılıq müəssisələri getdikcə daha geniş miqyas alır və deməli, bu, dərman məhsulları istehsalının təşkil olunmasının yeni formasıdır. Bununla da ASK-da inteqrasiya əlaqələri və prosesləri genişlənir və müvafiq altkomplekslər formalaşır. Bunlara aqrar - ərzaq, aqrar - əczaçılıq altkompleksləri misal göstərmək olar [2, s.15-19].

Aqrar - ərzaq altkompleksinin tərkibində taxılçılıq, ətlik və südlük maldarlıq, quşçuluq, tərəvəzçilik və digər altkompleksləri, aqrar - əczaçılıq altkompleksinin tərkibində isə bioloji fəal qida əlavələri, dərman bitkiləri və başqa altkomplekslər ola bilər. Hər bir altkompleksin tərkib hissələri də öz növbəsində istehsal vasitələri istehsal olunan sferalardan, kənd təsərrüfatından, emal müəssisələrindən, infrastrukturadan, elmi, tədris, innovasiya tətbiqi ilə məşğul olan təşkilatlardan və s.-dən ibarət ola bilər.

ASK-nın və altkomplekslərin inkişafındakı məqsədəuyğunluq hər şeydən əvvəl cəmiyyətin tələbatının ödənilməsi səviyyəsi və sistemə uyğun gəlir. Kompleksin və onun inkişaf etdirilməsində qarşıya qoyulan məqsəddən asılı olaraq müasir dövrdə ASK-nın sosial - ekoloji - iqtisadi sistem kimi tədqiq olunması daha məqsədəuyğundur.¹ Bu, onunla əlaqədardır ki, XX əsrin axırlarında əvvəlcə bazar münasibətlərinin inkişaf etmiş olduğu ölkələrdə, sonra isə Azərbaycan da daxil olmaqla digər ölkələrdə də ekoloji problemlərin həllinə, ətraf mühitin mühafizəsinə, ekoloji təmiz qida məhsulları istehsalının təşkilinə, kənd təsərrüfatında enerji resurslarına qənaət etmək imkanı verən texnologiyaların tətbiqinə, təbiətdən səmərəli istifadə olunmasına xüsusi diqqət yetirilir.

¹1990-cı illərdə ASK-ya sosial-iqtisadi sistem kimi yanaşılmışdır.

Müasir dövrdə ASK-nın fəaliyyət göstərməsində sosial amillərlə yanaşı, ekoloji amillər də böyük əhəmiyyət kəsb edir. Çünki onun vəziyyəti və inkişaf perspektivləri torpaqların və ətraf mühitin ekologiyası ilə müəyyən edilir. Ona görə ki, onlar istehsal olunan kənd təsərrüfatı və ASK-nın son məhsullarının keyfiyyətinə, bu məhsulların istehlakçılarının sağlamlığına bilavasitə təsir göstərir. Fikrimizcə, məhz buna görədir ki, ASK-nın sosial - ekoloji - iqtisadi sistem kimi öyrənilməsi daha düzgündür. Bu isə regional amillərin mikro və makro səviyyədə bir-biriləri ilə qaynayıb-qarışmasının nəzərə alınmasını zəruri edir [4, s. 97].

Bu qarşılıqlı əlaqədə makroiqtisadi amillərə iqtisadiyyatın baza sahələrində qiymətlərin əmələ gəlməsi, dövlətin həyata keçirdiyi sosial, vergi və kredit sistemlərini, mikroiqtisadi amillərə isə kadrların peşəkarlıq və ASK müəssisələrinin bazar mühitinə uyğunlaşması, istehsalın təmərküzləşməsi və ixtisaslaşması, resurslarla təmin olunma imkanlarının səviyyələrini, sosial şəraiti misal göstərmək olar.

Bütövlükdə ASK-nın ölkə, o cümlədən, onun ayrı-ayrı əraziləri üzrə formalaşması və inkişaf etdirilməsinə təsir edən sosial-ekoloji-iqtisadi amilləri aşağıdakı altı qrupa bölmək olar:

1) torpaq-iqlim amilləri – torpaqların keyfiyyəti; ərazilərin relyefi, iqlim şəraiti və s.;

2) iqtisadi amillər – istehlak bazarlarının və bazar strukturlarının vəziyyəti, qiymətlərin əmələ gəlməsi sistemi; dövlət tənzimlənməsi; məhsulların rəqabət qabiliyyəti;

3) sosial amillər – əhali, kadrların ixtisas səviyyəsi, ənənələr; sosial - məişət şəraiti; tələbatın və istehlakın səviyyəsi;

4) texniki - texnoloji amillər - elmi-texniki tərəqqinin, resurslara qənaət etmək imkanı verən texnologiyaların inkişafı; istehsalın, emalın, yüklənmə – boşaldılma və daşınmanın, saxlanmanın texnologiyası;

5) elmi-informasiya və tətbiqi amillər - elmin inkişafı, informasiya resursları, informasiya şəbəkəsinə qoşulma; informasiya - tətbiqi struktur və mərkəzlərin inkişafı;

6) ekoloji amillər - ekoloji şərait, ekoloji xidmətlər bazarı; ekoloji texnologiya resursları, təbiətdən istifadə mexanizmləri [4, s.97].

Ölkənin və regionların sosial - iqtisadi inkişafının müəyyən mərhələsində spesifik xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla ASK-nın səmərəli, optimal strukturu əsaslandırılır. Həm də bu zaman ölkə və regionların ASK-nın səmərəli strukturunun əsaslandırılması, onların formalaşdırılması və inkişaf etdirilməsinə təsir edən amillər kompleks və sistemli şəkildə nəzərə alınmalıdır.

Regional ASK-ların formalaşdırılması üçün regional amillər olduqca böyük əhəmiyyətə malikdir. Bunları aşağıdakı qruplarda birləşdirmək olar: torpaq-iqlim, iqtisadi, sosial, texniki - texnoloji və tətbiqi - innovasiya, elmi - informasiya və ekoloji amillər. ASK-da istehsal olunan son məhsulların həcmi və siyahısı bu amillərdən bilavasitə asılıdır. Ölkənin ASK-sı regional ASK-lara əsaslanır və deməli, zəncirvari təkrar istehsal əksəriyyət hallarda bir-birindən təcrid olunmuş şəkildə mövcud olmur, əksinə, regionlararası əlaqə və proporsiyaları yaratmaqla bir - biri ilə qaynayıb-qarışır.

Regional ASK-ların formalaşması və inkişaf etməsinin tədqiqinə vahid mövqedən - ümumi iqtisadi, sahə, funksional - yanaşmaq lazımdır. Bu, ASK-nı regional səviyyədə bütöv bir sistem kimi nəzərdən keçirməyə, bütün kompleks üçün onun tərkib hissələrinin səmərəli əlaqələndirilməsini təmin edən ümumi qərarların işlənilməsinə imkan verir.

Bütün amillərin öyrənilməsi və qiymətləndirilməsi regional ASK-nın formalaşması və inkişafı mexanizmlərini tam aşkara çıxarmağa, onun təşkilinin regionun imkanlarına nə dərəcədə uyğun gəlib-gəlməməsini müəyyən etməyə, perspektivdə strukturunda baş verəcək dəyişiklikləri, regionlararası iqtisadi əlaqələri proqnozlaşdırmağa imkan verir.

Təbii amillərin (iqlim, torpaq örtüyü, yerin relyefi və s.) regional səviyyədə hərtərəfli nəzərə alınması kənd təsərrüfatına yararlı torpaqların və əməyin məhsuldarlığına, torpaq-iqlim şəraiti regiondaxili ərazi təşkilinə, məhsulların istehsalı və emalı sahəsində ixtisaslaşmağa əhəmiyyətli

təsir göstərir.

Regional ASK-nın formalaşması və inkişaf etdirilməsi prosesinə təsir edən iqtisadi amillər içərisində regionun müxtəlif növ kənd təsərrüfatı məhsullarına olan tələbatı, daxili istehlak, regionlararası və xarici bazarların tutumu, istehsal olunan məhsulların qiymətlərinin əmələ gəlməsi və rəqabətqabiliyyətliliyi, bazar strukturlarının, istehsal infrastrukturunun mövcudluğu və vəziyyəti, xüsusilə də nəqliyyat şəbəkəsinin inkişaf səviyyəsi başlıca yer tutur.

Cəmiyyətin iqtisadi sisteminin mərkəzində insan və onun tələbatı durur. Bununla əlaqədar olaraq ictimai tələbatın, ərzağa, kənd təsərrüfatı məhsulları və xammallarına, onların kəmiyyəti və keyfiyyətinə olan tələbin öyrənilməsinə xüsusi diqqət yetirmək lazımdır. Həm də regional ASK-nın fəaliyyəti daim cəmiyyət üzvlərinin dəyişməkdə olan tələbinin ödənilməsinə yönəldilməlidir.

Qiymətlərin əmələ gəlməsi, düzgün vergi və kredit siyasətinin yeridilməsi sistemi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Çünki sənaye və kənd təsərrüfatı məhsullarının qiymətləri arasında uyğunsuzluğun mövcud səviyyəsi nəinki geniş təkrar istehsalı ləngidir, əslində onu mümkün deyildir. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində qiymətlər istehsalçılara yalnız geniş təkrar istehsal və dayanıqlı rəqabət qabiliyyəti üçün mənfəət normasını deyil, həm də istehlakçı tələbini, qiymətləri və rəqiblərin əmətlərinin istehlak xassələrini, bazarın tipinin müəyyənləşdirilməsini təmin edir [1, s. 473].

Bazar təsərrüfatçılığı şəraitində regional ASK-nın formalaşması və inkişaf etməsində istehsal infrastrukturuna xeyli yer ayrılır. Çünki o, kənd təsərrüfatı, emaledici, ticarət və digər müəssisə və firmalar arasında sıx istehsal əlaqələrini təmin edir, məhsulların istehsalı və satışı ilə əlaqədar olan xərcləri ödəyən son istehlakçıya çatdırılması üçün lazımi şərait yaradır. Eyni zamanda infrastruktur kifayət qədər olmalıdır ki, itkiyə və istehsal edilmiş məhsulların keyfiyyətinin aşağı düşməsinə yol verilməsin.

ASK-nın formalaşması və inkişaf etməsinin həyati əhəmiyyətə malik olan məsələlərindən biri də müəyyən uzunluğa, buraxılış qabiliyyətinə malik olan inkişaf etmiş nəqliyyat şəbəkəsinin mövcudluğudur. Eyni zamanda həm nəqliyyatın ümumi inkişaf səviyyəsi, həm də kompleksin ixtisaslaşmasına uyğun olaraq onun müxtəlif növlərindən istifadənin spesifikasiyasının nəzərə alınması böyük əhəmiyyətə malikdir. Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı və emalının ərzi istiqamətlərinə sosial şərait böyük təsir göstərir. Bunlara şəhərlərin yerləşməsi, onların əhalisinin sayı, emal sənayesinin inkişafı və s. aiddir.

Regional ASK-nın formalaşması və inkişaf etməsində elmi-informasiya və innovasiya amilləri xüsusi yer tutur. Kənd təsərrüfatında və onunla bağlı olan sahələrdə tərəqqinin baş verməsi, ölkənin ərzaq təhlükəsizliyinin, istehsal olunan məhsulların rəqabət qabiliyyətinin, o cümlədən, ekoloji təmiz məhsul istehsalının təmin olunması yalnız elmi tədqiqatların nəticələrindən istifadə edildikdə mümkündür. Kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçıların elmi işləmələrin nəticələri, ən yeni texnika və texnologiyaların satıcıları, bazarın segmentləri, regionda və onun hüdudlarından kənarında onun tutumu haqqında məlumatla malik olmalarında ixtisaslaşdırılmış elmi - tədqiqat, innovasiya, tədris - informasiya mərkəzləri çox mühüm rol oynaya bilər. Bunları aqrar universitetlərin, akademiyanın regional bölmələrinin, yaxud da elmi-tədqiqat institutlarının nəzdində yaratmaq olar. Bu mərkəzlərdə kadrların hazırlanması və ixtisaslarının artırılmasının təşkili də mümkündür [6, s. 665].

Texniki-texnoloji amillərin həyata keçirilməsi isə aşağıdakılara imkan verir:

- kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının xeyli artırılması, itkinin aradan qaldırılması və keyfiyyətin yaxşılaşdırılması;

- son məhsul vahidinə sərf olunan əmək və maddi xərclərin xeyli azaldılması;

- ASK-da məşğul olan işçilərin əmək və məişət şəraitinin yaxşılaşdırılmasının təmin olunması.

Regional ASK-larda elmi - texniki tərəqqinin inkişaf etdirilməsinin əsas istiqamətləri aşağıdakılar olmalıdır:

1) enerjiyə qənaət etmək imkanı verən biotexnologiyaların intensiv tətbiqi əsasında istehsal

proseslərinin kompleks mexanikləşdirilməsi və avtomatlaşdırılmasının həyata keçirilməsi, mexanikləşdirmə və elektrikləşdirmə vasitələrindən istifadə etməklə texniki - iqtisadi göstəricilərin yaxşılaşdırılması;

2) kənd təsərrüfatı bitkilərindən yüksək və dayanıqlı məhsul əldə etmək məqsədilə torpaqların su və qidalandırma rejiminin müasir tənzimləmə sisteminin yaradılması, sudan qənaətlə istifadə edilməsi, su və külək eroziyasının qarşısının alınması;

3) seleksiya və damazlıq işlərini yaxşılaşdırmaqla yüksək məhsuldarlıqlı kənd təsərrüfatı bitkiləri sortlarından və heyvan cinslərindən istifadə edilməsi;

4) konkret şəkildə istehsalın səmərəli təşkilinin təmin olunmasına imkan verən, elmi cəhətdən əsaslandırılmış təsərrüfat sisteminin genişləndirilməsi;

5) həm sərfəli istehsal vasitələri hazırlanmasını, həm də kənd təsərrüfatı məhsulları, xammalları və ərzağın tədarükü, saxlanması, daşınması və satışı prosesində baş verən itkilərin ləğv olunmasını təmin edən yeni materiallardan (o cümlədən, qablaşdırma materiallarından) geniş istifadə olunması [6, s. 454].

Elmi-texniki tərəqqi bir qayda olaraq yalnız istehsalın ərzi üzrə təşkili və kənd təsərrüfatı məhsullarının emalının təkmilləşdirilməsi üçün əlverişli ilkin şərt yaratmır, həm də kəndin istehsal və sosial infrastrukturunun inkişafına, kadrların ixtisasının yüksəlməsinə, bəzi hallarda hətta dəyişməsinə, səmərəli əmək və istirahət rejiminə keçilməsinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Eyni sözləri ən yeni texnologiyaların tətbiqi haqqında da demək olar.

Lakin, bunlarla yanaşı qeyd etmək lazımdır ki, elmi-texniki tərəqqinin nailiyyətlərindən, intensiv texnologiyalardan istifadə olunması bir çox hallarda yeni, xüsusilə də ekoloji problemlər doğurur. Ekoloji amillərin əhəmiyyəti artdıqca insanın təbiətdən asılılığı da güclənir. Elm və texnikanın nailiyyətlərindən düşünülməmiş qaydada istifadə edilməsi bəzi hallarda təbii proseslərdə ciddi pozuntulara gətirib çıxarır. Məsələn, sututarlar çirkləndirildikdə sudan əkinlərin və mal - qaranın suvarılmasında, yaşayış massivlərinin su ilə təmin olunmasında çətinliklər əmələ gəlir. Mineral gübrələrdən, bitkiləri mühafizə vasitələrindən düşünülməmiş surətdə istifadə edildikdə məhsullarda insan orqanizmi üçün zərərli olan nitratlar toplanır, məhsulların ekoloji çirklənməsi baş verir. Bunun başlıca səbəbi cəmiyyətin ekoloji amillərə etinasız münasibət bəsləməsi, ekstensiv amillərə üstünlük verməsidir. Deməli, regional ASK-nın daha da inkişaf etdirilməsinin başlıca vəzifələrindən biri təbiətdən “ağıllı” istifadə edilməsindən ibarətdir. Bu, ətraf mühitin özünə məxsus bütün xüsusiyyətləri ilə birlikdə təkrar istehsalını qoruyub saxlamağa imkan verən insanla təbiət arasındakı qarşılıqlı “münasibətləri” təmin etmiş olar [5, s. 225-227].

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində istehsal olunmuş məhsulların reallaşdırılması, onun son istehlakçıya çatdırılması problemi xüsusi diqqət tələb edir. Odur ki, regional ASK-nın səmərəli strukturunu müəyyən edərək bazar strukturlarının formalaşdırılmasına, topdansatış ərzaq bazarlarının, daimi fəaliyyət göstərən sərqi-yarmarkaların, sərqi-satış və marketinq mərkəzlərinin, birjaların, hərracların yaradılması və fəaliyyətinə xüsusi diqqət yetirmək lazımdır. Bunlarla yanaşı, bank sisteminin inkişaf etdirilməsi, faiz dərəcələrinin reallığa uyğunlaşdırılması, bəlkə də xüsusi bankların yaradılması da aqrar sahədəki problemlərin həllinə öz töhfəsini verə bilər.

Beləliklə, müasir iqtisadi şəraitdə regional ASK-ların formalaşdırılması müxtəlif amillərdən asılı olmaqla, həm də olduqca mürəkkəb və uzun bir dövrü əhatə edən prosesdir. Onların hamısı bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqədə olmaqla, həm də bir-birini tamamlayır, istehsalın ərzi təşkilinə və kənd təsərrüfatı məhsullarının emalına təsir edir. Ümumilikdə isə onlar elmi - texniki tərəqqinin nailiyyətlərindən geniş istifadə etmək və daha yüksək səmərəliliyə nail olmaq məqsədilə kompleks müəssisə və strukturları birləşdirməklə, kənd təsərrüfatının istehsal və sosial-iqtisadi problemlərinin həll olunmasına yeni yanaşmaları təmin edirlər.

Ədəbiyyat

1. Abbasov A. Ərzaq təhlükəsizliyi. Bakı, "Nasir" nəşr. 2007, 602 s.
2. Ataşov B. Ərzaq təhlükəsizliyinin aktual problemləri. Bakı, "Elm" nəşr. 2005, 335 s.
3. İbrahimov İ. Sahibkarlıq fəaliyyətinin tənzimlənməsi məsələləri. Bakı, "Səda" nəşriyyatı, 2010, 247 s.
4. Кундиус В. Экономика агропромышленного комплекса. Учебное пособие. М., 2010, 539 с.
5. Məmmədli O., İsmayilov M., İsmayilov F. Milli iqtisadiyyatın tənzimlənməsi. Bakı, "MBM" nəşriyyatı, 2008, 559 s.
6. Экономика и управление аграрным производством. Ростов - на Дону 2008, 714 с.

*R.R.İbrahimova,
O.G.Məmmədli*

**Агропромышленный комплекс целесообразно исследовать как
социоэколого – экономическую систему**

Резюме

В 1990 г к АПК подходили с позиции социально-экономических систем. В современных условиях все больше значение наряду с социальными приобретают экологические факторы функционирования производственных систем и прежде всего АПК, так как его состояние и перспективы развития определяют экология почв, окружающая среда. Они оказывают прямое воздействие на качество производимой сельскохозяйственной продукции, конечного продукта АПК, здоровье потребителей этого продукта. Поэтому более обоснованным представляется изучение АПК как социо - эколого - экономической системы. При этом основополагающее значения для формирования и развития функциональной СЭЭС АПК имеют региональные факторы, который тесно переплетаются с факторами макро- и микроэкономического уровней воздействия.

Ключевые слова: агропромышленный комплекс, агропродовольственный и агрофармацевтический подкомплексы; почвенно - климатические, экономические, социальные, технико-технологические, научно - информационные и экологические факторы; механизм формирования и развития регионального АПК; основные направления НТП в региональных АПК и т.д.

*R.R.Ibrahimova,
O.G.Mammadli*

**Agro - industrial complex - as appropriate to examine the socio -
ecological - economic system**

Summary

In 1990 it was looked on agrarian complex on position of social-economical systems in modern conditions more and more significance acquire social and economical factors of function of industrial systems and first of all agrarian – industrial complex, so as its state and perspectives of development depends on ecology of soil, surrounding. They have straight influence on quality of agrarian production, the end product if agrarian – industrial complex, the health of customers of this product. So more based is the learning of agrarian – industrial complex as socio-ecology-economical system. So the main significance for formation and development of function of agrarian-industrial complex have the region factors, which are connected with factors of macro–micro economical levels of influence.

Key words: agrarian - industrial complex, agrarian food and agrarian under complexes, soil-climate and ecological, factors, science - information factors, the mechanism of formation and development of region agrarian - industrial complex, the main directions of science - technical progress in regional agrarian industrial complex.

УДК 330.341

Рена Мамед-Хамис кызы Алиева
Диссертант АНИИЭ и ОСХ

РАЗВИТИЕ И ОБЕСПЕЧЕНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИХ СРЕДСТВ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ РЕСПУБЛИКИ

Резюме

В статье, исследуется развитие материально-технической базы на инновационной основе. Анализируется главное направление прогресса в производстве сельскохозяйственной продукции.

Так же, с учетом основных направлений экономического и социального развития республики, даются конкретные рекомендации для применения инноваций аграрном секторе экономики особенно в сельском хозяйстве.

Ключевые слова: *инновации в сельском хозяйстве, рыночная экономика, материально-техническое снабжение, аграрная политика, механизация.*

Введение

Основной частью государственной экономической политики является научно обоснованная аграрная политика. Эта политика является важнейшим условием стабилизации и эффективного развития АПК, и основным фактором обеспечения продовольственной безопасности страны. На данном этапе важной проблемой является необходимость разработки новой стратегии и приоритетов аграрной политики, в результате чего в ближайшие годы должно быть обеспечено повышение конкурентоспособности аграрного сектора, социальное развитие села.

Стратегическими задачами аграрной политики на ближайшие 10–15 лет являются: повышение уровня жизни населения, переход АПК на инновационный путь развития, мотивация сельского труда, повышение эффективности и конкурентоспособности аграрного сектора на внутреннем и мировом рынках, активная интеграция Азербайджана в мировую систему (4).

В современном мире под инновационной деятельностью понимается перспективное развитие любого сектора экономики. Здесь предусматривается разработка и реализация научно-технических достижений, создание новой конкурентоспособной продукции, производство которой должно происходить на уровне современной техники и технологии в целях получения максимально возможной прибыли. В аграрном секторе под инновацией подразумевается эффективное средство конкурентной борьбы, что ведет к созданию новых потребностей, к снижению себестоимости продукции, к притоку инвестиций, к открытию и захвату новых рынков.

Политика государства в инновационной сфере сельского хозяйства нуждается в формулировании и реализации единой системы стратегического планирования и прогнозирования. В эту систему необходимо включать такие компоненты как долгосрочные социально-экономические, экологические и технологические прогнозы которые следует разрабатывать на несколько лет. Кроме этого следует разрабатывать целевые программы и проекты республиканского и регионального значения.

Инновации как фактор ускорения научно-технического прогресса в современных условиях

Важное условие организации эффективного сельскохозяйственного производства – оптимальное формирование и рациональное использование материально – технической базы сельского хозяйства.

По данным Государственного Комитета Статистики на конец 2012 года основная сельскохозяйственная техника составляла: количество тракторов 21073, плугов 3278, культиваторов 893, сеялок 1867, зерноуборочных 1724, кукурузо -уборочных 3, кормоуборочных 654, картофеле-уборочных 18, свеклоуборочных 9, разбрызгивателей и опылителей 622, травокосилок 884, сеялок прессовых 1495. (с 2007 года на основе данных Министерства сельского хозяйства государственного технического надзора эти показатели включают в себя и данные по предприятиям “Агролизинг” и “Агросервис”) [3].

Под системой машин в сельском хозяйстве понимают цепь разнородных, но дополняющих друг друга в процессе производства определенного продукта технических средств, выполняющих одну или несколько технологических операций. Эта система представляет собой производственный механизм, обеспечивающий выполнение всего комплекса операций производства конечной продукции или обслуживания животных и птиц с минимальными затратами труда и средств, позволяющий осуществить комплексную механизацию (с элементами автоматизации) сельскохозяйственного производства. Разработка основных направлений развития и размещения научно-технического потенциала аграрного сектора экономики обоснованных количественных и качественных показателей, характеризующих его рост, должна осуществляться с учетом ряда условий важнейшими из которых являются повышение эффективности производства, его интенсификации. Эти условия должны рассматриваться в органическом единстве с ускорением научно-технического прогресса.

Для усиления интенсификации сельскохозяйственного потенциала производства и повышения его эффективности а также для развития этой отрасли на инновационной основе необходимы:

- основные направления, темпы и пропорции развития научно-технического потенциала республики и его оптимальное размещение;

- обоснование, исходя из задач развития аграрного сектора приоритета отдельных направлений научных исследований, важнейших научно-технических проблем, подлежащих разработке в перспективном периоде, масштабов внедрений достижений науки и техники в производство;

- разработку первоочередных мероприятий, способствующих практическому осуществлению долгосрочной, политики в области развития науки и техники.

Указанные мероприятия должны осуществляться с учетом основных направлений экономического и социального развития республики, намечаемых структурных изменений в аграрном секторе экономики особенно в сельском хозяйстве. Развитие, научно-технического потенциала в данной отрасли в перспективном периоде должно сопровождаться дальнейшей интенсификацией научных исследований и реализацией их результатов в экономике, усилением интеграции науки с производством, обеспечением более полной реализации научно-технического потенциала во всех отраслях экономики.

Выполнение этих важнейших требований может быть достигнуто путем совершенствования организации управления научными исследованиями и разработками, внедрения их результатов в производство, применения программно-целевых методов прогнозирования данной отрасли выбора перспективных направлений научных работ сосредоточения на этих направлениях кадровых, материальных и финансовых ресурсов [1].

Специализация производства и его концентрация предопределяют необходимость совершенствования организационных форм использования машинно- тракторного парка строго соблюдая органическое единство техники с технологическим процессом. Именно эти усло-

вия обеспечивают своевременность (фактор времени в сельском хозяйстве имеет решающее значение) и высокое качество всех выполняемых работ, без чего немислим рост урожайности сельскохозяйственных культур и продуктивности животных. Одновременно предстоит решать задачи, с одной стороны, повышения качества самой техники, ее надежности и долговечности, а с другой-улучшения системы технического обслуживания и эксплуатации. Повышение уровня подготовки механизаторских кадров для сельского хозяйства, их закрепление, а также совершенствование управления и организации-решающие факторы эффективного использования современных технических средств.

Многие трудоемкие процессы, особенно в животноводстве, остаются пока недостаточно механизированными. Это же относится к процессам прорывки свеклы, уборки овощных и плодово-ягодных культур, погрузочно-разгрузочным работам и др. Медленно решается проблема малой механизации.

В механизации сельскохозяйственного производства условно можно выделить частичную и комплексную с автоматизацией производственных процессов. Первая (частичная) связана с переводом основных операций в земледелии с живой тяги на механическую. В результате ее осуществления в сельском хозяйстве уже получен высокий экономический эффект. Вторая (комплексная) характеризуется переходом от частичной механизации к комплексной с элементами автоматизации. Сущность комплексной механизации выражается в замене ручного труда машинным при обеспечении наименьшей трудоемкости работ и наиболее высокой производительности при данном уровне науки и техники. Состояние комплексной механизации сельскохозяйственного производства может характеризовать показатель, который отражает степень завершенности и учитывает количественную и качественную ее стороны.

В настоящее время о степени механизации судят по показателю механизации основных производственных операций (вспашка, посев, уход за посевами, уборка - в растениеводстве; раздача кормов, уборка навоза, доение коров, подача воды и др.- в животноводстве). Уровень механизации отдельных видов сельскохозяйственных работ определяется путем сопоставления объема механизированных работ и общего объема работ данного вида. Этот показатель определения объемов механизированных работ сравнительно прост, но он не отражает уровня механизации по отдельным культурам, отраслям и всему сложному, комплексному процессу сельскохозяйственного производства

Главное направление прогресса в производстве сельскохозяйственной продукции-создание машинных технологий в земледелии и животноводстве на основе высокой интенсивности и поточности с оптимальными сроками качественного выполнения отдельных процессов и всего технологического цикла. Сельскому хозяйству необходимы комплексы машин для производства каждого конкретного продукта. Пока же комплексных высокопроизводительных машин поступает на село мало. Изучение опыта использования техники в сельском хозяйстве свидетельствует, что многие машины имеют недостаточный уровень безотказной работы. Значительная часть тракторов простаивает из-за технических неполадок и заводских дефектов. О недостаточной надежности машин говорит и то, что при уменьшении нагрузки на одну машину растут расходы на содержание техники.

Увеличение экономического и научно-технического потенциала страны расширяет возможности финансирования государством крупных капитальных вложений по повышению научно-технического уровня сельскохозяйственного производства, а также отраслей, осуществляющих его материально-техническое обеспечение. Укрепление материально-технической базы предполагает необходимость технического перевооружения сельскохозяйственного производства, значительное повышение уровня технической оснащенности, внедрение комплексной механизации.

Для обеспечения более высокого уровня технической оснащенности внедрения комплекс-

ной механизации производственных процессов потребуется повышение технического уровня мобильной энергетики. В полеводстве это будет достигнуто за счет создания новых и совершенствования существующих тракторов и машин-орудий, обеспечивающих механизированное возделывание и уборку всех сельскохозяйственных культур на высоком агротехническом уровне при минимальных затратах живого труда. При этом необходимо создать шлейф почвообрабатывающих и других машин, обеспечивающих выполнение всех рабочих вспомогательных процессов на основе передовой агротехники и прогрессивной технологии.

В дальнейшем предстоит внедрить новые конструктивно-технологические и компоновочные схемы автоматизированных агрегатов с применением наиболее прогрессивных технологий при воздействии на материалы и сырье наряду с механической, электрической, химической, и других видов энергий. В агрегатах такого типа нужно применять групповой и индивидуальный гидроприводы рабочих органов машин, реверсивное централизованное, автоматизированное управление режимами работы и выполняемыми процессами, универсальные быстросцепные устройства, сменные рабочие органы и др. Конструктивно-компоновочные схемы таких агрегатов будут выбираться с учетом оптимального размещения рабочих машин, емкостей для зерна, туков, гербицидов, жидкостей, установки седельных прицепов и пр. Установка машин может производиться в передней, задней и средней их части. Для оптимизации их режимов работы необходимо применять механические, электронные, гидравлические и другие автоматические устройства, регистрирующие и передающие на диспетчерский пункт основные эксплуатационные показатели. В качестве силовых установок для автомобилей, тракторов, комбайнов в ближайшие 10-15 лет необходимо максимально унифицированные семейства дизельных двигателей, оснащенных наиболее прогрессивными узлами и агрегатами, характеризующими их высокое техническое совершенствование, и обеспечивающих доремонтный моторесурс 60-8 тыс. ч. При выборе оптимальных конструктивно-компоновочных схем агрегатов потребуются двигатели мощностью 500 л. с. и более, имеющие малые габариты и массу.

Внедрение новых технологий, силовых установок, силовых передач, ходовых систем позволит создать высоко-производительные мобильные энергетические средства мощностью 300, 500 л. с. и более, состоящие из отдельных максимально унифицированных быстросъемных блоков, обеспечивающих многопрофильное их применение и быстрый переход с одного выполняемого процесса на другой. В агрегатах такого типа найдут широкое применение электрические импульсные, магнитные, оптические, электронные и другие системы, а также устройства автоматического контроля, защиты дистанционных измерений и управления режимами работы и качеством выполняемых операций [2].

Несмотря на то, что в настоящее время обработка почвы полностью механизирована и успешно решаются задачи уничтожения сорняков в рядах пропашных культур, противоэрозийной обработки почвы и подготовки полей. На склонах при культурном земледелии, вопросы улучшения качества подготовки плантаций и повышения производительности труда механизатор-оператор а все еще являются актуальными. Необходимо применять мобильные почвенные комбайны, готовящие за один проход почву под посев озимых культур и повторные посевы. Объем работ для этих агрегатов составляет 500 тыс. га. Для выполнения этого объема работ за 80 рабочих часов годовой выпуск машин с шириной захвата 2 м и поступательной скоростью 11-12 км/ч.

Дальнейшее развитие технологических процессов и технических средств для выравнивания рельефа и конфигурации сельскохозяйственных полей как объектов, на которых можно применять промышленные способы производства сельскохозяйственных культур. Новых способов деформации и перемешивания почвы, совершенствования существующих и создания новых технических средств для ее подготовки под культуры, с другой - подготовкой

полей к индустриальному способу производства продуктов растениеводства.

Основным энергетическим средством для привода и транспортировки почвообрабатывающих машин остается трактор. Это во многом определяет систему почвообрабатывающих машин и способы выполнения операций. В перспективе найдут применение комбинированные почвообрабатывающие машины с активными и пассивными рабочими органами, а также вибрирующие рабочие органы, позволяющие уменьшить тяговое сопротивление в 1,2-1,5 раза. Производительность почвообрабатывающих машин повысится за счет увеличения скорости в 1,2 раза, ширины захвата - в 1,3-1,5 раза, коэффициента совмещения операций в 1,1-1,2 раза. Поля на склонах от 6 до 25° будут, подготовлены к условиям контурного земледелия. Для выполнения работ по планировке полей будут применяться широкозахватные выравниватели планирования и грунтометате.

Для решения поставленных задач необходимо осуществить разработку технологий и технических средств на государственном уровне. Основной тенденцией в земледелии будет минимизация обработок почвы. Ее развитие должно осуществляется в следующих направлениях: исключение отдельных приемов в том или ином звене системы обработки почвы или замены их менее энергоемкими; сочетание химической обработки полей с механической в целях сокращения последних; уменьшение количества проходов тракторов по полю за счет совмещения в одном агрегате ряда технологических операций по подготовке почвы, посева и других. Последнее направление будет основным. Особое внимание обращено на увеличение противоэрозионной обработки на основе применения фронтальных простых и комбинированных орудий. Наряду с отвальной обработкой значительно расширится применение поверхностных обработок, выполняемых дисковыми орудиями. При этом конструкция используемых дисков будет обеспечивать гладкую обработку без гребней и борозд. Площадь плоскорезной обработки может достигнуть 25% обрабатываемых угодий, На отдельных площадях необходимо применять агрегаты, сочетающие основную и предпосевную обработку почвы и посев. В перспективе 25-40% площадей посева полевых культур полагается возделывать с использованием различных комбинированных агрегатов. Это, прежде всего, яровые колосовые, горох, сахарная свекла, кукуруза, картофель, овощные культуры. В результате произойдет существенное сокращение количества операций по уходу за пропашными культурами.

Предполагается, что в ближайшем будущем внедрять в производство индустриальную технологию поточной уборки зерновых культур, основанную на применении высокопроизводительного мобильно- стационарного комплекса машин. При этом функции мобильного агрегата (комбайна) будут сведены к скашиванию хлебной массы, обмолоту зерна и сбору в емкость зернового вороха. Реальным представляется разработка и широкое внедрение зерноочистительных машин производительностью до 80-100 т/ч, зерносушилок - до 50 т/ч, а также строительство сборных бункеров различной емкости для сушки и хранения зерна и семян. Внедрение этих агрегатов позволит повысить производительность труда в 3-5 раз по сравнению с 2010 г.

Очень важна организация промышленного выпуска машин, в которых остро нуждаются тепличные хозяйства, это, прежде всего, совершенный электротрактор и комплекс машин к нему. Необходимо повысить эксплуатационную надежность систем автоматического регулирования процесса в теплицах, для этого нужно разработать перспективные типы теплиц с целью сокращения затрат энергии на обогрев, обеспечение удобства для осуществления комплексной электромеханизации производственных процессов и создание оптимальных условий для роста и развития растений.

Для снижения затрат ручного труда и повышения технического уровня в области механизации овощеводства открытого грунта наиболее актуальными вопросами, подлежащими

опытно-конструкторским разработкам, являются разработка сеялки для точного высева семян овощных культур; машины для выборки рассады; поточных линий для дражирования семян овощных культур; самоходных многорядных машин для уборки капусты и моркови; универсальной платформы для уборки столовых сортов одновременно созревающих томатов, огурцов, баклажанов, обеспечивающей механизированную погрузку и разгрузку продукции.

Перспективы применения инноваций в сельском хозяйстве

Перспективными являются научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, направленные на создание высокопроизводительных технологических средств для высадки рассады овощных культур в открытый грунт с автоматической подачей растений из бункера в посадочный аппарат; разработку рабочих органов с автоматическими средствами для обработки почвы и прополки сорняков одновременно в междурядьях и рядах; создание технических средств для комплексной механизации возделывания малораспространенных ценных сортов овощных культур.

Для повышения уровня механизации основных операций возделывания картофеля, снижения его себестоимости необходимо перевести производство картофеля на промышленную основу, что позволит в 3-4 раза сократить затраты труда и агротехнические сроки выполнения важнейших производственных процессов. Для выполнения этого задания необходимо решить вопрос возможности возделывания картофеля с минимальным числом обработки почвы с местным внесением гербицидов, а на хорошо окультуренных почвах с большим процентом гумуса-полностью исключить операции по уходу за картофелем. Необходимо также разработать новые активные рабочие органы по подкапыванию и сепарации почвы для создания высокопроизводительных 4-6-рядных самоходных комбайнов, работающих по беспереvalочной технологии.

Большим резервом экономии труда является комплексная механизация возделывания и уборки кукурузы. В перспективе во всех зонах кукурузо-сеяния широкое распространение получат способы минимальной обработки: обработка и вспашка посевов, посев по колесам и другие на базе комбинированных агрегатов, совмещающих одновременно обработку почвы, измельчение растительных остатков, выравнивание поверхности, посев с внесением минеральных удобрений гербицидов и инсектицидов, прикатывание минимализация полевых операций при использовании комбинированных агрегатов не приводит к снижению урожая. Интенсификация производства кукурузы осуществляется с помощью перехода на узкорядные посевы. На 9-10%, при орошении - на 8-18% - Узкорядные посевы с междурядьями 50 см на 8-10% повышали также выход кормовых единиц при выращивании кукурузы на силос по сравнению со стандартными междурядьями.

Совершенствование техники для посева кукурузы при наличии энергонасыщенных тракторов должно идти по пути обеспечения точного однозернового пунктирного высева семян без деления их на фракции, увеличения скорости посева до 12 км/ч, увеличения ширины захвата, универсализации сеялок с целью использования их для посева других пропашных культур, а также по пути создания комбинированных машин для совмещения предпосевной обработки почвы с посевом или агрегатов из однооперационных машин.

Наряду с шестирядными кукурузными сеялками, необходимыми для семеноводства и посева на небольших участках, широкое распространение должны получить двенадцатирядные сеялки. Они должны иметь приспособления для контроля за количеством и качеством высева с увеличенными емкостями для высеваемого материала, позволяющими производить механическую их загрузку не чаще чем 2-3 раза за смену.

Для повышения надежности и долговечности машин и снижения их металлоемкости в конструкциях широкое применение должны найти детали из полимерных материалов. Для

обработки защитных зон и предохранения растений от присыпания культиваторы следует комплектовать с дополнительными рабочими органами приспособлениями, позволяющими вести обработку со скоростью до 12 км/ч. Предполагается применение более совершенных пассивных и ротационных прополочных борон, дисковых и лемешных орудий, защитных, щитков и домиков.

Для продления срока хранения семян в страховых переходящих фондах без снижения при этом их посевных и урожайных качеств должны использоваться хранилища с гидротерморегуляцией среды и мешки из плотного влагонепроницаемого материала.

Зерноочистительно-сушильные комплексы должны быть оснащены более мощными сушилками шахтного типа с теплообменниками производительностью 10-30 т/ч сухого зерна при снижении влажности с 32 до 14%, а так же пневмогазовыми барабанными сушилками.

За счет механизации возделывания кормовых культур имеется возможность-резкого сокращения продолжительности уборки за счет совмещения операций, применения высокопроизводительных самоходных косилок-плющилок, подборщиков-измельчителей погрузчиков и других машин, производительностью 150 т/ч, перенесения машин на стационар, максимально использования электрической и других видов энергии. Усовершенствование уборочных машин ведется в направлении устойчивого режима высоты среза растений и уменьшения потерь. Устойчивость заданной высоты среза осуществляется хорошим копированием рельефа, что важно для отрастания многолетних трав и предотвращения загрязнения кормов. Перспективным представляется создание кормоуборочных комбайнов мощностью 200-250 л. с. со сменными рабочими органами, для уборки трав и силосных культур, для измельчения подвяленной массы. На кошени силосных культур их пропускная способность будет 30 кг/с, на кошени трав 12, на подборе трав - 8 кг/с. Ширина захвата жатки для трав 4,2-6,0 м, для силосных культур - 3,4 м, ширина подборщика - 2 м. Для уменьшения затрат на перевозку грубых кормов будет широко применяться прессование соломы и сена. Однако в тюках, рулонах или бунтах есть опасность возникновения очагов плесени. Для торможения развития термофильных бактерий широкое применение должны найти химические консерванты. Технология заготовки сена должна совершенствоваться с учетом механизации погрузочно-разгрузочных работ и раздачи сена животным. Сеноуборочные машины должны обеспечить сравнительно сыпучий материал в виде брикетов. Важным является также создание машин, образующих рулоны весом до 500 кг. Наиболее перспективным в технологии уборки трав на сено является приготовление его в измельченном виде с досушиванием активным вентилированием. Для этого необходимо создать универсальный высокопроизводительный подборщик-измельчитель-погрузчик, оснащенный сменными приспособлениями для косыбы трав, подбора валков и измельчения массы.

Для совершенствования процесса искусственного обезвоживания кормов в перспективе целесообразно создавать более высокопроизводительные сушильные установки с производительностью 3-4 т/ч, а также прессующую технику: грануляторы и брикетные прессы. Целесообразно спроектировать также хранилища для искусственно обезвоженных кормов, обеспечивающие хранение без потерь каротина (стабилизация, хранение в нейтральном газе).

Производство обезвоженных кормов следует развивать по пути частичного подвяливания зеленой массы с последующим измельчением, искусственным обезвоживанием и прессованием. Это позволит в 1,5-2 раза сократить расход топлива на процесс искусственной сушки. Для сушки кормов будут применяться также высокопроизводительные (от 12 до 15 т по испаренной влаге) агрегаты с высокой степенью автоматизации при использовании. (5)

Для хранения и активного досушивания будут использоваться скирдооформители и бесстенные башни (1000-1500 м³) с автоматизированными механизмами для загрузки и раз-

грузки. Для определения влажности сырья и зеленой массы в полевых условиях предполагается создать экспресс-влажнометр. Подготовка исходного сырья для брикетирования будет осуществляться с использованием искусственной сушки. Для этих целей будут созданы сушилки, работающие в режиме пневмотранспорта с частичной рециркуляцией высушиваемого материала. Рециркуляция материала и регулирование времени его пребывания в сушилке будут осуществляться путем использования сильных электромагнитных и электростатических полей.

Хранение сенажа и силоса предусматривается в больших вертикальных и горизонтальных емкостях. Массу предусматривается подавать загрузчиками производительностью более 150 т/ч, выгрузку осуществлять выгрузчиками производительностью 5- 10 т/ч, работающих по принципу равномерного срезания слоя.

Для механизированного внесения препаратов в растительную массу следует разработать рабочие органы, обеспечивающие равномерную ее обработку и внесение заданного количества консерванта.

Для уборки семенников трав найдут применение высокопроизводительные машины (10-15 га/ч), позволяющие осуществлять уборку в оптимальный период спелости семян, что обеспечит уменьшение их потерь.

Для консервирования кормовых культур (сенажирования и силосования) будут широко применяться лучевая энергия, термическая обработка сырья, а также механическое обезвреживание растительной массы.

Для равномерного распределения по всему растению химических препаратов, применяемых в качестве десикантов, предполагается использование электризации аэрозолей.

На фермах крупного рогатого скота наиболее типичными видами кормов районные кормосмеси: влажные многокомпонентные смеси (с измельченных грубых, корнеплодов, силоса, концентратов); полувлажные (сенаж, сдобренный концентратами); сухие в виде гранул и брикетов (с зернотравяного концентрата и соломо- концентрирование).

Соответственно создавать и совершенствоваться комплексы машин и оборудования, обеспечивающие постоянное уменьшение доли ручного труда на вспомогательных операциях (погрузка, разгрузка, подача корма) и автоматическое управление процессами.

Исходя из мировых тенденций развития механизации и автоматизации сельскохозяйственного производства, можно полагать, что автоматизация мобильных сельскохозяйственных агрегатов будет развиваться в трех направлениях.

Первое - разработка и применение локальных средств автоматического контроля, регулирования и управления режимом работы машин. В ближайшее время реальным представляется разработка бесступенчатых трансмиссий, которые позволят полностью автоматизировать управление энергетическими и основными технологическими режимами работы сельскохозяйственных машин и поднять производительность труда в 1,5-2 раза. Это позволит осуществить автоматическое вождение агрегатов вдоль гонов, в результате чего значительно упростится управление агрегатами.

Второе направление - разработка и появление в эксплуатации автоматизированных сочлененных (один водитель на два - пять агрегатов) и комплексно-автоматизированных мобильных сельскохозяйственных агрегатов, которые будут работать без участия человека. Производительность труда трактористов возрастет в 2-4 раза.

Третье направление - организация комплексно-автоматизированных предприятий. Производительность труда возрастет в 6-10 раз.

Все три направления должны развиваться параллельно, взаимно дополняя друг друга.

В настоящее время понятия «колесный трактор», «автомобиль», «самоходная машина» все больше сближаются. Условием эффективного использования транспортных средств в

сельском хозяйстве является их загрузка в течении года не менее чем 1800 ч, что возможно при наличии сменных кузовов, обоорудования и устройства для выполнения различных работ.

Таким образом, главными направлениями развития маханизированного сельского хозяйства является повышение мощности тракторов, создание самоходных машин и универсальных шасси, совершенствование технологии возделывания сельскохозяйственных культур.

Заключение

В условиях рыночных отношений подъем сельского хозяйства невозможен без активной инновационной деятельности, являющейся основополагающей, в системе факторов, которые обеспечивают развитие и повышение эффективности производства в рыночной экономике. Стратегия формирования и развития инновационной системы в отрасли направлена на то, чтобы создавать и осваивать новшества, которые позволят перейти к новой технологической структуре производства и обеспечить конкурентоспособность предприятий на внутреннем и внешнем рынках. Инновации не ограничиваясь только технологической стороной представляют собой единство технических, технологических, экономических, организационных и социальных нововведений. Спад инновационной деятельности в сельском хозяйстве, вызванный ограниченными возможностями внутренних накоплений, усугубил тяжелое положение в аграрной экономике. Эта проблема требует особых подходов для развития и обеспечения материально-технических средств. В связи с этим особую актуальность приобретает исследование материально-технической базы, ее совершенствование и формирование на инновационной основе. Раскрытие характера инновационного процесса с развитием и совершенствованием материально-технических средств предполагает не только обоснование его сущности, но и экспериментальной проверки отдельных нововведений в реальных условиях аграрного производства.

В современных условиях необходимо активизировать деятельность аграрных научных организаций, расширять и улучшать научные исследования по наиболее приоритетным направлениям развития науки и значительному ускорению создания высококачественных инноваций, позволяющих обеспечить при их освоении прорывное повышение эффективности агропромышленного производства. Комплексное решение указанных приоритетных направлений реализации инновационной политики может обеспечить ускорение научно-технического прогресса в различных отраслях и сферах АПК, значительное организационное, техническое и технологическое обновление агропромышленного производства и повышение его эффективности.

Литература

1. Миронов С. Сельское хозяйство страны нуждается в модернизации // Новая политика. Интернет-журнал. 11 фев-раля 2010. URL: <http://www.novopol.ru/-sergey-mironov-selskoe-hozyaystvo-stranyi-nujdaetsya--text81279.html>
2. Яковец Ю.В. О сочетании долгосрочного прогнозирования и стратегического планирования // Экономист. 2008. № 6.
3. Данные Государственного Статистического Комитета Азербайджанской Республики <http://www.stat.gov.az/source/agriculture/>
4. Стадник А., Матвеев Д., Крохта М., Холодов П. Техническое и технологическое переоснащение сельского хозяйства необходимо / АПК: экономика, управление, 2012. – №5. – с. 68-69.
5. Санду И.С., Рыженкова Н.Е. Инновационное развитие сельского хозяйства до 2020 г. / АПК: экономика, управление, 2012. – №2. – с. 11-13.

*Rəna Məmməd Xəmis qızı Əliyeva
Az.ETKTİ və Tİ-nin dissertantı*

Respublikanın kənd təsərrüfatında innovasiyaların səmərəli tətbiqi - maddi-texniki bazanın inkişafı və təmin edilməsinin faktoru kimi

Xülasə

Məqalədə maddi-texniki bazanın innovasiya əsasında inkişafı araşdırılır. Kənd təsərrüfatı məhsulu istehsalında tərəqqinin əsas istiqamətləri təhlil edilir. Həmçinin, respublikada sosial və iqtisadi inkişafın əsas istiqamətləri nəzərə alınmaqla aqrar sahədə, xüsusilə də kənd təsərrüfatında innovasiyaların tətbiqinə dair xüsusi tövsiyələr verilir.

Açar sözlər: kənd təsərrüfatında innovasiyalar, bazar iqtisadiyyatı, maddi-texniki təchizat, aqrar siyasət, mexanikləşmə.

*Rena Mamed Khamis Aliyeva
Candidate for a degree
Azerbaijan Scientifically Research Institute
of Economy and Organization of Agriculture*

Development and ensuring of logistical support as a factor in the effectiveness of innovation in the agriculture of the republic

Summary

In this article examines the development of the material-technical base on the basis of innovation. The main direction of progress in agricultural production are analyzed. The main directions of economic and social development of the country, makes specific recommendations for the application of innovation agricultural sector particularly in agriculture.

Keywords: innovation in agriculture, market economy, logistics, agricultural policy, mechanization.

UOT 338.43

Niyazi İsmayıl oğlu NAMAZOV
Azərbaycan Tibb Universitetinin baş müəllimi

AQRAR SAHƏNİN İQTİSADI DAYANIQLIĞININ YÜKSƏLDİLMƏSİNDƏ DÖVLƏT KÖMƏYİNİN TƏNZİMLƏNMƏSİNİN ROLU

Xülasə

Məqalədə bazar iqtisadiyyatı əsasında inkişaf edən respublikamızda aqrar iqtisadiyyatın əsasını təşkil edən kənd təsərrüfatının yüksəldilməsində dövlət köməyinin tənzimlənməsi problemləri öz əksini tapır.

Bu proseslər bir sıra faktorlarla bağlıdır. Belə ki, son illər Azərbaycan iqtisadiyyatının dinamik inkişafı, maliyyə imkanları, o cümlədən, aqrar siyasət, kənd təsərrüfatının dövlət tənzimlənməsi ilə bazar müxanizminin daha sıx əlaqələndirilməsi və s. məsələlər öz əksini tapır.

Məqalədə kənd təsərrüfatının qarşısında duran problemlərin təxirə salınmadan və köklü surətdə həll edilməsi zəruriliyi, bu sahədə Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin iqtisadi siyasətinin prioritet istiqamətləri şərh edilmişdir.

Açar sözlər: *bazar iqtisadiyyatı, sahibkarlıq fəaliyyəti, aqrar-sənaye kompleksi, iqtisadi dayanıqlıq, aqroservis, iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi.*

Bazar iqtisadiyyatı əsasında inkişaf edən respublikamızda aqrar iqtisadiyyatın əsasını təşkil edən kənd təsərrüfatının rəqabətə davamlılığının aşağı olması qloballaşma şəraitində bu sahənin müqayisəli üstünlüklərini zəiflədir. Bu baxımdan müasir şəraitdə ölkə iqtisadiyyatının mühüm və strateji əhəmiyyətli sahəsini təşkil edən kənd təsərrüfatının, bu əsasda formalaşan aqrar iqtisadiyyatın ən aktual problemlərindən biri daxili və xarici bazarda təklif edilən məhsulların rəqabət üstünlüyünə nail olunması və iqtisadi dayanıqlılığının yüksəldilməsində dövlət köməyinin tənzimlənməsi ilə bağlıdır. Bu proses bir sıra faktorla bağlıdır. Belə ki, məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsi, xarici analoqları ilə müqayisədə ölkədə istehsal edilən kənd təsərrüfatı və aqrar məhsulların qiymətlərinin səviyyəsinin istehlakçılar üçün ən yetərli olması, məhsulun dəyərinin aşağı olması və s. bu problemlərdəndi.

Məlum olduğu kimi, artıq 2007-ci ildən etibarən kənd təsərrüfatına dövlət köməyinin gücləndirilməsi istiqamətində silsilə tədbirlər həyata keçirilməkdədir və bütün bunlar ölkənin ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi baxımından öz müsbət nəticəsini verir. Belə ki, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 23 yanvar 2007-ci il tarixli “Kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalına dövlət dəstəyi haqqında” Sərəncamı, 21 avqust 2008-ci ildə “Kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının toxum, gübrə və damazlıq heyvanlar ilə təmin edilməsinə əlavə dəstək verilməsi barədə” imzaladığı sərəncamı, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 25 avqust 2008-ci il tarixli sərəncamı ilə imzaladığı “2008-2015-ci ildə Azərbaycan Respublikasında əhalinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatına dair Dövlət Proqramı”, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 14 aprel 2009-cu il tarixli fərmanı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasının 2009-2013-cü ildə sosial-iqtisadi inkişafına dair Dövlət Proqramı” ölkənin ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi, eləcə də aqrar əmtəə istehsalının üzləşdikləri bir sıra problemlərin həllində əhəmiyyətli vasitə olmuşdur [2, s. 1-15].

Böyük səylər nəticəsində 1993-cü ilin ortalarından siyasi sabitliyə nail olunmuş, hakimiyyət böhranı aradan qaldırılmışdır. İkinci mərhələ 1995-1996-cı illəri əhatə etməklə əmtəə qıtlığının aradan qaldırılması üçün bazarın keyfiyyətsiz, çox zaman dempinq qiymətli əmtəələr ilə doldu-

rulması, əhalinin alıcılıq qabiliyyətinin aşağı düşməsi, ödənişlər sahəsində problemlərin olması nəticəsində maliyyə balanssızlığının yaranması ilə xarakterizə olunur. Məhz bu mərhələdə respublikamızda dövlət tənzimlənməsi tədbirlərinə diqqət yetirilməyə başlandı. Eyni zamanda bu dövrdə iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi gücləndirilmiş və birinci iki mərhələdə buraxılan səhvlərin aradan qaldırılması sahəsində əhəmiyyətli işlər görülmüşdür. 1996-cı ilin sonundan kiçik özəlləşdirmə prosesi həyata keçirilməyə başlamış və sahibkarlıq fəaliyyətinin himayə edilməsi və onun inkişaf etdirilməsi üçün dövlət proqramı hazırlanmış və təsdiq edilmişdir. İslahatların dərinləşməsi və mülkiyyət formalarının dəyişməsi iqtisadiyyatın idarəetmə strukturunda da dəyişikliklərin aparılması ilə nəticələnmişdir. Bir neçə nazirlik və idarələr ləğv edilərək yerində beynəlxalq standartlara cavab verən idarəetmə strukturları formalaşdırılmışdır. Nəhayət, 1999-2003-cü illəri əhatə edən dördüncü mərhələ dəyişən konyunktura uyğun olaraq sosial-iqtisadi inkişafın sürətlənməsi, milli, iqtisadi, ərzaq və enerji təhlükəsizliyinin təmin edilməsi, insan kapitalının və regionların inkişafına yönələn strategiyaların işlənib hazırlanması və reallaşdırılmasına başlanılması üçün imkanın yaranması dövrü kimi xarakterizə oluna bilər. Azərbaycanın dünya iqtisadiyyatına, regional əməkdaşlığa fəal qoşulması, perspektivdə milli iqtisadiyyatın sürətli dinamik və tarazlı inkişafını təmin etmək üçün zəruri maddi, maliyyə, kadr potensialının institutional, hüquqi bazasının yaradılması kimi xarakterizə etmək olar. Bu gün və görünür yaxın gələcəkdə də davam edəcək dördüncü mərhələ Azərbaycan tarixinə ölkəmizdə davamlı inkişafı təmin etmək üçün iqtisadi inkişafın sürətləndirilməsi, regionların sosial-iqtisadi inkişafı, yoxsulluğun aradan qaldırılması dövrü kimi daxil olacaqdır.

Bu mərhələlərin hər birinə diqqət yetirsək onlarda dövlət tənzimlənməsi strategiyasını müəyyən edən müxtəlif amil və şərtlərin olmasını görürük. Belə ki, keçid dövrü daha çox istehsal qıtlığı ilə şərtlənən keçid böhranının yaranması ilə müşahidə olunur ki, onun da əsas səbəbləri kimi müxtəlif iqtisadçılar tərəfindən subyektiv və obyektiv amillərin olması ilə izah edilir. Bir qrup iqtisadçılar subyektiv amillər kimi iqtisadi idarəetmədə olan səhvləri göstərirərsə, digərləri real sosial-iqtisadi vəziyyətə əsaslanaraq miras qalmış iqtisadi potensialın sıradan çıxması, əsas fondların mənəvi və fiziki köhnəlməsi, iqtisadi liberallaşmadan irəli gələn problemlər, ölkənin müharibə şəraitində olması ilə izah etməyə çalışırlar. Lakin, bu yanaşmadan fərqli daha bir yanaşma da mövsuddur ki, bu da istənilən halda bir sistemdən digərinə keçid zamanı, bizim halda isə inzibati-amirlikdən bazar sisteminə keçid zamanı keçid böhranının olmasının labüdlüyüdür. Yəni istənilən halda iqtisadi islahatların xarakterindən irəli gələrək keçid böhranı yaranır. Yeni iqtisadi münasibətlərə keçid və iqtisadi sistemin formalaşması bu proseslərin, ilk növbədə, iqtisadi qanunauyğunluqlara əsaslanaraq qanunla tənzimlənməsi və idarə edilməsini zəruri edir. Dövlətin bazar iqtisadiyyatı münasibətlərinin formalaşması və inkişafına sistemli proses kimi yanaşması, radikal iqtisadi islahatlar üçün hüquqi bazanın yaradılmasında obyektiv iqtisadi qanunlardan, qanunauyğunluqlardan istifadəsi ilə qəbul etdiyi qanunlar, fərmanlar, sərəncamlar, qərarlar, müxtəlif səpgili hüquqi-normativ aktlar, iqtisadi islahatların hüquqi bazasının yaradılmasında ən mühüm alət və vasitələr hesab edilir. Çünki onlar bazar iqtisadiyyatı subyektlərinin fəaliyyətini tənzimləyir. Bu alət və vasitələrlə dövlət iqtisadi inkişafın cari və perspektiv problemlərini, onların operativ idarə olunması və həllini təmin edir. İqtisadi subyektlərin fəaliyyətinin ümumi qaydaları, normaları, prinsipləri və onların reallaşma mexanizmləri müvafiq tənzimləmə qanunları ilə müəyyən edildiyindən iqtisadi islahatlar aparıldığı dövrdə bu alətlərin rolu müqayisədə dərəcədə artır. Dövlət qarşısında daim iqtisadi sistemi tənzimləyən və onun dəyişməsi ilə əlaqədar olan yeni qanun və qaydaların qəbul edilməsi məsuliyyəti durur. Bu qaydalara aşağıdakıları aid etmək olar:

1. İqtisadi proseslərin dövlət tənzimlənməsinin ümumi qaydalarının hüquqi əsaslarının yaradılması;

2. Xüsusi mülkiyyətin hüquqi müdafiəsi və rəqabət mühitinin formalaşmasına şərait yaradan hüquqi bazanın işlənib hazırlanması;

3. Dövlət bölməsinin fəaliyyətinin tənzimlənməsi qayda və prosedurlarına dair müvafiq qanunvericilik aktlarının qəbulu və s.

Mərkəzləşdirilmiş inzibati idarəetmədən hüquqi tənzimləməyə keçdiyimiz bir dövrdə artıq cəmiyyət və onun üzvləri inzibati idarəetmə sistemindəki kimi dövlət və dövlət məmurlarından asılı olmamalı, onların göstərişləri ilə deyil, yəni qanunla idarə edilməli və onların fəaliyyəti yalnız qanunla tənzimlənməlidir. Bu məqsədlə respublikamızda sosial-iqtisadi inkişafın tənzimlənməsi ilə bağlı kecidin ilkin mərhələsində Milli Məclis tərəfindən qəbul olunan qanunları şərti olaraq 5 qrupa bölmək olar. Birinci qrupa mülkiyyət münasibətlərini tənzimləyən qanunları, ikinci qrupa əhalinin sosial-müdafiəsinə təminat verən qanunları, üçüncü qrupa iqtisadiyyatın bazar prinsipləri əsasında idarə olunmasını tənzimləyən qanunları, dördüncü qrupa maliyyə, bank, vergi, kredit münasibətlərini tənzimləyən qanunları, beşinci qrupa xarici iqtisadi fəaliyyəti və daxili bazarın qorunmasını tənzimləyən qanunları aid etmək olar. Hal-hazırda qəbul edilən qanunlardakı mövcud boşluqların olması və bir sıra münasibətlərin tənzimlənməsinə aid heç bir qanuni normativ aktların olmaması da iqtisadiyyatın idarə edilməsində bəzi çətinliklərin yaranmasına gətirib çıxarır. Nəticədə bir sıra qanunların təkmilləşdirilməsi və yenidən qəbulu problemi yaranır. Məsələn, məşğulluq və qiymətli kağızlar haqqında, milli bank haqqında, bankların fəaliyyəti, büdcə sistemi haqqında və s. kimi qanunlar yenidən təkmilləşdirilmiş şəkildə qəbul olunmuş, antiinhisar məsələsi yenidən işlənib hazırlanır. Lakin, buna baxmayaraq, təzə qəbul edilmiş qanunların bəziləri yenə də əlavələrin və dəyişikliklərin edilməsi ilə üzləşmişdir. Digərlərində isə nəzərə alınmayan və ya nəzərdən qaçırılmış bir sıra problemlər var. Ölkədə dövlət daxili münasibətlərin inkişafı üçün normativ-hüquqi sistemin və ilk növbədə iqtisadi siyasət sahəsində dövlətin ümumi maraqlarının reallaşması naminə onun tərkibinə daxil olan bütün subyektlərin maraqlarının kompromisinə nail olmaq üçün iqtisadi və hüquqi qanunverici aktların qarşılıqlı əlaqələndirilməsi zəruri hesab edilir.

Qeyd etdiyimiz dəyişikliklər aşağıdakı amillərin yerinə yetirilməsi ilə sıx əlaqədardır:

1. Müasir hüquqi sistemin və onun təcrübədə reallaşmasının əsas həlqələri və institutları haqda vahid və sistemli təsəvvürə malik olma qanun layihələrində əsas şərtidir. Buna əvvəllər bir o qədər də diqqət yetirilməmişdir.

2. Qəbul edilmiş hüquqi aktların və bunların nəticələrinin səmərəliliyi müxtəlif idarələrin mövqelərinin koordinasiyaşdırılmasından və dövlət maraqlarının onları üstələməsindən asılıdır. Ona görə də, idarə səviyyəsində məmurların azadlığını, özbaşınalığını azaltmaq məqsədi ilə bir-başa təsirə malik olan hüquqi normalardan maksimum istifadə edilir.

3. İqtisadi dəyişikliklər hüquqi dəyişikliklərə nisbətən daha sürətlə baş verdiyindən hüquqi normaların müvəqqəti xarakter daşması iqtisadi mühitin qeyri-sabitliyinə gətirib çıxarır. Bu səbəbdən, iqtisadi siyasətin işlənilməsi zamanı iqtisadçılarla hüquqşünasların daha sıx koordinasiyası vacibdir. Yalnız bu zaman sosial-iqtisadi inkişafın daha səmərəli və əsas variantlarının yaradılması, modellərinin qurulması, mümkün stimullaşdırma və təsir vasitələri adekvat olaraq hüquqi normativ aktlarda öz əksini tapacaqdır.

Hal-hazırda qəbul edilən qanunlardakı mövcud boşluqların olması və bir sıra münasibətlərin tənzimlənməsinə aid heç bir qanuni normativ aktların olmaması da iqtisadiyyatın idarə edilməsində bəzi çətinliklərin yaranmasına gətirib çıxarır. Nəticədə bir sıra qanunların təkmilləşdirilməsi və yenidən qəbulu problemi yaranır. Məsələn, məşğulluq və qiymətli kağızlar haqqında, bankların fəaliyyəti, büdcə sistemi haqqında və s. kimi qanunlar yenidən təkmilləşdirilmiş şəkildə ikinci dəfə qəbul olunmuş, antiinhisar məsələsi yenidən işlənib hazırlanır. Lakin buna baxmayaraq təzə qəbul edilmiş qanunların bəziləri yenə də əlavələrin və dəyişikliklərin edilməsi ilə üzləşmişdir. Digərlərində isə nəzərə alınmayan və ya nəzərdən qaçırılmış bir sıra problemlər var. Fikrimizcə, iqtisadiyyatın tənzimlənməsində dövlət özünün iqtisadi funksiyalarını səmərəli yerinə yetirə bilməsi üçün onun fəaliyyətinin hüquqi əsasları cəmiyyətdə baş verən proseslərə adekvat olmalıdır.

Bu vəzifələrə aşağıdakılar aid edilə bilər:

- xüsusi kapitalın təkrar istehsalına sərfəli mühit yaratmaq; əmək, vergi, ticarət qanunlarının təkmilləşdirilməsinə dövlətin gücünü mərkəzləşdirmək, gömrük siyasətinin qloballaşma və inteqrasiya şəraitinə uyğun hüquqi əsasını hazırlamaq; pulun dəyanətliliyini və milli valyutanın dönrəlliliyini qanunvericiliklə tənzimləyərək təmin etmək; yeni xammal və infrastruktur obyektlərini yaratmaq və inkişaf etdirmək;

- antiböhran tədbirləri həyata keçirmək, məşğulluğun və qiymətlərin səviyyəsinə təsir göstərmək;

- iqtisadi proseslərin dövlət tənzimlənməsində vergi, pul-kredit, büdcə vasitələrinin təsirini aşkara çıxararaq dəyərləndirmək üçün eksperimentlər aparmaq və müvafiq olaraq onların hüquqi əsaslarını təkmilləşdirmək;

- sahə, regional üzrə orta müddətli proqramlar işləyib hazırlamaq və həyata keçirmək. Professor M.C.Hüseynovun qeyd etdiyi kimi, "Dövlət tənzimləmə vasitələrinin vəhdəti və qarşılıqlı əvəz oluna bilmə prosesini tədqiq, onların səmərəliliyini müəyyən etməyə, ortamüddətli proqramlarla, uzunmüddətli dövlət proqramlarını uzlaşdırmağa, onların inkişaf meyillərinin, prioritetlərinin seçilməsi və inteqrasiya çərçivəsində ümumdövlət proqramlarını dövlətlərarası proqramlarla uyğunlaşdırmağa imkan verir. Avropa Birliyi çərçivəsində milli iqtisadi-sosial proqramların hazırlanması prosesinə mümkün qədər qovuşmaq üçün səylər göstərmək vacibdir" [s. 196-210].

Qeyd olunanları nəzərə alaraq belə bir qənaətə gəlmək olar ki, keçid dövrü uzunmüddətli mürəkkəb proses olmaqla hər bir mərhələdə dövlət tənzimlənməsi strategiyası iqtisadi sistemin xarakterindən irəli gələn amil və səbəblər nəzərə alınmaqla dövlət tərəfindən nəzərdə tutulan məqsədləri reallaşdırmaq üçün həyata keçirilən konsepsiya, siyasət və modellərin qurulmasını, nəhayət, islahatların gedişində cəmiyyətin maraqları çərçivəsində həyat səviyyəsinin yüksəldilməsinə imkan verən mexanizm və üsulların təkmilləşdirilməsini vacib edir.

Kənd təsərrüfatında mövcud problemlərin təxirə salınmadan və köklü surətdə həll edilməsi zəruriliyi bu sahədə dövlət tənzimləmələrinin daha da intensivləşdirilməsini və əhatə dairəsini tələb edir. Təsədüfi deyildir ki, həmin məsələlər Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin iqtisadi siyasətinin prioritet istiqamətlərindəndir. Çünki, ölkəmizin dünya birliyinə inteqrasiyası neft müqavilələrinin reallaşması və Bakı-Tbilisi-Ceyhan neft kəmərinin işə düşməsi ilə özünün keyfiyyətə yeni mərhələsinə qədəm qoymuşdur. Avropa Birliyi ölkəmizi yeni qonşuluq strategiyasına daxil etmişdir. GUAM ölkələri ilə inteqrasiya prosesində keyfiyyət dəyişiklikləri özünü daha qabarıq şəkildə göstərməyə başlamışdır. Bakı-Tbilisi-Ərzurum qaz kəməri və Bakı-Tbilisi-Qars dəmiryolu ölkəmizin Qərbi ölkələri ilə inteqrasiyasında mühüm rol oynayacaqdır. Bütün bunlar iqtisadiyyatda, o cümlədən, aqrar sahədə də böyük uğurlara yol açacaqdır.

Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabinetinin 18 noyabr 2003-cü ildə keçirilmiş iclasında Prezident İlham Əliyev demişdir: "Kənd təsərrüfatında islahatların ikinci mərhələsi başlamalıdır... Bizim məqsədimiz budur ki, Azərbaycanda yerli istehsal inkişaf etsin, idxal azalsın və Azərbaycan öz daxili bazarını ölkəmizdə istehsal olunan məhsullarla təmin etsin". 17 noyabr 2006-cı ildə dövlət başçısı İlham Əliyev həmin müddəanı daha da inkişaf etdirmişdir: "İndi iqtisadi sahədə Azərbaycanın qarşısında bir neçə önəmli məsələ durur. Onlardan biri qeyri-neft sektorunun, kənd təsərrüfatının, infrastrukturun inkişafı və nəqliyyat infrastrukturunun inkişafıdır. Mən həmişə deyirəm, əgər hər bir kəndin problemi həll edilərsə, deməli, ölkədə bütün problemlər həll olunar" [2, s. 3-8].

Məlum olduğu kimi, bazar iqtisadiyyatı şəraitində dövlət sahibkar kimi bilavasitə təsərrüfat fəaliyyəti ilə məşğul olmur. Ona görə də kənd təsərrüfatı sahəsində dövlət tənzimləmələri, kənd yerlərinin inkişaf etdirilməsinə yönəldilən məqsədyönlü proqramlar xüsusi yer tutur. Bu tədbirlərə kənddə istehsal və sosial infrastrukturun inkişafına yönəldilmiş tədbirlər, kənd yerlərində qeyri-kənd təsərrüfatı sferasında məşğulluğun artırılması, gəlirləri müəyyən həddən aşağı olan fermerlərə birbaşa ödəmələr və s. daxildir.

Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 18 noyabr 2003-cü il tarixli iclasında ölkə rəhbəri İlham Əliyev demişdir: “Azərbaycanın hərtərəfli inkişafına nail olmaq üçün regional proqramlar həyata keçirilməlidir. Sizə bildirməliyəm ki, Azərbaycanın iqtisadi potensialının üçdə iki hissəsi Bakıda və Abşeron yarımadasında formalaşmışdır. Bu onu göstərir ki, regionlarda iqtisadi inkişaf ləng gedir. Əlbəttə, bunun da obyektiv səbəbləri vardır. Amma bu istiqamətdə dönüş yaratmaq üçün regional proqrama böyük diqqət göstərilməlidir” [2, s. 1-3]. Həqiqətən, iqtisadiyyatın ikinci mühüm sahəsi olan aqrar bölmənin inkişafı ilə bağlı problemlərin həlli kompleks yanaşma tələb edir. Bu baxımdan “Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı” müstəsna əhəmiyyət kəsb edir. Həmin proqramın təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 11 fevral 2004-cü il tarixli fərmanına görə, hökumət orqanları qarşdakı illər ərzində yerlərdə kənd təsərrüfatının, qeyri-neft sənayesi sahələrinin, o cümlədən, emal müəssisələrinin yaradılmasını, xidmət və digər infrastruktur obyektlərinin, turizmin inkişafını və bütün bunların sonunda yeni iş yerlərinin açılmasını təmin etməli idi. Sənədin əsas məqsədi kənd təsərrüfatı istehsalı təşkil edən regionlarda sahibkarlığın inkişafını sürətləndirmək və oradakı əmək ehtiyatlarından optimal dərəcədə səmərəli istifadə etməklə dinamik iqtisadi inkişafa, məhsuldarlığın yüksəldilməsinə, məşğulluğun artırılmasına nail olmaqdan ibarət idi.

2008-ci ilin dövlət büdcəsi layihəsində hökumət regionlarda yolların çəkilməsi, enerji və qaz təchizatının yaxşılaşdırılması, xəstəxana və məktəblərin tikilməsi və yenidən qurulması üçün dövlət investisiyalarının kəskin surətdə artırılmasını nəzərdə tutmuşdur. Çünki kənd yerlərində infrastrukturun ciddi şəkildə yaxşılaşdırılması orada əlverişli investisiya mühitinin vacib şərtidir.

Regionların sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramının ikinci ilinə həsr edilmiş konfransda Prezident İlham Əliyev göstərmişdir: “Bütün bu iki il ərzində görülmüş işlər onu göstərir ki, istiqamət düzgün seçilmişdir, prioritetlər düzgün müəyyən edilmişdir və proqramın icrasında da müsbət meyillər kifayət qədərdir. Amma problemlər də var, çatışmayan cəhətlər var və biz bunları vaxtılıq vaxtında araşdırmalıyıq, tədbirlər görməliyik ki, bu proqramda 2008-ci ilə qədər nəzərdə tutulmuş bütün tədbirlər həyata keçirilsin” [2, s. 1-3].

Elə həmin konfransda Prezident xüsusi vurğulamışdır ki, aqrar sektora daha böyük diqqət göstərilməlidir. Çünki, Azərbaycanın dünya birliyi ilə inteqrasiyasının sürətlənməsi, kənd təsərrüfatında bazar iqtisadiyyatı prinsiplərinin ardıcıl olaraq tətbiqi, aqrar bölmədə yeni mühitin yaranması və inkişafı kənd əhalisi üçün yeni problemlər və çətinliklər meydana çıxarmışdır. Bu, hər şeydən əvvəl kənd istehsalçılarının maddi-texniki və maliyyə ehtiyatları ilə təminatı məsələsində özünü daha qabarıq şəkildə göstərir.

Son illərdə Azərbaycanda sosial-iqtisadi inkişafın dünyada analoqu olmayan bir şəkildə sürətlənməsi, işgüzar fəallığın artması, qeyri-neft sektorunun, infrastruktur sahələrinin, regionların sosial-iqtisadi inkişafının sürətləndirilməsi respublika əhalisinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatı və kənd təsərrüfatının inkişaf etdirilməsi sahəsində daha genişmiqyaslı və təsirli tədbirlər sisteminin həyata keçirilməsi üçün imkanları genişləndirmişdir.

Nəticə və təkliflər

- Əhalinin kənd təsərrüfatı məhsullarına tələbatını yüksəltmək məqsədi ilə aqrar sahədə sahibkarlıq fəaliyyəti üçün əlverişli şəraiti təmin etmək. Onlara dövlət dəstəyi və yardımlarını gücləndirmək.

- Aqrar bazarın kompleks dövlət tənzimlənməsi, o cümlədən, onun fəaliyyət mexanizmini tənzimləyən normativ aktların, normaların təkmilləşdirilməsi və satış bazarına nəzarətin gücləndirilməsi.

- Aqrar təsərrüfat istehsalında qısa, orta və uzunmüddətli güzəştli kreditlərin verilməsi, bu sahədə dövlətin aqrar siyasətinin uğurla həyata keçirilməsi.

- Azərbaycanın dünya iqtisadiyyatına, regional fəal qoşulmasını təmin etmək.

Ədəbiyyat

1. Hüseynov M.C. Aqrar bölmənin dayanıqlı inkişaf problemləri. Bakı, 2006. səh. 310.
2. "2008-2015-ci ildə Azərbaycan Respublikasında əhalinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatına dair Dövlət Proqramı". "İqtisadiyyat" qəzeti 28 avqust - 3 sentyabr 2008.
3. Salahov S.V. Aqrar sahənin dövlət tənzimlənməsinin problemləri. Bakı, "Nurlar", 2004. 504 səh.

N.İ.Намазов

Роль регулирования государственной помощи в повышении экономической устойчивости аграрной сферы

Резюме

В статье нашло свое отражение проблема регулирования государственной помощи повышению сельского хозяйства, составляющего основу аграрной экономики нашей республики, развивающейся в соответствии с рыночной экономикой.

Этот процесс связан с рядом факторов. Так, за последние годы динамическое развитие азербайджанской экономики, ее финансовые возможности, в том числе аграрная политика, координация государственного регулирования сельского хозяйства с рыночным механизмом и другие вопросы находят свое отражение.

В статье рассматривается необходимость неотложного и коренного решения проблем, стоящих перед сельским хозяйством, приоритетные направления экономической политики Президента Ильхама Алиева в данной сфере.

Ключевые слова: рыночная экономика, предпринимательская деятельность, агропромышленный комплекс, экономическая устойчивость, агросервис, государственное регулирование экономики.

N.İ.Namazov

Role of regulation of state support in growth of economic stability of agrarian sector

Summary

The problems of regulation of state support in growth of agriculture which is a base of agrarian economy in our republic developing based market economy are reflected in the article.

These processes are associated with a number of factors. Thus, there were reflected dynamic development of Azerbaijan economy recently, Financial opportunities, including agrarian policy, state regulation of agriculture. Closer connection of market mechanism and etc.

Necessity of solution of problems facing agriculture without delay and radically, priority directions of the economic policy of President of Azerbaijan Republic Ilham Aliyev were discussed in the article.

Key words: market economy, entrepreneurship activity, agrarian industrial complex, economic sustainability, agro service, state regulation of economy.

UOT 338.43

Azər İslam oğlu QARAYEV
Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin dissertantı

AZƏRBAYCANDA AQRAR SƏNAYE KOMPLEKSİ SİSTEMİNDƏ MALİYYƏ MÜNASİBƏTLƏRİNİN TƏNZİMLƏNMƏSİNİN İQTİSADI-HÜQUQİ ƏSASLARI

Xülasə

Məqalədə Azərbaycanda ASK sisteminin inkişafının iqtisadi-hüquqi əsasları və bazası müasir tələblər baxımından geniş araşdırılmışdır. Bu məqsədlə kompleks amillər və faktiki materiallar əsasında ölkənin ASK sistemində maliyyə mexanizminin vəziyyəti, onun iqtisadi-hüquqi əsasları, mövcud maliyyə tənzimləməsinin müsbət və mənfi tərəflərinin təsiri mexanizmi geniş təhlil edilmiş və müasir tələblər və Azərbaycanın reallığı baxımından xalq təsərrüfatının bu strateji sahəsi üzrə kompleks təkliflər və tövsiyələr verilmişdir.

Açar sözlər: *Aqrar-sənaye kompleksi, maliyyə tənzimləməsi, mülkiyyət və bölgü münasibətləri, kredit münasibətləri və subsidiyalar, regionların sosial-iqtisadi inkişafına dair Dövlət Proqramları, azad iqtisadi zonalar (AİZ), iqtisadi və regional proporsionallıq.*

Hər bir iqtisadi siyasətdə ən vacib istiqamətlərdən biri iqtisadi münasibətlərin düzgün qurulması, məhsuldar qüvvələrin inkişafına təkan verən iqtisadi mexanizmin yaradılması və bu əsasda iqtisadiyyatın dinamik və proporsional inkişafının təmin edilməsidir. Bu işin təşkili və idarəedilməsində, təbii ki, maliyyə münasibətləri, onun düzgün qurulması və dövlət tənzimlənməsi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir və daim iqtisadi siyasətdə diqqət mərkəzində olmalıdır. Təcrübə göstərir ki, iqtisadi-sosial inkişafın kökündə, onun müasir tələblərə uyğun təşkil edilməsi və istehsalın stimullaşdırıcı xarakterinin gücləndirilməsi məhz birinci növbədə maliyyə münasibətlərindən aslıdır, onun müasir tələblərə cavab verməsidir. Maliyyə münasibətləri, məlum olduğu kimi, iqtisadi mənafelelərin kompleks vəhdət nöqtəsi olmaqla dövlətlə cəmiyyət üzvləri, sahibkarlıq baxımından istehsal və qeyri-istehsal subyektləri arasında formalaşan iqtisadi münasibətləri və mənafeleləri ifadə edir və onun mahiyyəti-məzmunu daim təkmilləşməli və dövrün tələbinə uyğun qurulmalıdır. Bunun kökündə, təbii ki, birinci növbədə mülkiyyət və bölgü münasibətləri dayanır və bu istiqamətdə baş verən dəyişikliklər və tələblər bunu zəruri edir. Yəni, bütövlükdə istehsal və sosial sferadakı dinamik inkişaf zərurəti, bu inkişafda optimal proporsionallığın təmin edilməsi və iqtisadi mənafelelərin cəmiyyət miqyasında düzgün əlaqələndirilməsi iqtisadi münasibətlərin çox vacib tərkib hissəsi olan maliyyə münasibətlərinin daim təkmilləşdirilməsini tələb edir. Bu obyektiv bir zərurət olmaqla hər bir ölkədə məhsuldar qüvvələrin inkişafının ifadəsidir. Təkmilləşmə, fikrimizcə, 3 istiqamətdə - dövrün tələbinə uyğun qabaqcıl təcrübədən istifadə, regional və sahəvi xüsusiyyətlərin nəzərə alınması və istehsalın xarakter və məzmununa uyğun iqtisadi mənafelelərin optimal uzlaşdırılması istiqamətlərində aparılmalıdır. Təcrübə göstərir ki, bu istiqamətlərdən birinin tələbləri və inkişaf elementləri nəzərə alınmadıqda formalaşan iqtisadi mexanizm, o cümlədən, maliyyə mexanizmi reallığa uyğun gəlmir və lazımi effekt vermir. Deyilən tələblər baxımından ölkəmizin ASK sistemində maliyyə münasibətlərinin təkmilləşdirilməsi və onun tənzimləyici xarakterinin gücləndirilməsi, yuxarıda deyildiyi kimi, xüsusi aktualıq təşkil edir. Bu həm də onunla əlaqədardır ki, ASK mezo-iqtisadiyyatın bir forması olmaqla çox mürəkkəb, spesifik xüsusiyyətlərə malik istehsal sahələrinin birliyi və vəhdətidir. Ona görə də bu sahədə maliyyə mexanizminin düzgün qurulması, onun yuxarıda deyilən tələbləri özündə əks etdirməsi son dərəcə vacib olmaqla böyük xalq təsərrüfatı əhəmiyyətli bir məsələdir. Yaddan çıxarmaq lazım deyil ki, burada söhbət hər şeydən əvvəl əhalinin ərzaq təminatından, ölkənin ərzaq təhlükəsizliyindən

gedir. Ölkənin ərzaq təhlükəsizliyi isə, məlum olduğu kimi, hər bir ölkənin iqtisadi siyasətinin başlıca xəttidir. Bu xətt bütün dövrlərdə aparıcı istiqamət olmuş və olaraq qalır. Məhz bütün bunlar bu problemin tədqiqini və elmi-praktik təkliflər hazırlanmasını bir daha aktuallaşdırır. Bu sahədə maliyyə mexanizmini təkmilləşdirməyin spesifik cəhətləri və mürəkkəbliyinin biri də ondan ibarətdir ki, burada söhbət sahələrdaxili və sahələrarası iqtisadi əlaqələrin və iqtisadi mənafeələrin müasir təsərrüfatçılıq baxımından optimallaşdırılmasından, onların kompleks şəkildə tənzimlənməsi və təkmilləşdirilməsindən gedir. Yəni, maliyyə münasibətləri elə təkmilləşdirilməli və ASK sistemi daxilində iqtisadi-sosial inkişafı, onun bütün elementlərini elə tənzimləməlidir ki, istər sahələrdaxili, istər sahələrarası və ən başlıcası, dövlətlə sahibkar subyektlərarası iqtisadi münasibətlər və mənafeələr düzgün nəzərə alınsın və nəticədə bütövlükdə məhsuldar qüvvələrin inkişafına təkan verməklə iqtisadi inkişafı sürətləndirsin və onun iqtisadi səmərəliliyini yüksəlsin. Bu, bütövlükdə ölkədə iqtisadi münasibətlərin, o cümlədən, maliyyə münasibətlərini təkmilləşdirməyin başlıca istiqaməti olmalı və ölkənin ASK sisteminə maliyyə münasibətlərini təkmilləşdirməyin əsasını təşkil etməlidir.

Təbii ki, bütün bunlar bütövlükdə ölkə iqtisadiyyatında, o cümlədən, tədqiq olunan ASK sisteminə maliyyə münasibətlərinin hüquqi tənzimlənməsini tələb edir və bu istiqamətdə hüquqi-normativ aktların qəbul edilməsinə zərurət yaradır. Çünki, hər bir iqtisadi tədbirin hüquqi əsası olmalı və onun icrası hüquqi-normativ aktlara əsaslanmalıdır. Yalnız bu şəraitdə iqtisadi tədbirlər reallaşa bilər və iqtisadi səmərə verir. Bütün bunları nəzərə alaraq ölkəmizdə sosial-iqtisadi inkişafa dair çoxlu sayda hüquqi-normativ aktlar, dövlət proqramları, qanun və qərarlar qəbul edilmiş və edilməkdədir. Məsələn, iqtisadi inkişafın digər sahələrində olduğu kimi, tədqiqat obyektini ASK sistemi, o cümlədən, onun özəyi olan kənd təsərrüfatının inkişafı, onun müasir tələblərə uyğun təşkili və fəaliyyət göstərməsi üçün çoxsaylı hüquqi-normativ aktlar, proqramlar, qanun və qərarlar qəbul edilmiş və öz müsbət nəticələrini vermiş və verməkdədir. "Aqrar islahatların əsasları haqqında" Qanun (1995), "Torpaq islahatı haqqında" Qanun (1996), "Aqrar islahatların həyata keçirilməsini təmin edən bəzi hüquqi-normativ aktların təsdiq edilməsi barədə" (1997-ci il), "Azərbaycan Respublikasının ərzaq təhlükəsizliyi proqramı" (2001-ci il), "Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına dair Dövlət Proqramı" (2002-ci il), "Torpaq icarəsi haqqında" və "Azərbaycan Respublikası torpaq məcəlləsi" (1999-cü il) qanunları, "Aqrroluq" ASC-nin yaradılması (2004-cü il), "Azərbaycan Respublikasında sosial-iqtisadi inkişafın sürətləndirilməsi tədbirləri haqqında" Sərəncam (2003-cü il), "Regionların sosial-iqtisadi inkişafına dair Dövlət Proqramları" (2004-2008 və 2009-2013-cü illər), "2008-2015-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında əhalinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatına dair Dövlət Proqramı" və s. bu kimi onlarca-yüzlərcə qəbul edilmiş qanun və qərarlar, dövlət proqramları, hüquqi-normativ aktlar məhz bu qəbildəndir. Göründüyü kimi, ölkəmizdə sosial-iqtisadi inkişafın ümumi, onun ayrı-ayrı sahələrinin, o cümlədən aqrar sahənin inkişafına dair çoxsaylı hüquqi-normativ aktlar, qanun və qərarlar, Dövlət Proqramları və digər hüquqi sənədlər qəbul edilmiş və bu proses davam edir. Adları qeyd olunan və olunmayan yüzlərlə qəbul edilmiş qanun və qərarlarda, Dövlət Proqramları və digər hüquqi-normativ sənədlərdə iqtisadi-sosial inkişafın perspektiv istiqamətləri, onların həyata keçirilməsinin hüquqi əsasları verilmiş və bu sahədə dövlət dəstəyinin istiqamətləri müəyyənləşdirilmişdir. Hələ müstəqilliyimizin ilk illərində Ümummilli lider Heydər Əliyev ölkəmizin aqrar bölməsində iqtisadi inkişafımızın yeni məzmun və tələblərinə uyğun iqtisadi islahatlar aparılmasının vacibliyini qeyd edərək deyirdi: - "Aqrar bölmədə iqtisadi islahatlar aparmaq, mülkiyyət formasını dəyişmək, torpaq islahatı keçirmək, sərbəst iqtisadiyyata geniş yol açmaq respublikamızın həyatında çox mühüm, eyni zamanda son dərəcə əhəmiyyətli, məsuliyyətli və tələpəli məsələdir" (1994-cü il 23 dekabrda Respublika müşavirəsindəki nitqindən). Aqrar bölməyə dövlət dəstəyi və bu bölmə üzrə maliyyə münasibətlərinin təkmilləşdirilməsi və tənzimlənməsi istiqamətlərinin müəyyənləşdirilməsi, istehsalçıların stimullaşdırılması və onlara kömək baxımından

2007-ci il 23 yanvar tarixində ölkə Prezidentinin “Kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçılarında dövlət dəstəyi haqqında” sərəncamını xüsusilə qeyd etmək lazımdır. Bu sərəncamda kənd məhsulları istehsalçılarında kömək məqsədilə yanacaq, sürtgü yağları, mineral gübrələrə olan xərclərin 50%-nin dövlət tərəfindən ödənilməsi, buğda istehsalçılarının maddi marağının artırılması və buğda istehsalının stimullaşdırılması məqsədilə dövlət büdcəsi vəsaiti hesabına hər hektara 40 manat yardım edilməsi, yüksək reproduksiya toxum materiallarının satışına görə hər kiloqrama 40% əlavə vəsaitin ayrılması nəzərdə tutulmuşdur ki, bu da real həyatda öz müsbət təsirini göstərmiş və göstərməkdədir. Təkcə bir ildə - 2007-ci ildə - ölkədə aqrar sahənin inkişafına kömək məqsədilə dövlət büdcəsindən 80 milyon manat dotasiya ayrılmışdır. Təbii ki, son illərdə bu istiqamətdə dövlət yardımlarının həcmi əsaslı surətdə artmış və müsbət nəticələr verir. Sahibkarlara verilən subsidiyalar və güzəştli kreditlərin həcmi də getdikcə artırılır və bu da ölkə iqtisadiyyatının güclənməsinə öz müsbət təsirini göstərməkdədir. Bu baxımdan xüsusi olaraq yaradılmış “Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu”nun fəaliyyəti böyük əhəmiyyət kəsb edir və bu xətlə sahibkarlara edilən dövlət güzəştlərinin həcmi ilbəil artırılır. Təkcə onu qeyd etmək kifayətdir ki, son 5 ildə bu xətlə sahibkarlara 561 milyon manat dövlət dəstəyi göstərilmişdir.

Ümumiyyətlə, bu fondun Azərbaycan iqtisadiyyatında rolu və mərhələlər üzrə ölkədə aparılan iqtisadi siyasətlə düzgün uzlaşdırılması və sahibkarlığa dövlət dəstəyinin daha da gücləndirilməsi məqsədilə Azərbaycan Prezidentinin müvafiq fərmanları ilə konkret və tələbatdan asılı olaraq son illərdə müntəzəm surətdə onun statusu və vəsaitlərindən səmərəli istifadə edilməsi qaydaları təkmilləşdirilib, güzəştli kredit vəsaitlərinin daha məqsəduyğun yerləşdirilməsinə və sahibkarlıq subyektlərinin bu kreditlərdən daha səmərəli istifadə etməsinə əlverişli şərait yaradılıb və bu proses davam edir. Hazırda bu fondun fəaliyyəti “Azərbaycan Respublikasının Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu haqqında” Əsasnamə və “Azərbaycan Respublikasının Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu vəsaitlərindən istifadə qaydaları”na müvafiq həyata keçirilir (2009-cu il 7 oktyabr).

Aqrar sahibkarlığa dövlət dəstəyi və bu sahədə maliyyə münasibətlərinin tənzimlənməsi və inkişafında mühüm rol oynayan qurumlardan biri də, yuxarıda qeyd edildiyi kimi, “Aqrolizinq” Açıq Səhmdar Cəmiyyətidir ki, bu xətlə sahibkarlara güzəştli şərtlərlə aqrotexniki köməklik edilir və onların elmi-texniki yeniliklərə olan tələbi ödənilir. O da məlumdur ki, bu xətlə də sahibkarlara dövlət dəstəyi gücləndirilir və icarə şərtləri getdikcə sadələşdirilir və müasirləşdirilir ki, bu da istehsal sahəsində səmərəli inkişafın tənzimlənməsinin hüququ əsasını təşkil edən istiqamətlərdən biridir. Təcrübə göstərir ki, aqrolizinq xidmətləri sahəsində tərəflər arasında mənafehlərin hüquqi tənzimlənməsi və onun reallıqlara əsaslanması iqtisadi-sosial inkişafın əsas atributlarından biridir və ona əməl olunmalıdır. Aqrolizinqin yaradılması və əhəmiyyəti haqqında ölkə Prezidenti İlham Əliyevin çıxışında deyilir: - “Aqrolizinq”in yaradılması, deyə bilərəm ki, kənd təsərrüfatının inkişafında ciddi dönüş etdi. Ondan sonra əlavə tədbirlərin görülməsi, nəticəsində, subsidiyaların verilməsi nəticəsində biz əkin sahələrini böyük dərəcədə genişləndirə bilmişik. Gübrənin alınması, yanacağın, toxumların alınması – bütün bunlar Azərbaycan dövləti tərəfindən həll olunan məsələlərdir”.

İqtisadiyyatın iqtisadi-hüquqi tənzimlənməsinin əsas istiqamətlərindən biri, təbii ki, ölkədə mövcud olan vergi münasibətləri və sahələr üzrə formalaşan və tətbiq olunan vergi mexanizmidir: bu məsələnin son dərəcə vacibliyini nəzərə alaraq hələ müstəqilliyimizin ilk illərində, xüsusilə 90-cı illərin ortalarında vergi münasibətlərinin tənzimlənməsi sahəsində təkmil qanunvericilik bazasının yaradılması məqsədilə yeni vergi məcəlləsinin hazırlanmasına başlanıldı və yeni tələblərə və iqtisadi mühitə uyğun vergi məcəlləsi hazırlandı. Bu sahədə atılan növbəti addım 1 yanvar 2003-cü ildən qüvvəyə minən “Azərbaycan Respublikasının vergi məcəlləsinə əlavələr və dəyişikliklər edilməsi haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu oldu və bu proses son dövrlərdə də davam etdirilmiş və etdirilməkdədir. Vergi mexanizmi, tələb olunan vergi tarifləri və aktları, təbii ki, bilavasitə iqtisadi-sosial inkişafa təsir göstərir, onun gələcək inkişafını istiqamətləndirir

və tənzimləyir. Çünki, vergi mexanizmi xarakter və məzmunundan asılı olaraq iqtisadi inkişafı sürətləndirə də bilər, ləngidə də. Yəni, vergi mexanizmi stimullaşdırıcı xarakterə malik və reallığa əsaslanırsa, təbii ki, bu, inkişafı sürətləndirəcək və ona müsbət təsir göstərəcək. Deməli, vergi mexanizmi iqtisadi-sosial inkişafın əsas tənzimləyici atributlarından biridir və onun tənzimləyici xarakteri getdikcə daha da artmaqdadır. Məhz bu baxımdan iqtisadi-sosial inkişafın digər amilləri sahəsində olduğu kimi, vergi mexanizmi sahəsində də daim təkmilləşmələr və reallığa uyğun dəyişmələr olmalıdır. Bunu son dövrlərdə vergi mexanizmindəki dəyişikliklər, onun stimullaşdırıcı xarakterinin gücləndirilməsi və tədricən beynəlxalq standartlara yaxınlaşdırılması da göstərir. Vergi mexanizminin təkmilləşdirilməsi, onun müasir tələblərə və reallığa uyğun qurulması ölkədə sosial-iqtisadi inkişafın düzgün tənzimlənməsi və hüquqi əsaslarının daha da gücləndirilməsi deməkdir. Bu baxımdan son dövrlərdə ölkəmizdə vergi mexanizminin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı çoxlu sayda hüquqi-normativ aktlar qəbul edilmişdir ki, bunu müsbət hal kimi qiymətləndirmək olar. Məsələn, son dövrdə ölkəmizdə vergi növlərinin azaldılması, onların tarif dərəcələrinin aşağı salınması və güzəştli olması, aqrar sektorda yalnız bir vergi növünün (torpaq vergisi) tətbiqini iqtisadi-hüquqi tənzimləmənin əsas amillərindən biri kimi qəbul etmək olar və bu proses, təbii ki, konkret şəraitdən asılı olaraq getdikcə daha da təkmilləşməlidir.

Ölkəmizdə iqtisadiyyatın, o cümlədən, maliyyə münasibətlərini tənzimləməyin iqtisadi-hüquqi əsaslarının əsas istiqamətlərindən biri də prosesə regional baxış və regionlararası proporsionallığın və iqtisadi inkişaf nisbətlərinin gözlənilməsidir. Bu çox vacib iqtisadi-sosial problem olmaqla hər bir ölkənin iqtisadi siyasətində ən vacib məqamlardan biridir. Bu məqsədlə ölkəmizdə, yuxarıda qeyd edildiyi kimi, xüsusi olaraq 2 böyük Dövlət Proqramı - Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramları qəbul edilmiş və Proqramlarda regionların perspektiv inkişaf istiqamətləri və onun iqtisadi-hüquqi əsasları verilmişdir. Yəni, iqtisadi-sosial siyasətin əsas istiqamətlərindən biri olan regional inkişafın dövlət tərəfindən tənzimlənməsi, inkişafda proporsionallığın təmin edilməsi və regionlar arasında kəskin inkişaf fərqlərinin aradan qaldırılması və hər bir regionun istehsal istiqaməti və təbii iqtisadi-sosial resurslarına uyğun gələcək inkişaf perspektivlərinin iqtisadi-hüquqi əsasları bu proqramlarda öz əksini tapmışdır. Proqramlarda qarşıya qoyulan məqsəd və vəzifələrin həllinin üç səviyyədə-makroiqtisadi sabitliyin və davamlı inkişafın təmin edilməsi; iqtisadi rayonların sosial-iqtisadi inkişafının sürətləndirilməsi və inkişaf səviyyəsində kəskin fərqlərin aradan götürülməsi və proporsionallığın təmin edilməsi; hər rayonun spesifik xüsusiyyətlərinə, yerli təbii-iqtisadi-sosial resurslarına uyğun konkret inkişaf istiqamətlərinin müəyyənləşdirilməsi və həyata keçirilməsinin iqtisadi-hüquqi əsasları verilmiş və həlli yolları göstərilmişdir. Göründüyü kimi, qəbul edilmiş bu Proqramlar ölkəmizin iqtisadi-sosial inkişafında böyük əhəmiyyəti olan və tənzimləyici xarakterə malik çox vacib bir dövlət sənədidir. Burada ölkəmizdə regionların sosial-iqtisadi inkişafının həm iqtisadi, həm hüquqi əsasları öz əksini tapmış və bir vəhdət formasında verilmişdir. Təbii ki, bu da öz nəticəsini vermiş və verməkdədir.

ASK sistemində iqtisadiyyatın dövlət tənzimləməsinin və inkişafda proporsionallığın və dinamik inkişafın strateji hədəflərindən biri ərzaq təhlükəsizliyi və ölkə əhalisinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatı və bu sahədə qəbul edilmiş “2008-2015-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında əhalinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatına dair Dövlət Proqramı” tələblərinin yerinə yetirilməsidir. Qəbul edilmiş bu Proqramda və bu xarakterli digər dövlət sənədlərində ölkədə ərzaq probleminin tezliklə həllinin labüdlüyü və bu problemin həlli istiqamətləri bunu həyata keçirməyin yolları və iqtisadi-hüquqi əsasları göstərilmişdir. Ölkədə ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsinin son dərəcə vacib və strateji bir məsələ olduğunu qeyd edərək ölkə Prezidenti İlham Əliyev cənabları 2008-ci il Nazirlər Kabinetindəki yekun nitqində göstərmişdir: - “Xüsusilə indiki şəraitdə biz ərzaq təhlükəsizliyi məsələlərinə də böyük diqqət göstərməliyik. Bu məsələ dünyada çox ciddi dirləşir. Biz bunu görürük və bütün hazırlıq işlərini görməliyik”.

Qəbul edilmiş bu dövlət proqramı çərçivəsində aşağıdakı vəzifələrin yerinə yetirilməsi və bu

prosesin optimal tənzimlənməsi və iqtisadi-hüquqi əsaslandırılması nəzərdə tutulmuşdur:

- əvvəla müasir intensiv təsərrüfatçılıq və yüksək texniki-texnoloji təməl əsasında ərzaq məhsulları istehsalını artırmaq və ölkədə güclü ərzaq fondu yaratmaq;
- əhalini təhlükəsiz və yüksək keyfiyyətli ərzaq məhsulları ilə təmin etmək və bu sahədə ölkəni xarici asılılıqdan azad etmək;
- ərzaq təminatı sahəsində optimal proporsionallığın və risklərin idarə olunmasını təmin etmək;
- ərzaq təminatı sisteminin institusional inkişafını həyata keçirmək və ölkədə sahibkarlıq mühitini yaxşılaşdırmaq;
- ölkə ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi və sivil ərzaq təminatının təşkil edilməsi üçün müasir infrastruktur yaratmaq;
- nəhayət, bütün bu məsələlərin lazımi səviyyədə həlli üçün dövlətin güclü maliyyə dəstəyini təmin etmək və bu istiqamətdə optimal dövlət tənzimlənməsini həyata keçirmək.

Bütün bunlar, fikrimizcə, ölkədə ərzaq təhlükəsizliyinin təminatı və əhalinin etibarlı və yüksək keyfiyyətli ərzaq məhsulları ilə təminatının başlıca şərtləri olmaqla problemin həllinin proqram təminatının əsasını təşkil edir. Bütün bunları nəzərə alaraq Proqramda istər makro, istər mikro səviyyədə, istərsə də ərzaq məhsulları istehsalı və təminatı üzrə konkret iş planları verilmiş və müasir tələblər baxımından, iqtisadi-hüquqi cəhətdən əsaslandırılmışdır. Təbii ki, Proqramda qarşıya qoyulan məqsəd və vəzifələrin həlli istiqamətində müəyyən işlər görülmüş və nailiyyətlər əldə edilmişdir. Bu barədə son dövrdə ölkə iqtisadiyyatındakı inkişaf və əhalinin ərzaq təminatındakı yüksəliş bunun əyani sübutudur.

Ümumiyyətlə, aparılan iqtisadi təhlil və elmi araşdırmalar göstərir ki, iqtisadiyyatın inkişafı ilə bağlı qəbul edilmiş qanun və qərarlar, Dövlət Proqramları, hüquqi-normativ aktlar, iqtisadi-sosial inkişafın bütün sahələrində tez bir zamanda öz bəhrəsini verir və ümumi inkişafa müsbət təsir edir. O da faktıdır ki, qəbul edilmiş dövlət proqramları, qanun və qərarlar, digər tənzimləyici sənədlər nə qədər reallığa uyğundursa, nə qədər stimullaşdırıcı xarakterə malik və dövlətin maliyyə dəstəyinə əsaslanırsa, nə qədər iqtisadi mənafeələr düzgün tənzimlənsə nəticələr də bir o qədər yüksək olur. Odur ki, bu məsələlər ölkəmizin iqtisadi-sosial siyasətində xüsusi diqqət mərkəzində olmalı, daim yenilənməli və təkmilləşməlidir. Bu baxımdan iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi, onun bütün sahələrində, o cümlədən, ASK sistemində proporsional inkişafın təmin edilməsi, maliyyə münasibətlərinin təkmilləşdirilməsi və sahibkarlara dövlət dəstəyinin artırılması və stimullaşdırıcı mühitin yaradılması və bütövlükdə iqtisadiyyatın dinamik inkişafının təmin edilməsi sahəsində daim yeni dövlət layihələrinə və proqramlarına və onların həyata keçirilməsi üçün yeni-yeni hüquqi-normativ aktların qəbuluna, qanun və qərarlara ehtiyac vardır. Dialektik qanunauyğunluq belədir və bu qanunauyğunluq həmişə gözlənilməlidir.

Bütün bunlar, göründüyü kimi, problemin dövlət tənzimlənməsini zəruri edir, onun vacibliyini bir daha göstərir və şərtləndirir. Dövlət, yuxarıda deyildiyi kimi, bu məsələləri elə tənzimləməlidir ki, iqtisadi mənafeələr düzgün uzlaşdırılsın və dövlətlə istehsalçılar, istehsalçılarla istehlakçılar, ASK-nın bütün strukturları və istehsal subyektlərinin öz aralarında optimal, iqtisadi-sosial əlaqələr yaransın və inkişaf etsin.

ASK sistemində iqtisadi münasibətlərin, o cümlədən, maliyyə münasibətlərinin cəmiyyət miqyasında düzgün tənzimlənməsi, istehsal subyektləri və dövlət arasında, istehsal və istehlak strukturları, sahələrdaxili və sahələrarası optimal əlaqələrin yaradılması və bütövlükdə istər makro, istər mikro səviyyədə mənafeələrin düzgün uzlaşdırılması və inkişafı üçün dövlət tənzimlənməsi, fikrimizcə, əsasən aşağıdakı istiqamətlərdə getməlidir:

- əvvəla, dövlət tənzimlənməsi bütün səviyyələrdə müasir metodlara və qabaqcıl dünya təcrübəsinə əsaslanmalıdır. O, qloballaşan dünyada baş verən iqtisadi-sosial prosesləri nəzərə almalı və bu proseslərin ölkə daxilində həllinə şərait yaratmalıdır;
- iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi hər şeydən əvvəl iqtisadi-sosial inkişafın bütün atribut-

larının düzgün əlaqələndirilməsini, onlardan səmərəli istifadənin təşkili üçün əlverişli iqtisadi mexanizmin yaradılması və bazar iqtisadiyyatı şəraitində, sosial-iqtisadi inkişafda əsas hərəkətverici qüvvə olan iqtisadi mənafeələrin cəmiyyət miqyasında düzgün əlaqələndirilməsi və kompleks vəhdətini təmin etməlidir;

- iqtisadi tənzimləmədə regional və sahəvi xüsusiyyətlər, tələb-təklif amilləri nəzərə alınmalı və maliyyə mexanizminin əlverişli fəaliyyət göstərməsi üçün dövlət müvafiq şərait yaratmalıdır;

- dövlət tənzimlənməsi istər makro, istərsə də mikro səviyyədə iqtisadi mənafeələri düzgün nəzərə almalı və bütövlükdə stimullaşdırıcı xarakterə malik olmalıdır;

- maliyyə münasibətlərinin dövlət tənzimləməsində ASK-nın, o cümlədən, birinci növbədə aqrar istehsalın xarakteri nəzərə alınmalı və bu sahələrin müasir tələblərə uyğun qurulması və inkişafı üçün o güzəştli olmalıdır;

- dövlət maliyyə tənzimlənməsi prosesində istehsal strukturunu nəzərə almalı, strateji istehsal sahələrinə xüsusi güzəştlər nəzərdə tutmalı və iqtisadi siyasətdə nəzərə alınmalıdır;

- bu məqsədlə dövlət ölkənin maliyyə resurslarının bölgüsü və istifadəsində bu sahənin inkişafına xüsusi diqqət yetirməli və bu məqsədlə investisiya qoyuluşları və pul-kredit siyasətində müəyyən dəyişikliklər etməli, bu sahəyə üstünlük verməlidir;

- bu baxımdan dövlət maliyyə tənzimlənməsi prosesində ASK-nın ölkə ərzaq təhlükəsizliyinin əsasını təşkil etməsini və bu sahənin normal inkişafı üçün hələ istehsal subyektlərinin kifayət qədər maliyyə resurslarının olmamasını nəzərə almalı və vergi mexanizmində müəyyən güzəştlər nəzərdə tutulması məqsədəuyğun olardı;

- fikrimizcə, eləcə də subsidiyalar və güzəştli kreditlərin verilməsində bu sahəyə müəyyən güzəştlərin olunması dövlətin iqtisadi siyasətində həmişə diqqət mərkəzində olmalıdır;

- ümumiyyətlə, dövlət tənzimlənməsi iqtisadi rıçaqların qarşılıqlı və optimal əlaqələndirilməsinə əsaslanmalıdır. Yəni iqtisadi rıçaqlar kompleks formada, bir-birilə üzvi asılılıqda tənzimlənməlidir;

- bu baxımdan ASK sistemində istər sahələrarası, istərsə də sahələrdaxili iqtisadi mənafeələrin düzgün əlaqələndirilməsi, onlarda proporsionallığın təmin edilməsi məqsədlə maliyyə faktorundan geniş istifadə edilməlidir;

- dövlət tənzimlənməsi və bu prosesdə iqtisadi rıçaqların rolunun gücləndirilməsində, fikrimizcə, ən vacib məsələlərdən biri də iqtisadi mexanizmin, o cümlədən, maliyyə mexanizminin faktorları üzrə fəaliyyətə nəzarəti təmin etmək və kənarlaşmalara yol verməməkdir;

- nəzarət mexanizmi obyektiv olmalı və hüquqi-normativ aktların tələblərinə əsaslanmalıdır;

- hazırda dünya iqtisadi inteqrasiyasının güclənməsini, hər bir ölkənin bu prosesdə daha geniş təmsil olunması istəyini nəzərə alaraq rəqabət qabiliyyətli və ixrac yönümlü məhsulların istər istehsalına, istərsə də ixracına daha əlverişli şərait yaradılmalı və bu məqsədlə maliyyə mexanizmində müəyyən güzəştlər nəzərdə tutulmalıdır;

- dövlət iqtisadi tənzimləmə prosesində, fikrimizcə, ən vacib məsələlərdən biri də xarici investisiyaları ölkə iqtisadiyyatına cəlb etmək və onların fəaliyyətinə əlverişli şərait yaratmaq, beynəlxalq iqtisadi əlaqələri gücləndirmək məqsədlə maliyyə mexanizmində, xüsusilə vergi-gömrük sistemində müəyyən dəyişikliklərin olması, onların beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılmasıdır. Fikrimizcə, bu həm də ölkəmizdə azad iqtisadi zonaların (AİZ) yaradılması və inkişafının ən vacib şərtlərindən biridir.

Bütün bunlar, fikrimizcə, ölkəmizin ASK sistemində maliyyə münasibətlərinin dövlət tənzimləməsinin əsas istiqamətləri olmalı və göstərilən amillərin nəzərə alınması bu vacib xalq təsərrüfatı istehsal sahəsinin inkişafına və onun iqtisadi-sosial səmərəsinin güclənməsinə əsaslı təkan vermiş olardı. Təcrübə göstərir ki, iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi iqtisadi-sosial inkişafın ən vacib atributlarından biridir və onun düzgün həyata keçirilməsi bir qayda olaraq yüksək inkişafa səbəb olur. Bu isə birinci növbədə hər bir ölkənin iqtisadi-sosial siyasətinin ən strateji məqsədlə-

rindən biri olan ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi və əhalinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatı deməkdir. Bu baxımdan ölkəmizdə iqtisadi-sosial inkişafın səmərəli təşkili və ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsinin prioritet istiqamətlərindən biri məhz ölkə iqtisadiyyatının çox vacib sahələrindən biri olan ASK sistemində maliyyə münasibətlərinin səmərəli tənzimlənməsi və bu müstəvidə inkişafın təmin edilməsidir.

*Azer Karayev
dissertant AGƏU*

Резюме

В статье рассматриваются экономико-правовые основы финансового регулирования в системе АПК Азербайджана. На основе комплекса факторов и фактических материалов, как в экономическом, так и в правовом плане исследовании финансовые отношения в системе АПК, выявлены положительные и отрицательные стороны нынешнего механизма финансового регулирования и исходя из новых требований и особенностей Азербайджана, даются конкретные рекомендации и предложения по дальнейшему совершенствованию финансового регулирования в этой стратегической отрасли народного хозяйства Азербайджана.

Ключевые слова: *агропромышленный комплекс, финансовое регулирование и разделом имущества, кредитов и субсидий отношений, Государственной программы социально-экономического развития, свободные экономические зоны (СЭЗ), экономические и региональные пропорциональности.*

*Azer Qarayev
dissertator ASEU*

Summary

The article discusses the economic and legal framework of financial regulation in the agriculture of Azerbaijan. On the basis of a set of factors and actual materials, both economically and in terms of legal study, financial relations in the system AIC, identified the positive and negative aspects of the current mechanism of financial regulation and on the basis of the new requirements and features of Azerbaijan, provides specific recommendations and suggestions for further improvement financial regulation in this strategic sector of the economy of Azerbaijan.

Key words: *Agro-industrial complex, financial regulation, and the division of the property, credits and subsidies relations, the State Program on socio-economic development, free economic zones (FEZ), economic and regional proportionality.*

MÜASİR SƏNAYE SİYASƏTİ VƏ SƏNAYE SAHƏSİNİN İNKİŞAFI

UOT 338.45

*Kamran Hidayət oğlu İSAYEV, i.e.n.
AMEA-nın İqtisadiyyat İnstitutunun doktorantı*

SƏNAYE SAHƏLƏRİNİN RƏQABƏT QABİLİYYƏTİNİN VƏ İQTİSADI MARAQLARIN QARŞILIQLI TƏSİR ASPEKTLƏRİ

Xülasə

Maddi istehsal sahələrinin inkişafı bütün dövrlərdə hər bir ölkə üçün iqtisadi sahədə prioritet təşkil edən vəzifələrdəndir. Bunun səbəbləri kimi ölkənin iqtisadi potensialının gücləndirilməsini, məşğulluğun təmin edilməsini, sahibkarlığın inkişaf etdirilməsini və cəmiyyətin həyat fəaliyyəti ilə bağlı digər tutarlı səbəbləri göstərmək olar. Eyni zamanda, müasir dövrdə maddi istehsal sahələrinin inkişafı ölkə iqtisadiyyatının inkişaf səviyyəsindən asılı olaraq və strateji baxımdan bazarın tələblərinə və iqtisadi maraqlara uyğun olaraq onların rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi ilə sıx əlaqədardır.

Açar sözlər: rəqabət, rəqabət qabiliyyəti, iqtisadi maraqlar, yeni texnologiya, idarəetmə sistemi.

Giriş

Azərbaycanın xarici bazara rəqabət qabiliyyətli məhsul ixrac edə bilməsinin əsasında emal sənayesinin hər vasitə ilə inkişaf etdirilməsi dayanır. Hal-hazırda sənaye sahələrinin inkişafı, ekoloji cəhətdən təmiz texnologiya tətbiq etməklə yeni istehsalatların yaradılması, istehsal olunan məhsulların çeşidini və keyfiyyətini artırmaq üçün bütün amillər mövcuddur. Bir tərəfdən, Respublikamızın təbii-iqtisadi cəhətdən sənayenin ayrı-ayrı sahələrinin inkişafı və dünya standartlarına uyğun rəqabət qabiliyyətli məhsulların istehsalı üçün potensial imkanlara malik olması, digər tərəfdən isə coğrafi mövqeyi, daxili, yaxın və uzaq ölkələrin bazarlarında sənaye məhsullarına tələbatın getdikcə artması və digər amillər onların istehsalından daha böyük həcmdə gəlirlərin əldə edilməsi üçün kifayət qədər əsaslı dəlildir. Bu baxımdan sənaye sahələrinin rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

İqtisadi maraqların reallaşdırılması və rəqabət qabiliyyəti arasında qarşılıqlı əlaqə. Məlumdur ki, rəqabət bazar iştirakçıları arasında münasibətləri xüsusi formada ifadə edir. O, bir tərəfdən istehsalçılar arasında, digər tərəfdən isə istehlakçılar arasında mənafelərin reallaşması uğrunda mübarizəni əks etdirir. Onlar öz aralarında rəqabət mübarizəsi yolu ilə istehsalda, ticarətdə əlverişli şəraitə nail olmağa çalışırlar. Bu mübarizə isə həmişə onları istehsalı təkmilləşdirməkdə, genişləndirməkdə maraqlı edir. Rəqabət bazar iqtisadiyyatı şəraitində müəssisələrin, xüsusi sahibkarlıq fəaliyyətinin səmərəliliyinin yüksəldilməsinin başlıca amilidir. O, mübarizə aparən subyektləri öz iqtisadi göstəricilərini daima yaxşılaşdırmağa sövq etdirir. İqtisadiyyatda rəqabəti bazar mexanizminin mühüm elementlərindən biri kimi tədqiq edən iqtisadçılar həmişə onun bazarda iqtisadi fəaliyyətin bütün tərəflərinə təsir imkanını diqqət mərkəzində saxlamışlar. Rəqabət təsərrüfat subyektlərinin nəinki bazar əlaqələrinə, həmçinin onların bazarda üstünlük əldə etmələri üçün istehsal prosesinə fəal təsir göstərir. Rəqabətin bazardakı fəaliyyəti bazar təsərrüfatının bütün iştirakçılarını əldə etdikləri nəticə ilə qənaətlənməməyə, yeni imkanlar axtarmağa, yeni texnologiya, istehsalın və idarəetmənin təşkilinin yeni üsullarının tətbiqinə məcbur edir. Ona görə də rəqabət

bazar subyektlərindən daima çevik olmağı, iqtisadi dəyişikliklərə uyğunlaşmağı tələb edir.

Rəqabətin əsas müsbət tərəflərindən biri də, bütövlükdə cəmiyyət miqyasında biznesi canlandırmaq, stimullaşdırmaq və səmərəliliyini yüksəltməkdir. Rəqabət - iqtisadi inkişafın, məhsulun keyfiyyətinin yüksəlməsinin, elmi-texniki tərəqqinin sürətlənməsinin, istehsal xərclərinin və qiymətin aşağı salınmasının güclü stimuludur.

Dünya bazarına inteqrasiya, beynəlxalq bazarlara rəqabət qabiliyyətli məhsullarla çıxmaq hər bir dövlətin dinamik inkişafının zəruri şərtinə çevrilmişdir. Qeyd olunanlar dünyada beynəlxalq ticarətin sürətlənməsinə, ayrı-ayrı dövlətlərin xarici ticarət dövriyyəsinin artımına, dünya bazarına yeni-yeni əmtəələrin çıxarılmasına səbəb olacaqdır. Amma, təbii ki, beynəlxalq bazarda rəqabət mübarizəsindən qalib çıxmaq üçün, ilk növbədə rəqabətqabiliyyətlilik təmin olunmalıdır. Beynəlxalq rəqabət dünya bazarında ən əlverişli istehsal və məhsul satışı, habelə bazarda daha yaxşı mövqə tutmaq uğrunda təsərrüfat subyektləri arasında qarşılıqlı əlaqə, qarşılıqlı təsir və mübarizədirsə, daxili rəqabət milli istehsalçılar içərisində istehlakçılar tərəfindən daha çox seçilməni təmin etməkdir. Dünya bazarında, əmtəənin seçimində daha çox onun keyfiyyət göstəriciləri, istehlakçı tələbatına uyğunluq səviyyəsi və s. kimi göstəricilər əsas götürülür [8]. Eyni zamanda, müşahidələr göstərir ki, keyfiyyət artımı ilə daxili bazarda da uğur qazanmaq mümkündür. Bu isə o deməkdir ki, keyfiyyətin yüksəldilməsi istər daxili, istərsə də dünya bazarı, xarici bazarlar üçün olduqca önəmlidir.

Araşdırmalar göstərir ki, milli iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyəti müasir dövrdə sənaye istehsalının, demək olar ki, yeniliklər tətbiq etmək və modernləşmək qabiliyyəti ilə müəyyən edilir [1]. Elmi-texniki tərəqqinin sürəti, digər sahələrdə əmək məhsuldarlığının artması, əhalinin rifah səviyyəsi milli sənayenin inkişaf səviyyəsindən asılıdır. Öz növbəsində isə, müasir dünya reallığında milli sənayenin inkişaf səviyyəsi onun rəqabətqabiliyyətliliyi ilə müəyyən edilir. Bu da ondan irəli gəlir ki, rəqabət qabiliyyəti mürəkkəb, çoxtərəfli kateqoriya olmaqla, özündə subyektin fəaliyyətinin bütün tərəflərini, idarəetmə məsələlərini və s. əhatə edir.

Rəqabətqabiliyyətliliyə təsir edən, eləcə də onun səviyyəsini müəyyən etməyə imkan verən parametrlərdən biri isə qohum və xidmət sahələrinin mövcudluğudur ki, bu da istehsal mühitinin əlverişliliyini xarakterizə edir, firmaların fəaliyyətinə bilavasitə təsir göstərir. Qohum və xidmət sahələrinin mövcudluğuna misal olaraq İtaliyanın zərgərlik sahəsini qeyd etmək olar. Araşdırmalar göstərir ki, İtaliyada zərgərlik sənayesinin sürətli inkişaf etməsinin əsas səbəbi odur ki, bu ölkə qiymətli metal və daşları emal edən maşınların istehsalı üzrə dünya lideridir. M.Porter'in vacib qeydlərindən birini yada salsaq - firmanın strategiyası və rəqabət, əsas etibarilə firma strategiyası və onun təşkilati strukturu ilə bağlıdır - onda idarəetmə məsələlərinin də rəqabət qabiliyyətinə təsirsiz olmadığı aydınlaşır [9]. Təbii ki, ayrı-ayrı müəssisə və firmalarda idarəetmə sistemi eyni deyildir. Təcrübə göstərir ki, İtaliya, Almaniya və s. ölkələrdə sürətlə inkişaf etmiş, yüksək daxili və beynəlxalq rəqabətqabiliyyətliliyə malik mebel, elektrotexnika, qablaşdırıcı maşınlar və s. istehsal edən sənaye sahələrində sərt idarəçilik forması deyil, tez dəyişə bilən dinamizm mövcuddur. Əksinə, optika, dəqiq maşınqayırma ilə məşğul olan sənaye sahələrində isə sərt mərkəzləşdirilmiş idarəetmə sistemi mövcuddur [10]. İstənilən halda isə, firmanın dünya bazarında rəqabətqabiliyyətliliyinin yüksək olması üçün daxili rəqabətin mövcudluğu şərtidir.

Tədqiqatlar göstərir ki, milli rəqabətqabiliyyəti anlayışının müasir tərifini M.Porter nəzəriyyəsinə uyğun gəlir və rəqabət üstünlüyü anlayışının təkamülündə yeni mərhələni əks etdirir. Bununla yanaşı, milli sənayenin rəqabətqabiliyyətliliyinə dair müxtəlif yanaşmalar mövcuddur. Bu yanaşmalar istər ayrı-ayrı alimlərin fikirlərində, istərsə də müxtəlif təşkilatların yanaşmalarında öz əksini tapır. Məsələn, İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı milli rəqabət qabiliyyətinə belə bir tərif vermişdir: rəqabət qabiliyyəti – şirkətlərin, sahələrin, regionların və millətlərin beynəlxalq rəqabət üçün açıq qalmaqla nisbətən yüksək səviyyədə gəlir və əmək haqqı yaratmaq qabiliyyətidir. Bu yanaşmanı dəstəkləyən Amerika alimləri D.Dollar və E.Vulf qeyd edirlər ki, o ölkə

rəqabət qabiliyyətli hesab edilir ki, həmin ölkə yüksək texnologiya və məhsuldarlıq əsasında beynəlxalq ticarətdə uğur qazanır və bu uğuru yüksək gəlir və əmək haqqı ilə uzlaşdırır.

Sənaye sahələrinin rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi yolları. Qeyd olunduğu kimi, rəqabətqabiliyyətlilik dinamik bir göstəricidir. Məhz, bu baxımdan da, milli iqtisadiyyatın və milli sənayenin də rəqabət qabiliyyətinin mühüm cəhəti onun dinamik olması və zaman keçdikcə dəyişməsidir. Başqa bir Amerika iqtisadçısı M.Dall rəqabət qabiliyyəti dedikdə milli iqtisadiyyatın gözlənilən struktur dəyişikliklərini əvvəlcədən görə bilməsində və ona uyğunlaşa bilməsində göstərdiyi çevikliyi nəzərdə tutur. Göründüyü kimi, bütün nəzəri baxışlarda milli iqtisadiyyatın, onun aparıcı sahəsi olan milli sənayenin rəqabət qabiliyyətinin ən mühüm səciyyəvi cəhəti mövcud istehsal amillərindən səmərəli istifadə etməklə yüksək həyat səviyyəsi və məhsuldarlığın təmin olunmasıdır. M.Porter öz əsərlərində qeyd edir ki, ölkə səviyyəsində rəqabətqabiliyyətlilik konsepsiyası yalnız resurslardan istifadənin səmərəliliyinə əsaslanıb bilər. Eyni zamanda, ölkədə həyat səviyyəsinin artırılması, firmaların mövcud resurslardan səmərəli istifadə etmək, xüsusilə səmərəlilik səviyyəsinin yüksəldilməsinə nail olmaq qabiliyyətindən birbaşa asılıdır.

Rəqabətqabiliyyətliliyin formalaşmasının növbəti mərhələlərindən biri də texnoloji inkişaf mərhələsidir. Bu məsələdə iqtisadiyyatın texnoloji üstünlüyü milli firmaların müasir, səmərəli avadanlığa və müasir texnologiyaya intensiv kapital qoyuluşlarının həyata keçirmələrinə əsaslanır ki, bunları da digər ölkələrdən də əldə etmək mümkündür. Bu zaman cəlb edilmiş investisiya resursları, eyni zamanda lisenziyaların satın alınmasına, müştərək müəssisələrin yaradılmasına və rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsinin digər vasitələrinə yönəldilir. Milli sənayenin xarici texnologiyanı mənimsəmək və yaxşılaşdırmaq qabiliyyəti rəqabət qabiliyyətinə nail olunmasının mühüm və həlledici şərtidir. Xarici texnika və texnologiyanı mənimsəyərək, yerli firmalar onların təkmilləşdirilməsi üçün öz üsullarını yaradırlar. Bu iş məhsulun daha yaxşı növünün buraxılmasına imkan verir. Investisiyaların həcmının artması isə yeni, daha qabaqcıl amillərin yaradılmasına və müasir infrastrukturun inkişafına səbəb olur.

Məlum olduğu kimi, milli sənayenin rəqabətqabiliyyətliliyinin başlıca təminatçılarından biri olan texnoloji üstünlük bilik, texnoloji, investisiya və s. ehtiyatların məcmusunu ifadə edir. Onlar bir və ya bir neçə sahədə texnoloji irəliləmədən tutmuş, ölkənin liderliyinə qədər təmin edən müasir rəqabət üstünlüyünün bütün istiqamətlərini əhatə edir. Ölkə iqtisadiyyatında milli sənayenin üstünlüyü elmi-texniki tərəqqinin tələblərinə cavab verən mütərəqqi strukturun mövcudluğu ilə əlaqədardır. Nəhayət, uğurlu iqtisadi inkişaf iqtisadiyyatın innovasiya yolu ilə inkişafına, yeni texnika və texnologiyanın mənimsənilməsinə şərait yaradan əlverişli sosial-iqtisadi və siyasi mühitin olmasına əsaslanır.

Milli sənayenin yeniliklərə əsaslanan rəqabət qabiliyyəti müxtəlif inkişaf səviyyəsində olan ölkələrdə baş verə bilər. Bu halda, əvvəlcə bir sıra sahələr innovasiyanı tətbiq etməklə, rəqabət üstünlüyü əldə etməyə çalışırlar. Sonra təkmilləşdirmə prosesi digər sahələrə də yayılır. Daha dinamik və qabaqcıl iqtisadiyyat rəqabətqabiliyyətli sahələrin dairəsinin üfqi və şaquli istiqamətdə genişlənməsinə və yeni xarakterlərin yaranmasına şərait yaradır [3]. Həmin prosesin sürəti həm yeni, həm də mövcud firmalarda işgüzar fəallığın canlanması dərəcəsi ilə asılıdır.

Müşahidələr göstərir ki, texniki cəhətdən yüksək inkişaf etmiş müasir ölkələrdə rəqabət qabiliyyəti əsas etibarilə texnoloji üstünlüyə, bir çox inkişaf etməkdə olan ölkələrdə isə - istehsal amillərinə əsaslanır. Bu isə o deməkdir ki, ayrı-ayrı ölkələrdə rəqabət qabiliyyətinin təbiəti fərqlidir. Ümumilikdə isə, milli sənayenin rəqabət qabiliyyətinin mənbəyi onun iqtisadi inkişaf mərhələlərini dəqiq səciyyələndirir.

XX əsrin sonlarında texnoloji dəyişikliklərin geniş miqyas alması rəqabət üstünlüyünün əldə edilməsində aparıcı amilə çevrilmişdir. Qloballaşma bir çox sahələrdə rəqabətin beynəlmilləşməsinə daha da sürətləndirirdi. Rəqib firmalar qlobal strategiya hazırlayıb həyata keçirirlər: öz məhsullarını bütün dünyada satırlar; xammal və materialı da bütün dünyada axtarırlar; istehsalı

başqa ölkələrdə yerləşdirirlər [6]. Bu da ondan irəli gəlir ki, sənaye sahələrinin qloballaşması nəticəsində firmaların ölkədə istehsal amillərindən asılılığı azalır, onları dünyanın istənilən nöqtəsindən əldə etmək mümkün olur. Eyni zamanda, nəqliyyatın inkişafı onların daşınma imkanlarını və xərclərini də xeyli azaldır. Bu isə bir daha sübut edir, milli sənayenin rəqabətqabiliyyətlik səviyyəsi resursların bolluğu ilə deyil, onlardan nə dərəcə səmərəli istifadə edilməsindən asılıdır.

Aydındır ki, sənaye müəssisələrinin fəaliyyətinin son nəticəsi məhsul istehsalıdır. Bu baxımdan da, məhsulların rəqabətqabiliyyətliliyi onların mənfəətlə satılması imkanını ifadə etməklə, həmin məhsulların istehlak və iqtisadi parametrlərinin istehlakçıların tələblərinə uyğunluğunu göstərir. Məhsulun keyfiyyəti, onun öz təyinatına müvafiq müəyyən tələbatı ödəməyə yararlı olmasını şərtləndirən istehlak xassələrinin məcmusunu əks etdirir. Keyfiyyətdən fərqli olaraq məhsulun rəqabət qabiliyyəti alıcıların müəyyən qrupu üçün maraq kəsb edən və onların müəyyən tələbatlarının ödənilməsinə təmin edən xassələrin məcmusu ilə müəyyən edilir [7]. Ümumilikdə isə, rəqabətin iqtisadi əsasını istehsal sferasında yaranan münasibətlər təşkil edir ki, burada da rəqiblərin əsas sözləri əmək məhsuldarlığını yüksəltmək, yeni məhsul hazırlanması və yaxud buraxılan məhsulların təkmilləşdirilməsi, istehsal prosesində elmi-texniki tərəqqinin son nailiyyətlərindən istifadənin genişləndirilməsi, texnoloji proseslərin bütün həlqələrində və bütün mərhələlərində istehsal xərclərinin daim aşağı salınması, məhsul buraxılışına qədər istehlakçılarla qiymətlərin razılaşdırılması və hər bir konkret bazarda satış şərtləri nəzərə alınmaqla məhsulların yeni qiymətinin müəyyən edilməsi, xammal və yarımfabrikatlardan tutmuş kompleksləşdirici komponentlərə qədər əmtəə istehsalının bütün üfiqi mərhələlərində özünə tabe etmək, istehsal edilən məhsulların rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi üçün firmadaxili əlaqələrdən istifadə edilməsi və rəqabət mübarizəsində üstünlük qazanılması və s. istiqamətlərə yönəlir. Beləliklə, müxtəlif nəzəri baxışları, ayrı-ayrı ölkələrin təcrübəsini, eləcə də müxtəlif təşkilat və qurumların münasibətlərini nəzərə alaraq, bu nəticəyə gəlirik ki, rəqabətqabiliyyətlik bir sıra kompleks amillərdən asılıdır, hansı ki, buraya istehsal amilləri, idarəetmə, texnoloji amillər və s. aiddir. Bütün bunlarla yanaşı, daxili və beynəlxalq bazarda istehsal etdiyi məhsulun rəqabətqabiliyyətliliyini təmin etməyi qarşısına məqsəd qoyan hər bir müəssisə bir sıra şərtlərə əməl etməlidir. Daha doğrusu, rəqabət üstünlüyünün yaranması və qorunub saxlanması üsulları onun yerləşdiyi ölkənin beynəlxalq rəqabətdə rolunun müəyyən edilməsi üçün çox mühümdür. Təbii ki, bu rol ayrı-ayrı sahələrin, o cümlədən, milli iqtisadiyyatın aparıcı sahəsi olan sənayenin rəqabətqabiliyyətliliyinin təmin olunması ilə daha da artır.

Rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi yolları hər bir ölkədə spesifik xüsusiyyətlərə malikdir və təkrarolunmazdır. İqtisadi inkişaf mərhələlərinin əhatə etdiyi sənaye sahələrinin siyahısı və əhatə dairəsi hər bir ölkədə konkret şəraitdən və milli xüsusiyyətlərdən asılıdır. Burada ölkənin tarixi mühüm rol oynayır, çünki tarixi inkişaf prosesində əsas istehsal təcrübəsi, habelə tələbi təşkil edən milli dəyərlər, davranış normaları, istehlak və zövqlər formalaşır.

Məlumdur ki, iqtisadiyyatın inkişafı üçün start mövqeyini təmin edən sahələr bütövlükdə ölkənin təbii sərvətindən asılıdır. Təbii ehtiyatları zəngin olan, məsələn, ABŞ və yaxud İsveç özünün beynəlxalq mövqeyini təbii ehtiyatlardan istifadəyə əsaslanan sahələr hesabına möhkəmləndirməyə başlamışlar. Bu sahələrə dəmir və polad istehsalı, meşə materialı, kənd təsərrüfatı aid ola bilər. İqtisadiyyatı yüksəltməyə qadir olan sahələr mövcud olduqda, həmin sahələrin ətrafında klasterlər formalaşır və son nəticədə iqtisadiyyat yeni-yeni sahələrin yaranması hesabına genişlənilir. Böyük təbii ehtiyatlara malik olmayan Yaponiya, Koreya, İsveçrə və İtaliya kimi ölkələr beynəlxalq mövqeyini ilk növbədə yüngül sənayenin əməkətutumlu olan sahələrində (toxuculuq və tikiş), habelə ev təsərrüfatı üçün əmtəə istehsalı, inşaat, kənd təsərrüfatı və s. sahələrdə möhkəmləndirmişlər [4].

Əmələgətirən sənayenin əsas sahələrində və infrastrukturda möhkəm mövqelərə investisiya mərhələsinin sonunda və yaxud yeniliklər mərhələsinin başlanğıcında nail olmaq mümkündür. Həmin

sahələrdə rəqabətqabiliyyətinin təmin olunması üçün yüksək texniki təchizat və milli şirkətlərin mövcudluğu tələb olunur. Məsələn, dünya təcrübəsi göstərir ki, Koreyada və Yaponiyada həmin sahələr yalnız 80-ci illərin axırlarında yaranmağa başlamışdır. Daxili bazarda rəqabət qabiliyyətli məhsul istehsalı maşınqayırmanın bir çox sahələrində yeniliklər mərhələsinin başlaması üçün etibarlı yoldur.

Rəqabət qabiliyyətinə nail olunmasında inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələr tərəfindən fərqli strategiyanın tətbiq edilməsi dünya bazarlarının əslində iki müxtəlif seqmentə bölünməsinə gətirib çıxarmışdır. Bu seqmentlər arasındakı sərhəd yüksək texnoloji mürəkkəbliyə tərəf müntəzəm olaraq dəyişməkdədir. İnkişaf etmiş ölkələrin ixrac etdikləri məhsullar yüksək qiymət rəqabətinin mövcud olduğu bazarlarda satılır. Bu bazarlarda isə qiymətlərin və ixrac gəlirlərinin daim qeyri-sabitliyi və aşağı düşməsi meyli mövcuddur. İnkişaf etmiş ölkələr isə əsas etibarlı ilə inkişaf etməkdə olan ölkələrdən idxal edilən az istehsal xərclərinə malik məhsulların satıldığı yüksək dərəcədə qorunan bazarlarda fəaliyyət göstərirlər. Ona görə də inkişaf etməkdə olan ölkələrdən ixrac edilən məhsulların qiymətləri azalma meyli göstərdiyi halda, inkişaf etmiş ölkələrin ixrac məhsullarının qiymətləri müntəzəm olaraq yüksəlir.

Təcrübə göstərir ki, ölkə inkişaf mərhələlərinin hamısından keçdikdə iqtisadi tərəqqi tədricən və dinamik şəkildə baş verir, rifah səviyyəsinin yüksəlməsinə nail olur və ən əsası, bu daha etibarlı şəkildə baş verir. Çünki bu zaman rəqabət qabiliyyətinin yüksəlməsi əmək məhsuldarlığının artmasına səbəb olur. Lakin zəngin təbii ehtiyatlara malik olan ölkələr birinci mərhələdə xeyli qaldıqda belə milli gəlirin yüksək artım səviyyəsinə nail ola bilsələr də, bu vəziyyətin uzun müddət saxlanılması ehtimalı azdır. Buna misal olaraq Küveyt və Səudiyyə Ərəbistanını göstərmək olar. Belə ki, onlar zəngin neft ehtiyatları əsasında adambaşına yüksək gəlir səviyyəsini uzun illərdir saxlaya bilsələr də, dünya bazarında rəqabətqabiliyyətlilik baxımından vəziyyətləri o qədər də ürəkaçan deyildir. Bu dövlətlərdən fərqli olaraq, Kanadada eyni vəziyyət mövcud idi, lakin bu ölkə dünya bazarında bir sıra məhsullar üzrə rəqabət üstünlüyü əldə etmişdir[2]. Ümumiyyətlə, təbii ehtiyatlardan asılılıq həmin ehtiyatların tükənməsi təhlükəsi ilə üz-üzədir və ya həmin ehtiyatlardan başqa ölkələrdə də tapıla bilər ki, bu da ehtiyatlara əsaslanan iqtisadiyyat üçün arzu edilən deyildir.

Tədqiqatlar göstərir ki, milli sənayenin rəqabətqabiliyyətliliyinin yüksəldilməsinə fərqli yanaşmalar irəli sürülür. Misal olaraq qeyd etmək olar ki, ABŞ-da rəqabət siyasətinin istiqamətləri haqqında iki əsas iqtisad məktəbinin – Çikaqo və Harvard məktəbləri arasında uzun müddətdir ki, mübahisələr gedir. Çikaqo məktəbi rəqabət və sənaye siyasəti haqqında nisbətən liberal görüşləri müdafiə edir, bu məktəbin nümayəndələrinə görə rəqabətin dəstəklənməsi siyasətində yeganə meyar səmərəlilik olmalıdır. Bu zaman üstünlük rəqabət siyasətinə verilir, sənaye siyasəti isə antitrust tənzimləmələri çərçivəsində aparılmalıdır. Başqa bir istiqamət olan Harvard istiqamətinin mülayim qanadı sənaye və rəqabət siyasəti sahəsində tarazlığın tərəfdarıdır [5]. Sənaye siyasəti iqtisadi artımın və bazarlarda rəqabətin dəstəklənməsi tələblərini nəzərə almalı, onunla uzlaşdırılmalıdır. Lakin antiinhisar tənzimləmələri rəqabətdən başqa, sənaye siyasətinin spesifik aspektlərində əks olunan digər milli maraqları da nəzərə almalı, ədalətli rəqabət mühitinin formalaşmasına dəstək verməlidir.

Araşdırmalar isə bu nəticəyə gəlməyə əsas verir ki, rəqabət və sənaye siyasəti bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqədədir, biri digərini tamamlamalıdır. Bunun sübutu kimi, rəqabət və sənaye siyasətinin əlaqəsi Avropa Birliyinin həm rəqabət qanunvericiliyində, həm də struktur problemlərinin tənzimlənməsi üçün onun tətbiqi prosesində öz əksini tapır. İlk əvvəl Avropa Birliyində ayrı-ayrı dövlətlərin təcrübəsində milli şirkətlərin dəstəklənməsi siyasəti AB-nin yaradılması məqsədlərinə - Avropa iqtisadi məkanında azad bazarın inkişafına mane olduqda rəqabət siyasəti sənaye siya-

sətinin əleyhinə yönəldilirdi. AB-də müasir mərhələdə sənaye və rəqabət siyasətinin qarşılıqlı əlaqəsi minimallıq prinsipinə əsaslanarsa da, onların qarşılıqlı əlaqəsi danılmazdır. 1992-1994-cü illərdə milli şirkətlərə dövlət yardımını tənzimləyən xüsusi qanunlar hazırlanmışdır ki, burada da əsas meyar Avropa qitəsində rəqabətin inkişafı, rəqabət və sənaye siyasətlərinin uzlaşdırılması problemləridir. Beləliklə, AB-də sənaye siyasəti rəqabət siyasəti normalarına uyğun şəkildə, uzlaşdırılmış formada həyata keçirilir. Daha doğrusu, AB iqtisadiyyata dövlət müdaxiləsinin bu iki forması arasında əlverişli, münasib nisbət yaradılmasına çalışır.

AB-dən fərqli olaraq, inkişaf etmiş Yaponiya dövlətində isə adətən sənaye siyasətinə üstünlük verilir. 70-ci illərə qədər ixracatçılar üçün vergi güzəştləri və digər stimullaşdırıcı tədbirlər həyata keçirilərkən ticarət maneələri ilə qorunan inhisarlar bir növ unudulurdu. Yaponiyada, son nəticədə rəqabət və sənaye siyasətinin uzlaşdırılması bir tərəfdən antiinhisar siyasətinin yumşaldılmasına, digər tərəfdən isə, sənaye siyasəti təşkilatlarının təcrübəsində rəqabət məsələlərinin qeyri-formal tənzimlənməsi mexanizmindən aktiv istifadə edilməsinə yönəldilir. Qloballaşmanın dəqiqləşdiyi müasir mərhələdə isə çoxmillətli firmaların mürəkkəb daxili və xarici bazar əlaqələri öz-özlüyündə bazarların səmərəliliyini təmin edə bilməz. Ona görə də, rəqabətin sənaye siyasətinin bütün növləri ilə dəstəklənməsi zəruridir.

Nəticə

Beləliklə, sənaye sahələrinin rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi xüsusiyyətləri və müvafiq beynəlxalq təcrübənin öyrənilməsindən aydın olur ki, hər hansı sənaye sahəsində rəqabətqabiliyyətliliyin təmin edilməsində başlıca məsələ qohum və ya alternativ əmtəələrin xüsusiyyətlərinin öyrənilməsi, eyni təyinatlı əmtəələrə alıcı (istehlakçı) münasibətlərinin aydınlaşdırılması, başqa sözlə desək, bazarın geniş tədqiq edilməsidir. Eyni zamanda, rəqabətqabiliyyətliliyin yüksəldilməsinə dair ayrı-ayrı ölkələrdə fərqli münasibətlər mövcuddur. Bütün hallarda isə, rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi makro səviyyədə həyata keçirilən bütün siyasətlərin (sənaye, məşğulluq və s.) uzlaşdırılmasını tələb edir ki, bu da nəticə etibarlı ilə müxtəlif xarakterli və səviyyəli iqtisadi maraqların reallaşdırılmasına xidmət etməlidir.

Ədəbiyyat

1. Албегова Н.М. и др. Государственная экономическая политика: опыт перехода к рынку. М.: Дело и сервис. 1998., с. 272.
2. Авдашева С.Б., Розанова Н.М. Теория отраслевых рынков. М., 1998
3. Бест М. Новая конкуренция. Институты промышленного развития. М.: ТЕИС. 2002, с. 255.
4. Вурос А., Розанова Н. Экономика отраслевых рынков. М., 2000.
5. Государство и рынок: американская модель. Под ред. проф. М.А. Портного. М.: Анкил. 1999, с. 19.
6. Доминская М.Г., Соловьев И.А., Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции. М.: Экономика. 1991.
7. Ермаков М.О, Чем отличается конкурентоспособность фирмы от конкурентоспособности продукции. Спб. Мысль. 1990.
8. Ефферин В.П., Метин В.В. Оценка конкурентоспособности при маркетинговых исследованиях. М.: Домодедова. 1993.
9. Портер М. Международная конкуренция. Пер. с англ. М.: Международные отношения. 1993. с. 58.
10. Тарануха Ю.В. Экономика отраслевых рынков. М.: Дело и Сервис. 2002, с. 67.

К.Г.Исаев

**Аспекты взаимовлияния конкурентоспособности отраслей промышленности
и экономических интересов**

Резюме

Во все времена для каждой страны развитие отраслей материального производства являлись одной из приоритетных задач в экономической сфере. Причиной этого можно показать как усиление экономического потенциала страны, так и обеспечение занятости, развитие предпринимательства и прочие весомые причины, связанные с жизнедеятельностью общества. Наряду с этим, в современный период развитие отраслей материального производства, в зависимости от уровня развития экономики страны и соответственно экономическим интересам и требованиям рынка в стратегическом отношении, тесно связано с повышением их конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, экономические интересы, новые технологии, система управления.

К.Н.Исаев

**Aspects mutual influence of the competitive capacity of the industry areas
and economical interests**

Summary

Development of the material production areas having is one of priority posts for each country in all times in the economical area. As causes of this possible to show strengthening of the economical potential of the country and provide of the employment, developing ownership and other heavy causes connected with life activities of the society. At the same time in the modern time development of the material production areas depending on development level of the country economy and from strategical point of view having according to demand of the market and to economical interests is press connected with raising of the their competitive capacity

Key words: competition, competitive capacity, economical interests, new technology, management system.

UOT 338.45

*Naməddin Deputat oğlu QURBANOV,
“Qafqaz” Universitetinin doktorantı*

SƏNAYENİN İNFORMASIYA EHTİYATLARININ FORMALAŞMASININ BƏZİ XARAKTERİSTİKALARI

Xülasə

İnformasiya hazırda sənayenin strateji ehtiyatları hesab olunur. Həmin ehtiyatların formalaşması prosesi iqtisadi, hüquqi, texnoloji və digər amillərin təsiri altında baş verir. Məqalədə həmin amillər nəzərə alınmaqla, sənayedə informasiya ehtiyatlarının formalaşması prosesinin bəzi xarakteristikaları müəyyən edilmişdir.

Açar sözlər: informasiya ehtiyatları, sənaye, proses, formalaşmanın xarakteristikaları.

Hazırda insanın intensiv-innovasiyalı fəaliyyətinin elə bir sahəsi yoxdur ki, orada informasiyaya tələbatın artması müşahidə olunmasın. Mürəkkəb və iqtisadi-texnoloji sistem kimi sənayedə bu özünü daha əyani şəkildə göstərir. Başqa sözlə, sənayenin informasiya cəmiyyətinin imkanlarının reallaşdığı özünəməxsus poliqonu olduğunu söyləsək, heç də səhv etmərik. Məsələ ondadır ki, sənayenin təbii və texnogen amillərdən asılılığının sonuncunun xeyrinə güclənməsi, iqtisadi fəallığın texnoloji təminatına tələblərin getdikcə ciddiləşməsi, bu sahədə informasiyaya tələbatı artırır və onun keyfiyyətinə qoyulan tələbləri ciddiləşdirir.

Cəmiyyətin inkişafının bu və ya digər mərhələsində formalaşdığı informasiya ehtiyatları, insanın öz ictimai fəaliyyəti zamanı iştirakçısı olduğu informasiya münasibətlərində mərkəzi rol oynamaqdadır. XX əsrin ikinci yarısından başlayaraq informasiyanın, sözün həqiqi mənasında strukturlaşması və əlaqələrin ciddi formalaşması biliklərin sənayenin informasiya ehtiyatlarında xüsusi çəkisinin artması ilə müşayiət olunur. Ümumilikdə, informasiya cəmiyyətində informasiya və biliklər ən mühüm resurs (ehtiyat) və başlıca əmtəə olmaqla sosial-iqtisadi inkişafda artan rola malikdir. Təsadüfi deyildir ki, nəinki iqtisadi agentlərin, ümumilikdə cəmiyyətin öz informasiya infrastrukturunun vəziyyətindən asılılığı getdikcə artır. Bu və ya digər ölkənin texniki-texnoloji potensialının formalaşması və innovasiyalı inkişafında aparıcı rol oynayan sənaye müəssisələri müxtəlif xarakterli və çoxsaylı əlaqələr qurmaqla, intensiv-innovasiyalı informasiya münasibətlərinin iştirakçısı kimi fəaliyyət göstərirlər.

Sənaye müəssisəsinin səmərəli və ahəngdar fəaliyyətinin mühüm şərtlərindən biri onun zəruri tələblərə cavab verən informasiya ehtiyatlarının (resurslarının) olmasıdır. Artıq bir neçə onillikdir ki, informasiya ehtiyatları insan fəaliyyətinin mühüm amili və müstəqil iqtisadi kateqoriya kimi elmi və təcrübi dövriyyədədir. Məlum olduğu kimi, informasiya ehtiyatları və informasiya sistemlərinə bir-birindən təcrid olunmuş şəkildə baxılması məqsədəuyğun deyildir. Bu baxımdan informasiya ehtiyatlarına informasiya sisteminin malik olduğu və ümumi istifadə üçün nəzərdə tutulan informasiyanın məcmusu kimi münasibət bildirilməsi məqbul yanaşma hesab olunur.

İnformasiyanın yığılması, işlənməsi, saxlanması, axtarışı, yayılması əsasında informasiya ehtiyatlarının formalaşdırılması, informasiya sistemləri, texnologiyaları, onların təminat vasitələrinin yaradılması və onlardan istifadə olunması, informasiyanın mühafizəsi ilə əlaqədar olaraq yaranan münasibətləri tənzimləyən və informasiya proseslərində iştirak edən subyektlərin hüquqlarını müəyyən edən “İnformasiya, informasiyalaşdırma və informasiyanın mühafizəsi haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununda göstəriləyi kimi, informasiya ehtiyatları - informasiya sistemlərində (kitabxanalarda, arxivlərdə, fondlarda, məlumat banklarında və s.) olan sənədlər və sənəd massivləri, habelə ayrıca mövcud olan sənədlər və onların massivləridir.

İnformasiyalaşdırma istiqamətində dövlətin siyasəti iqtisadi, sosial, texnoloji və ekoloji sahələrdə intensiv inkişafın dəstəklənməsi prioritetlərinə uyğundur. Sonuncu aspektə, başqa sözlə, ekoloji intensivləşməyə birmənalı münasibət formalaşmamışdır. Bir sıra mənbələrdə intensivləşmə və ekoloji tələblər bir - birinə zidd olan anlayışlar kimi təqdim edilir. Hesab edilir ki, istehsal vahidinə daha çox vəsait qoyuluşunu nəzərdə tutan intensiv inkişaf, əksər hallarda ekoloji duruma mənfi təsir edir. Bu məsələyə, tədqiqatımızın predmetinə aid olduğu dərəcədə, başqa sözlə, sənayenin informasiya ehtiyatlarının formalaşması aspektində münasibət bildirməyə cəhd edək.

Təbii və texnogen resurslardan istifadənin dərinləşdirilməsi, onlardan təkrar istifadə texnologiyalarının (aztullantılı və tullantısız texnologiyaların) geniş tətbiqi ilə müşayiət olunduğu məlumdur. Deməli, konkret rakursda intensivləşmə və ətraf mühitin qorunması baxımından resurslardan təkrar istifadəyə yönəlmiş intensiv inkişaf bir - birinə ziddiyyət təşkil etmir. Sənayenin informasiya ehtiyatları formalaşdırılarkən, bu cəhət nəzərə alınmalı, qapalı texnoloji sistemlərin ətraf mühitə təsirini əks etdirən müntəzəm yenilənən informasiya massivləri qurulmalıdır. Son illər bilik iqtisadiyyatının intensivləşmə və dayanıqlı inkişafa birgə xidməti imkanları fəal surətdə araşdırılır. Bilik iqtisadiyyatının inkişafının sənaye istehsalının intensivləşməsinə təsirini kəmiyyətə, kifayət qədər dəqiqliklə müəyyənləşdirmək çətin olsa da, bilik iqtisadiyyatında dayanıqlı inkişafın prioritetliyi, müvafiq informasiya ehtiyatlarında intensivlik və ekoloji meyarlarını ehtiva edən informasiya massivlərinin zəruri və kafi tələblər səviyyəsində formalaşacağı barədə nikbinliyə əsas verir.

Azərbaycanda iqtisadiyyatın yüksək artım sürəti sahələrarası inkişafda proporsionallığın gözənlənməsi məsələlərini daha da aktuallaşdırmışdır. Maddi istehsalın aparıcı sahəsi kimi, sənayedə bu məsələ xüsusi diqqət tələb edir. Proporsional inkişafın təmin edilməsi müəssisə miqyaslı resurs- texnologiya-məhsul zəncirində səmərəliliyin, ərazi və sahə üzrə şaxələndirmə və tarazlı inkişaf meyarı ilə uzlaşdırmasını tələb edir. Xeyli dərəcədə ümumiləşdirilmiş bu mülahizənin praktiki inikası bazar avtomatizmi və dövlət tənzimlənməsinin konkret zaman-məkan müstəvisində kəşifən və bir-birinə ciddi ziddiyyət təşkil etməyən indikatorlarında özünü göstərir. Həmin parametrləri əks etdirən informasiya massivləri aşağıdakıları nəzərə almalıdır:

- məhsulun rəqabət qabiliyyəti və daxili bazarın mühafizəsi tələblərinin qarşılıqlı kompromis variantlarının əsas xarakteristikaları. Həmin xarakteristikalar, ənənəvi informasiya bazasının elementlərinin müasir təhlil üsullarının tətbiqi sayəsində hesablanıla bilər;

- ərazidə sənaye istehsalının yerli və digər bazarlara çıxışı və onun bazar konyunkturunun formalaşmasına təsirinin ekspert qiymətləndirilmələri;

- resurs təminatı və resurslardan istifadə səmərəliliyinin müəssisə və ərazi inkişafı meyarları baxımından qiymətləndirilməsi və s.

Göründüyü kimi, mövcud uçot təcrübəsində hesablanmayan bu və digər göstəricilərin kəmiyyət ifadələrinin tapılması informasiya ehtiyatlarının və müvafiq infrastrukturun formalaşdırılması sayəsində mümkündür. Bunun üçün təsərrüfat fəaliyyətinin təhlili və məqsədli araşdırmalar vahid kontekstdə həyata keçirilməlidir.

Yaxın perspektivdə "dövlət informasiya ehtiyatlarının formalaşdırılması və mühafizəsi üçün zəruri olan şəraitin yaradılması, ərazi informasiya şəbəkələrinin yaradılması, onların beynəlxalq informasiya şəbəkələri ilə uzlaşması, qarşılıqlı əlaqəsinin təmin edilməsi üçün lazımı təşkilati, hüquqi, texniki siyasətin təyin edilməsi, dövlət informasiya ehtiyatları əsasında dövlət hakimiyyəti və yerli özünüidarə orqanları, təşkilati-hüquqi və mülkiyyət formasından asılı olmayaraq bütün müəssisə, idarə və təşkilatların, vətəndaşların müvafiq informasiya ilə təmin olunması üçün şərait yaradılması, informasiya fəzasında milli təhlükəsizliyin təmin edilməsi, informasiya məhsulları və xidmətləri bazarında informasiya münasibətlərinin subyektləri, o cümlədən, xarici subyektlər tərəfindən inhisar fəaliyyəti və haqsız rəqabətin qarşısının alınması və yol verilməməsi" -informasiyalaşdırma sahəsində Azərbaycanın dövlət siyasətinin prioritetlərinə aiddir (1, maddə 3).

İnformasiyalaşdırma sahəsində, hazırda Azərbaycanın dövlət siyasətinin prioritetlərinə, həm-

çinin, informasiya proseslərinin tənzimlənməsi və informasiyanın mühafizəsi sahəsində normativ-hüquqi bazanın inkişaf etdirilməsi, informasiyalaşdırma mühitində bütün müəssisə, idarə və təşkilatların, habelə, vətəndaşların hüquqlarının təmin olunması, müvafiq mühitdə elmi-texniki və istehsal siyasəti prioritetlərinin əsaslandırılması və həyata keçirilməsi, informasiyalaşdırma layihələri və proqramlarının dəstəklənməsi aid edilir.

Hüquqi baxımdan informasiya ehtiyatları sənədləşdirilmiş informasiyanın məcmusu hesab olunur. Onu da qeyd etmək ki, qabaqcıl təcrübədə qəbul olunmuş bu yanaşma, heç də idarəetmə uçotu informasiyasının informasiya ehtiyatlarından kənarlaşdırılması demək deyildir. Məhz identifikasiya imkanları və ünvanlaşdırma tələbləri bu baxımdan diqqətəlayiqdir. Başqa sözlə, istehsalat tsiklinin nisbi müstəqil mərhələləri üçün icmallaşdırıla bilən idarəetmə uçotu informasiyasının informasiya ehtiyatlarına daxil edilməsi, sənaye müəssisəsinin texnoloji və iqtisadi səmərəlilik göstəricilərinin yaxın perspektivə ekstrapolyasiyası üçün şərait yaradır.

Müstəqilliyini bərpa etmiş Azərbaycan Respublikası dövlətçiliyin bütün atributlarına malikdir və onun daha da möhkəmləndirilməsi istiqamətində inamlı addımlar atır. Bu baxımdan, ölkənin informasiya təhlükəsizliyinin təminatında milli informasiya ehtiyatları sisteminin artan rolu diqqət mərkəzində olmalıdır. Ümumi istifadədə olan informasiya ehtiyatlarının bir hissəsi milli ehtiyatlar elan edilə bilər. Həmin ehtiyatlara dövlət hakimiyyəti və yerli özünüidarə orqanlarının, müəssisə, idarə və təşkilatların, vətəndaşların informasiya ehtiyatları aid edilir.

Azərbaycanda informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının (İKT) prioritet inkişafı kursu milli iqtisadiyyatın dayanıqlı inkişafını və rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi, ən müasir elmi və texnoloji nailiyyətlərə əsaslanan informasiya və kommunikasiya texnologiyaları sahələrinin genişləndirilməsi üzrə proqramların hazırlanması və həyata keçirilməsi ilə müşayiət olunur. “Elektron imza və elektron sənəd haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu (9 mart 2004) və Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2010-cu il 11 avqust tarixli 1056 nömrəli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasında rabitə və informasiya texnologiyalarının inkişafı üzrə 2010-2012-ci illər üçün Dövlət Proqramı (Elektron Azərbaycan)” bu baxımdan xüsusi diqqətə layiqdir. Belə ki, qeyd olunan və bir sıra digər normativ - hüquqi sənədlər informasiya infrastrukturunun inkişafında, elektron xidmətlərin daha geniş tətbiqi və informasiya ehtiyatlarının formalaşması üçün əlverişli mühit yaratmışdır.

Görülən və hal-hazırda davam etdirilən tədbirlər sayəsində Azərbaycanda İKT bölməsinin misilsiz inkişaf tempi əldə olunmuşdur. Beynəlxalq ekspertlər ölkəmizdə İKT bölməsinin inkişaf tempinin dünya üzrə müvafiq göstəriciləri üç dəfə qabaqladığını qeyd edirlər. Təsədüfi deyildir ki, Dünya İqtisadi Forumu tərəfindən hazırlanan «İnformasiya texnologiyalarının qlobal inkişafı haqqında hesabat»da Azərbaycanın sürətlə irəlilədiyi və MDB ölkələri sırasında lider olduğu öz əksini tapmışdır.

Sənaye inqilabının ciddi neqativ nəticələrindən biri, məlum olduğu kimi, bərpa olunmayan resursların tükənməsi təhlükəsinin reallaşmasıdır. 40 ildən artıqdır ki, dünyanın tanınmış alimləri tərəfindən həmin resursların tükəndiyini nəzərə almayan inkişaf konsepsiyasına yenidən baxılması zərurəti, müxtəlif aspektlərdə əsaslandırılır [2]. İnformasiya ehtiyatları həmin resurlara daxil edilmədiyindən resursların səmərəli kombinasiyasında onlara üstünlük verilməsi ideyası, bilik iqtisadiyyatının inkişafı imkanlarından istifadə məsələləri aktuallaşmışdır. Yeni əsrdə, informasiya və bilik iqtisadiyyatının alət və vasitələrinin bərpa olunmayan ehtiyatların qorunmasında artan rolu diqqət mərkəzindədir. Sənayenin informasiya ehtiyatlarının səciyyələndirilməsi zamanı, sahədə istehsalın özünəməxsusluğu və haqqında danışılan ehtiyatların spesifik cəhətləri arasında qarşılıqlı tamamlama effekti diqqət mərkəzində olmalıdır. İlk növbədə, onu qeyd etmək ki, “informasiya ehtiyatları (resursları) təkrar istehsal olunan resurslara aiddir. İnformasiya ehtiyatlarının təkrar istehsalı yaranma, yayılma və istifadə fazalarından ibarətdir. Yaranma fazası təbiət və cəmiyyətin inkişafının dərk olunmasının ictimai prosesidir. Müşahidə və informasiyanın yığılması informasiya

ehtiyatlarının (resurslarının) yaranması prosesinin ilkin mərhələsidir. Yayılma fazası bilavasitə informasiya resurslarına məxsus olan fazadır. Onun zəruriliyi informasiyanın xarakterindən irəli gəlir. Qeyd olunan xüsusiyyət ondan ibarətdir ki, informasiya istifadə zamanı sərf olunmur. Biliyin bir mənbədən digərinə verilməsi o demək deyildir ki, ilkin mənbə həmin bilikdən məhrum olur [3, s. 9]. Milli iqtisadiyyatın digər sahələrində olduğu kimi, sənayedə informasiya ehtiyatlarından istifadə mürəkkəb proses olub, çoxtərəfli informasiya münasibətləri vasitəsi ilə baş verir. Maddi istehsalın bu aparıcı sahəsində, informasiya ehtiyatları, digər istehsal amillərinin bir araya gətirilməsində mühüm rol oynamaqla yanaşı, eyni zamanda, inkişafın texniki-texnoloji təminatının əsas komponentlərindən biri kimi çıxış edir.

Sənayedə informasiya ehtiyatlarının formalaşması mənbələrini daxili və xarici mühit mənbələri kimi fərqləndirmək olar. Sənaye müəssisəsinin struktur bölmələri və işçiləri arasında müxtəlif xarakterli (texnoloji, iqtisadi, sosial, ekoloji və digər) münasibətlərin məcmusu kimi təşəkkül tapan daxili mühit, ilk növbədə, qurumun maliyyə-təsərrüfat durumunu əks etdirən informasiya mənbəyidir. Həmin mühit məhsullar və xidmətlər (onların texniki-iqtisadi xarakteristikaları), məsrəflər, malgöndərmələr, satışın həcmi, çeşidi, kanalları, işçi heyəti, texnoloji proseslər və s. haqqında informasiya mənbəyi olmaqla, əsasən kifayət qədər formallaşdırılmış əməliyyatlar hesabına emal olunur. Müəssisə onu əhatə edən (xarici) mühitin ciddi təsirləri altında fəaliyyət göstərir. Sənayedə informasiya ehtiyatlarının formalaşmasının xarici mühit mənbələri müxtəlif və çoxsaylıdır. Həmin mənbələri makro, mezo və mikro səviyyələrə bölmədən, onların formalaşdığı informasiyalara aşağıdakıları aid etmək olar: -işgüzarlıq mühitində baş verən dəyişikliklər; bazar haqqında informasiya (müşərilər, rəqiblər, xarici tərəfdaşlar, qiymət, tələb-təklif və i.a.); normativ-hüquqi bazadakı dəyişikliklər.

Müəssisənin və ümumilikdə sənayenin informasiya ehtiyatlarını qiymətləndirərkən informasiya, verilən və bilik fərqləndirilir. Baş verən hadisə və prosesə (dəyişikliyə) dair məlumat kimi, verilən ixtiyari müddətə (istifadəyə qədər) dəyişməz qala bilir. Bu baxımdan informasiya, qərar qəbuluna xidmət edən işlənmiş verilənlər kimi nəzərdən keçirilməlidir. Göründüyü kimi, iqtisadi informasiya sistemində verilənlər, informasiya və biliklərin bir-birindən təcrid olunmuş şəkildə nəzərdən keçirilməsi, nəinki praktik, hətta nəzəri baxımdan aktuallığını, hər bir konkret hal üçün xüsusi olaraq əsaslandırmaq lazım gəlir. Belə ki, informasiyanın mənbəyi hərəkət olduğundan, onun mahiyyətinin açıqlanması onun hadisə deyil, proses müstəvisində (dinamikada) nəzərdən keçirilməsini tələb edir. İnformasiyanın işlənməsinin bu və ya digər mərhələsində verilənlər (biliklərin tətbiqi ilə) informasiyaya çevrilir. Sonrakı mərhələlərdə isə, informasiyanın kifayət qədər ciddi tələblərə cavab verən strukturlaşdırılması onların biliyə çevrilməsi ilə müşayiət olunur.

İnformasiyanın biliyə transformasiyası prosesi informasiya iqtisadiyyatının kateqoriyalarına analitik yanaşma tələb edir. İlk növbədə onu qeyd edək ki, informasiya ehtiyatlarının real qiyməti onlardan istifadə prosesinin idarə edilməsinin səmərəliliyinin mühüm şərtidir. İnformasiyaya əmtəə kimi münasibət, informasiya ehtiyatlarının idarə edilməsinin başlıca prinsiplərindən biri olmalıdır. Bəri başdan qeyd edək ki, belə yanaşma ictimai istifadədə olan informasiya ehtiyatlarına birtərəfli, başqa sözlə, sırf pragmatik münasibət deyildir. Unutmaq olmaz ki, bazar münasibətləri şəraitində digər resursların mübadiləsi, heç də onların bölgüsü hallarını istisna etmir. İnformasiya ehtiyatlarının həcmi və strukturunun optimallığı, ilk növbədə dolğunluq (tamlıq) və qeyri - izafilik meyarlarına uyğunluğu tələb edir. Əlbəttə, dolğunluq (tamlıq) və qeyri - izafilik ümumiləşdirici anlayışlar olduğu nəzərə alınmaqla, optimallıq şərtlərinin əlavə detallaşdırmağa ehtiyacı vardır. Biliklərə gəldikdə isə, informasiya sistemində bu baxımdan ehtiyatların artmasına yuxarı hədd qoyulmur. Məsələ ondadır ki, biliklərin (informasiya sistemində) biliklər bloku genişləndikcə, gəlirlərin də artması müşahidə edilir. Bilik iqtisadiyyatına bir dəfə qoyulan vəsait, təkrar-təkrar gəlir gətirir. Belə ki, yüksək texnoloji məhsulun informasiya komponentinə yönəldilən məsrəflərin dəyişən hissəsinə əhəmiyyətli dərəcədə qənaət olunur. Bu və digər səbəblərdən, maddi, əmək

və maliyyə resurslarının ciddi məhdudluğu şəraitində, istehsalın genişləndirilməsində onlardan asılılığı zəiflətmək üçün, ağırlıq mərkəzini informasiya ehtiyatları üzərində keçirmək məqsədilə sistemli tədbirlər görülür. Başqa sözlə, informasiya sistemlərində biliklərdən daha intensiv istifadə hesabına (ənənəvi istehsalatda belə meyil elmtutumluluğun artırılması adını almışdır) innovasiyalı inkişafa prioritetlik verilir. Məqsəd, əhalinin mühüm bir hissəsi üçün, çox da uzaq olmayan perspektivdə təbii ehtiyatlardan daha çox biliklərin və kommunikasiyaların sərvət mənbəyinə çevrilməsini təmin etməkdir.

Qarşıya qoyulan məqsədə yaxın perspektivdə nail olmağın mühüm istiqamətlərindən biri, istehsal proqramının həyata keçirilməsi zamanı minimum resurs (əsasən, maddi, əmək və maliyyə resursları nəzərdə tutulur) məsrəfini təmin edən səmərəli kombinasiyanı nəzərdə tutan allokasiya effektinin reallaşdırılmasıdır. Məlum olduğu kimi, iqtisadi artımın tempi və miqyasının, məhz ehtiyatlardan səmərəli istifadə ilə bağlı əhəmiyyətli imkanlarından biri, allokasiya effektinin təmin edilməsidir. Arayış üçün bildirək ki, allokasiya effekti, konkret halda optimallıq effektinin xüsusi halı, digər resurslara nisbətən, informasiya ehtiyatlarından daha çox istifadəni nəzərdə tutan və kifayət qədər əyani təzahürüdür. Sənayedə innovasiyalı inkişaf mühitinin yaxşılaşdırılmasının mühüm istiqaməti kimi allokasiya effektinin gücləndirilməsi, sahənin səmərəli fəaliyyəti üçün zəruri olan informasiya ehtiyatlarının formalaşması prosesinə iqtisadi və hüquqi aspektdə kreativ yanaşmaları aktuallaşdırır.

Ədəbiyyat

1. “İnformasiya, informasiyalaşdırma və informasiyanın mühafizəsi haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı, 3 aprel 1998.
2. Медоуз Д.Х., Медоуз Д.Л., Рандерс Й., Бернс В. III. Пределы роста. Доклад по проекту Римского клуба. “Сложные положения человечества”. Москва, Изд. Московского Университета, 1991, 207 с.
3. Quliyev H.X., Balayev R.Ə. İqtisadi informatika və hesablama texnikası. Bakı, Bakı Biznes Universiteti, 1998, 159 s.

H.Д.Курбанов

Некоторые характеристики формирования информационных ресурсов промышленности

Резюме

Информация, в настоящее время является стратегическим ресурсом промышленности. Процесс формирования этих ресурсов, происходит под воздействием экономических, правовых, технологических и других факторов. В статье, с учетом этих факторов определены некоторые характеристики формирования информационных ресурсов промышленности.

Ключевые слова: информационные ресурсы, процесс, промышленность, факторы, характеристики формирования.

N.D.Qurbanov

Some characteristics of formation of information stocks of industry

Summary

Information is considered as one of the strategic stocks of industry. The process of formation of these stocks happens under the influence of economic, legal, technological and other factors. Some characteristics of formation process of information stocks in industry have been defined taking into consideration those factors.

Keywords: information stocks, industry, process, characteristics of formation.

UOT 63:33,631.16

Akif Həmzə oğlu VƏLİYEV,
k/t.ü.f.d.
AETKİ və Tİ

TƏSƏRRÜFATIN ÖLÇÜLƏRİNİN OPTİMALLAŞDIRILMASININ BƏZİ METODOLOJİ ASPEKTLƏRİ

Xülasə

Məqalədə təsərrüfatlarda torpaqdan istifadənin ölçülərinin optimallaşdırılmasının nəzəri-metodoloji məsələləri araşdırılır. Torpaqlardan səmərəli istifadəni və dayanıqlı təsərrüfat fəaliyyətinin formalaşdırılmasını təmin edən amillər xarakterizə olunur və dünya təcrübəsinə istinadən torpaqların istifadəsinə dair mövcud meyillər elmi cəhətdən əsaslandırılır.

Açar sözlər: torpaqdan istifadə, təsərrüfatçılıq sistemi, dayanıqlı təsərrüfat, optimallaşdırma, ekoloji mühit, landşaft.

Giriş

Torpaqdan istifadənin və istehsal strukturunun optimallaşdırılması problemləri olduqca mürəkkəb bir prosesdir və hər bir konkret ölkədə onların müxtəlif həlli yolları mövcuddur. Hər müəssisənin və ya təsərrüfatın istehsal proqramlarının uğurla yerinə yetirilməsi, həm də torpaq ehtiyatlarından istifadənin səmərəliliyi bu problemlərin hər birindən çox asılıdır.

Bazar iqtisadiyyatı əsasında inkişaf edən ölkələrdə müəssisələrin və kəndli təsərrüfatlarının iriləşdirilməsi, kənd təsərrüfatı ilə məşğul olmaq istəməyən şəxslərdən icazə yolu ilə əldə edilən torpaqların, yaxud dağılmış və ya müflisləşmiş kiçik təsərrüfatların torpaqları hesabına həyata keçirilir.

Sovetlər İttifaqı dağıldıqdan sonra digər postsovet ölkələrində olduğu kimi respublikamızda da aparılan aqrar islahatlar nəticəsində kənd təsərrüfatına yararlı əkin yerləri, çoxillik əkmələr və dincə qoyulmuş torpaqların əksəriyyəti xüsusi mülkiyyətə verildi və beləliklə, iri təsərrüfatlar çoxsaylı xırda təsərrüfatlara parçalandı. Belə olduqda qarşıda duran ən vacib məsələlərdən biri torpaqlardan yüksək dərəcədə səmərəli istifadə etməklə, daha rentabelli və rəqabətqabiliyyətli əmtəə məhsulu istehsal edən, optimal ölçüyə malik dayanıqlı təsərrüfatların yaradılması oldu.

Tədqiqatın səciyyəsi.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində dayanıqlı təsərrüfatçılıq sisteminin formalaşdırılması, sahənin iqtisadi inkişafı baxımından olduqca vacib şərtdir. Təsərrüfatın dayanıqlı olmasını təmin etmək üçün, ilk növbədə dayanıqlığa təsir edən amillər müəyyən edilməlidir. Bu amillərə əsasən aşağıdakıları daxil etmək olar:

- ərazinin yığcam olması;
- kənd təsərrüfatına yararlı yüksək keyfiyyətli torpaqların xüsusi çəkisinin kifayət qədər olması;
- əsas istehsal massivlərinin istehsal infrastrukturuna yaxın yerləşdirilməsi;
- texnoloji aktivlik;
- maliyyənin kifayət qədər olması;
- istehsal resurslarının olması;
- torpaq-mülkiyyət münasibətləri və s.

Aşağıdakı cədvəldə dayanıqlığı təmin edən amillər və onların hər biri üzrə vacib olan tədbirlər öz əksini tapmışdır (cədvəl 1).

Torpaqdan istifadənin dayanıqlılığına təsir edən amillər və onlar üzrə tədbirlər

| Əsas amillər | Əsas tədbirlər |
|---|--|
| Ərazinin yığcamlılığı və torpaqlardan istifadənin dayanıqlılığı | İstehsalın ixtisaslaşmasından asılı olaraq torpaqlardan istifadənin əsasən eyni massivdə olması, yaşayış yerinə (malikanəyə, fermaya və s.) yaxın yerləşməsi, optimal ölçüdə olması. |
| Yüksək keyfiyyətli torpaqların kifayət qədər xüsusi çəkiyə malik olması | Torpaqların münbitliyinin mütəmadi olaraq yüksəldilməsi üçün tədbirlərin həyata keçirilməsi: mineral və üzvi gübrələrin tətbiqi, ərazinin relyef və landşaft xüsusiyyətlərini nəzərə almaqla becərmənin düzgün aqrotexniki qaydada aparılması. |
| Səhrələşməyə məruz qalan və deqradasiyaya uğramış ərazilərin olmaması, biçənək-otlaq sahələrinin və mövcud mal-qaranın baş sayının normaya uyğun olması | Biçənək-otlaq sahələrinin köklü yaxşılaşdırılması, heyvanların otarılmasında mövcud normaların tətbiqi, maili yerlərdə meşə örtüyünün salınması; şoranlaşmış və şorakətləşmiş torpaqların yaxşılaşdırılması üçün müvafiq meliorativ tədbirlərin həyata keçirilməsi və s. |
| İstehsal və sosial infrastrukturun inkişafı | İstehsal infrastruktur obyektlərinin mövcudluğu: emal müəssisələrinin, anbarların, elevatorların, məhsulun bazara çıxarılması üçün nəqliyyat xərclərinin aşağı olması, əhaliyə xidmət göstərən sosial-mədəni infrastruktur obyektlərin inkişafı və s. |
| Texnoloji aktivlik | Nəmlik saxlayan (qoruyan) və aqrolandşafta dair texnologiyaların tətbiqi. |
| Maliyyə dayanıqlılığı | Kifayət qədər şəxsi dövriyyə vəsaitinin, istehsalı genişləndirmək üçün gəlirin, habelə yüksək ödəniş qabiliyyətini təmin edən vəsaitlərin olması. |
| Yüksək istehsal imkanları (potensialı) | Kənddə əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsi üçün lazımı qədər torpaq ehtiyatları, əmək və maddi-texniki resursların, habelə sənaye sahələrinin və xidmət infrastrukturlarının olması. |
| İnstitusional təşkil (quruluş) | Təsərrüfatdaxili torpaqdan istifadənin stabil dövriyyəsi: vərəsəlik, təsərrüfat və ya müəssisədaxili torpaq payının bağışlanması və s. |
| Torpaq mülkiyyətinə münasibət | Xüsusi mülkiyyət, uzunmüddətli icarə. |

Buradan aydın olur ki, hər hansı bir müəssisənin və ya kəndli təsərrüfatının optimal ölçülərinin formalaşması prosesi üçün müəyyən istehsal strukturunun, resurs potensialının və müəyyən həddə istehsalın təmərküzləşməsinin olması vacibdir.

Kənd təsərrüfatında torpaqdan, əmək və maddi-texniki resurslardan istifadə etməklə istehsalın genişləndirilməsi üçün resurs imkanlarının olması da ən vacib şərtlərdəndir. Müəssisənin (təsərrüfatın) təşkilati-hüquqi formasından asılı olmayaraq istehsal həcminin genişləndirilməsi, əvvəllər formalaşmış təsərrüfat əlaqələrinin dəyişdirilməsini və yeni əlaqələrin yaradılmasını zəruri edir. Bu zəruriyyət nəticəsində çoxsahəli iqtisadi şəraitdə torpaq dövriyyəsinin təsiri, istehsalın istiqamətinin dəyişdirilməsi və s. amillərdən asılı olaraq təsərrüfatda bir təşkilati formadan digərinə tədricən təbii keçid mexanizmi formalaşır.

Bildiyimiz kimi, respublikada həyata keçirilən aqrar islahatlar nəticəsində müxtəlif təşkilati-hüquqi formalı və müxtəlif ölçüdə yeni təsərrüfat subyektləri yaranmış, bir təsərrüfatçılıq forması

digəri ilə əvəz olunmuşdur. Dünya təcrübəsindən də məlumdur ki, hər bir belə proses zamanı istehsal sahələrinin təşkilati-hüquqi formasının inkişafında dəyişiklik aparılması zərurəti yaranır. Təbii ki, belə olduqda istər-istəməz yeni yaranan təsərrüfatların həm torpaq sahəsinin, həm işçi qüvvəsinin, həm də əsas istehsal fondlarının və digər istehsal vasitələrinin ölçüləri də dəyişməli olur. Bu zaman optimal ölçünün səmərəliliyinə xüsusi diqqət yetirilməlidir. Bir çox ədəbiyyatlarda torpaqdan istifadənin və təsərrüfatın təşkilati-hüquqi formasının optimal ölçülərinin səmərəlilik göstəricisi kimi istehsal vasitələrinin “resurs balanslılığı”nın əsas götürülməsi məqsədəuyğun hesab edilir [2].

Qeyd etmək lazımdır ki, hər hansı bir müəssisənin, yaxud təsərrüfatın ölçüsünün formalaşması prosesi müəyyən istehsal strukturuna, resurs imkanlarının səviyyəsinə və istehsalın təmərküzləşmə həddinə uyğun olmalıdır.

Kənd təsərrüfatında resurs potensialına torpaqdan, əmək və texniki resurslardan istifadə etməklə istehsalın genişləndirilməsinin başlıca şərti kimi baxılır və onların tətbiqinin balanslılıq dərəcəsi müxtəlif sahələrin fəaliyyətini əks etdirir. Bununla yanaşı, hətta müxtəlif təşkilati-hüquqi forma daxilində iriləşdirmə (genişləndirmə) aparılması mövcud təsərrüfat əlaqələrində müvafiq dəyişikliklər və yeniliklər etməyi tələb edir. Bu barədə tədqiqatçıların fikirləri müxtəlifdir.

Məsələn, Rusiya alimlərinin bir qismi resurs balanslılığından asılı olaraq istehsal tiplərinin və təşkilati formanın iqtisadi üstünlüyünün dəyişməsi qanunauyğunluğunu müəyyən edən “istehsal təmərküzləşməsi” modelini təklif edir. Bu modelə əsasən, torpaqların istifadəsində və təsərrüfatların təşkilində optimal ölçünün müəyyən edilməsi üçün təsərrüfatlarda, yaxud müəssisələrdə resurs balanslılığının təmin edilməsi olduqca vacibdir.

Digər qisim alimlər ərazinin landşaft xüsusiyyətlərinin də nəzərə alınmasını əsas sayır, əkinçilik sisteminin və landşaftın formalaşmasında kənd təsərrüfatı yerlərinin (uqodiyaların) strukturlarının optimallaşdırılmasının vacibliyini qeyd edirlər. Onların fikrincə, əkin sahələrinin genişləndirilməsi, torpağa, bitkiyə və ətraf mühitə müxtəlif vasitələrlə təsirlərin artması ilə landşaftın kompensasiya etmə qabiliyyəti azalır, torpağın yararlılıq xüsusiyyəti və rejimi pisləşir, eroziya prosesi aktivləşir, ərazinin hidroloji və hidrogeoloji vəziyyəti pozulur ki, bu da torpağın və kənd təsərrüfatı məhsullarının çirklənməsinə səbəb olur [1].

Landşaftın strukturunun formalaşmasında və optimallaşdırılmasında ən vacib məsələlərdən biri ətraf mühitin mühafizəsini, torpağın münbitliyini, keyfiyyətli məhsul istehsalını təmin edən əkin və otlaq sahələrinin, meşə örtüyünün, habelə su mənbələrinin lazım olan nisbətində elmi əsaslarla müəyyən edilməsidir. Bu məsələnin həlli öz mürəkkəbliyi ilə səciyyələnir və bu mürəkkəblik landşaft tiplərinin müxtəlifliyi, onların bənzərsizliyi və coxcəhətliliyi, habelə kənd təsərrüfatı yerlərinin (uqodiyaların) bioenerji potensialının və ekoloji tutumunun müxtəlifliyi ilə izah olunur. Bununla belə, çətin olsa da torpaqların istifadəsi zamanı sadalanan amillərin hər birinin optimallaşdırılması olduqca vacibdir.

Bütün bunlar onu deməyə əsas verir ki, torpağın əkinçilikdə istifadəsi landşaft-ekoloji sistem əsasında aparılmalıdır. Bunun əsas mahiyyəti isə yerli torpaq-iqlim və sosial iqtisadi şəraitə maksimum uyğun balanslaşdırılmış ekoloji sistemin yaranmasından ibarətdir. Belə elmi-metodoloji yanaşma torpağın münbitliyinin artırılmasını və dayanıqlı əkinçilik sisteminin formalaşmasını təmin etməklə yanaşı, landşaft ekologiyasının bir elm sahəsi kimi inkişafına da imkan yaradacaqdır.

Çoxsahəli təsərrüfatçılıq şəraitində əkinçiliyin landşafta uyğun inkişaf etdirilməsi, ərazinin landşaftının morfoqenetik strukturunun təsərrüfatdan və inzibati sərhəddən prioritetliyinə əsaslanır və onun vacibliyi bir sıra obyektiv səbəblərlə izah olunur.

Bu yanaşma, əvvəla, təbii və antropogen amillərin daima qarşılıqlı əlaqələrinin təmin olunma-

sına imkan verir. İkincisi – yerli şəraitə uyğun intensiv əkinçilik amillərinin rolunu genişləndirir və artırır, eyni zamanda bioloji və biokimyəvi maddələrin dövrünü, habelə enerji vasitəsi ilə landşafta, həmçinin təbii ekosistemə keyfiyyət baxımından təsir edir. Üçüncüsü – torpaq örtüyünün deqradasiyasını nəinki azaldır, hətta bərpası belə mümkün olmayan bu prosesi tamamilə dayandırır. Dördüncüsü – eyni vaxtda enerji sərfini azaltmaqla əkinçilikdə məhsuldarlığın kifayət qədər artımını təmin edir. Beşincisi – insanların sosial-iqtisadi rifahının və aqrəsənaye istehsalının səmərəli fəaliyyətinə elmi əsas yaradır.

Əkinçiliyin landşaft yönümlülüüyü, ilk növbədə istehsalın landşaftın müxtəlif struktur elementlərinə uyğunlaşma qabiliyyətini və kənd təsərrüfatının çoxsahəli olmasını nəzərə almalıdır.

Ekoloji baxımdan dayanıqlı aqrolandşaftın formalaşması probleminin həlli, aqromühitin mövcud görünüşünün qorunub saxlanması və əkinçiliklə məşğul olan təsərrüfat subyektlərində müxtəlif növ kənd təsərrüfatı yerlərinin (uqodiyaların) optimal nisbətini müəyyən edilməsi əsasında mümkündür. Təbii ki, əkinçilikdə ərazinin şumlanması qaçılmazdır, bununla belə kənd təsərrüfatında istifadə olunan ərazilərdə məhsuldarlıq aşağı olsa belə, təbii ekosistem maksimum qorunmalıdır. Çünki, belə ərazilər eroziya prosesinin inkişafının və torpaqların deqradasiyasının qarşısını alır, faydalı həşəratların yaşayış yeridir, orada nadir və itməkdə olan bitki və heyvan növlərinin çoxalmasına (artmasına) münbit şərait mövcuddur. Az məhsuldar yerlərin qorunub saxlanması yalnız kənd təsərrüfatı landşaftının ekoloji tarazlığını təmin etməkdən ötrü deyil, həm də gələcəkdə oradan daha yüksək iqtisadi gəlir əldə etmək üçün lazımdır.

Nəticə

Yuxarıda qeyd olunanlar onu deməyə əsas verir ki, hazırda kənd təsərrüfatı təyinətli torpaqların istifadəsi barədə əsas iki meyl mövcuddur. Birinci meyl – ekoloji amilləri nəzərə almaqla torpaqlardan istifadənin intensivləşdirilməsini nəzərdə tutur. Burada məqsəd hər bir iqtisadi rayon üçün elmi əsasla müəyyən edilmiş normativlərə və daha uyğun kənd təsərrüfatı yerlərinə (uqodiyalara) əsaslanan landşaft – əkinçilik sisteminin, ekoloji – landşaft əkinçiliyinin və yerquruluşunun inkişafından, ekoloji baxımdan ərazinin şumlanmasının mümkün həddinin müəyyən edilməsindən, təbii komplekslərin bərpası və kənd təsərrüfatı yerlərinin məhsuldarlığının artırılması yolu ilə kənd təsərrüfatının ekoloji təhlükəsizliyinin təmin edilməsindən ibarətdir. Bu cür strategiya ekoloji baxımdan tarazlı aqrolandşaftın və əkinçilik sisteminin formalaşmasına imkan yaradır.

İkinci meyl – ənənəvi olaraq kənd təsərrüfatına yararlı torpaqların ekstensiv xarakterə malik istifadəsini əks etdirir. Burada kənd təsərrüfatına yararlı mövcud torpaq sahələrinin olduqca səmərəsiz istifadə edilməsi ilə yanaşı, yararlı torpaqların qeyri-kənd təsərrüfatı məqsədləri üçün istifadəsi geniş vüsət alır, istehsal dövriyyəsinə isə yeni torpaq sahələri cəlb edilir. Bu da külli miqdarda maliyyə vəsaitinin sərf edilməsi hesabına başa gəlir. Bu yanaşmada ərazinin landşaft xüsusiyyətləri və ekoloji amilləri nəzərə alınmadan, ilk növbədə məhsuldar kənd təsərrüfatı yerlərinin (uqodiyaların) əkin altında istifadəsi nəzərdə tutulur.

Hesab edirik ki, əkinçiliyə landşaft yönümlü yanaşma daha düzgündür, çünki, bu yanaşma ekoloji təmiz kənd təsərrüfatı məhsulları əldə etmək məqsədi ilə təbii və antropogen resurslardan iqtisadi baxımdan məqsədyönlü və ekoloji təhlükəsiz istifadəni təmin edir.

Ədəbiyyat

1. Аграрный сектор Казахстана: экономическая и социальная модернизация. Алматы, 2010, 563 с.
2. Кресникова Н.И. Регулирование землепользования в зарубежных странах и России // Международный сельскохозяйственный журнал. 2005, №2, с. 43-46.

А.Г.Велиев

К.С.Х.Н.

Некоторые методологические аспекты оптимизации размеров хозяйств

Резюме

В статье исследуются теоретическо-методологические аспекты оптимизации размеров землепользования в хозяйствах.

Характеризуются факторы, обеспечивающие формирование рационального использования земель и устойчивых действий хозяйств. А также ссылаясь на мировой опыт, обосновываются современные тенденции землепользования с точки зрения науки.

Ключевые слова: землепользование, хозяйственная система, устойчивое хозяйство, оптимизация, экологическая среда, ландшафт.

А.Н. Valiyev

Ph.D. in Agriculture

Some methodological aspects of the optimization of farm measures

Summary

Theoretical and methodological issues of the optimization of land usage measures in farms are investigated discussed in the article. Factors that ensure formation of farm activities and an efficient usage of lands are characterized and based on international experience current trades in land usage are substantiated scientifically.

Key words: land usage, farm system, sustainable economic, optimization, environment, landscape.

BAZA: MARKETİNQ TƏDQIQATLARI VƏ XİDMƏTLƏRİ

UOT 338.33

Tahir Şükür oğlu ŞÜKÜROV
i.e.n., dosent, Azərbaycan Kooperasiya Universitetinin
prorektoru

RƏQABƏT MÜHİTİ ŞƏRAİTİNDƏ AZƏRBAYCANIN ALİ MƏKTƏBLƏRİNDƏ MARKETİNQ XİDMƏTİNİN ZƏRURİLİYİ

Xülasə

Məqalədə Azərbaycanın ali məktəblərində marketinq xidmətinin tətbiqinin rolu, müasir vəziyyəti, zəruri şərtləri və aktual problemləri elmi əsaslarla tədqiq edilmişdir. Ali təhsil xidməti bazarında marketinqin səmərəli təşkili istiqamətləri, funksiyaları və islahatların həyata keçirilməsində onun əhəmiyyəti zəngin faktiki informasiyanın təhlili ilə araşdırılaraq konkret nəticə və təkliflər irəli sürülmüşdür.

Açar sözlər: marketinq, təhsil xidməti bazarı, marketinq tədqiqatları, təhsilin marketinqi, rəqabət, marketinqin tətbiqi, səmərəlilik, keyfiyyət.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2013-cü il 24 oktyabr tarixli sərəncamı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasında təhsilin inkişafı üzrə Dövlət Strategiyası”nda deyilir: “Ali təhsil müəssisələri məzunlarının tərkibi iqtisadiyyatın tələbatları ilə tam uzlaşmır... Hər 100.000 nəfərə düşən ali məktəb tələbələrindən sayına görə Azərbaycan Respublikası üzrə göstəricilər əhəmiyyətli dərəcədə artırılmalıdır” [2].

“Dövlət Strategiyası”ndan göründüyü kimi, Azərbaycanda ali təhsil demokratik dövlət kimi onun milli və dövlət müstəqilliyinin möhkəmləndirilməsinin əsas elementlərindən biridir. Hər hansı dövlətdə təhsilin inkişaf səviyyəsi cəmiyyətin iqtisadi və sosial rifahını müəyyən edir. Xarici ekspertlərin fikrincə, iqtisadi artım sürətinin 40%-ə qədəri təhsildən asılıdır [3].

Məhz bu baxımdan təhsil xidməti bazarında marketinq xidmətinin təşkili və tədqiqi zəruridir.

Marketinq fəaliyyətinə və onun təşkilati formasına strateji yanaşmanın zəruriliyi, həmçinin, ali təhsil müəssisələrinin məhsulunun, təhsil xidməti istehlakçılarının, alıcıların və məqsədli auditoriyanın müəyyən edilməsi ali təhsil marketinqinin əsasını təşkil edir.

Təhsil xidmətinə tələbin öyrənilməsi və onun bazarın tələbatına uyğunluğu, həmçinin, rəqabət qabiliyyətinin müəyyən edilməsi təhsil müəssisələrinin əsas vəzifələrindən biridir. Qarşıya qoyulan vəzifələrin yerinə yetirilməsi ali məktəblərin fəaliyyətində marketinq vasitələrindən səmərəli istifadənin nəticəsi ola bilər.

Təhsil xidməti marketinqinin əsas məqsədi təhsil xidməti bazarında təhsil müəssisələri strategiyasını formalaşdırmaqdan ibarətdir.

Marketinqin tətbiqinin zəruriliyi bütünlükdə ölkə üzrə təhsil xidməti bazarının hələ də tam formalaşmaması, bir çox ali məktəblərdə marketinqin rolu haqqında dəqiq təsəvvürün olmaması və onun yalnız reklam kimi birtərəfli anlaşılması ilə şərtlənir.

Belə bir şəraitdə ali təhsilin marketinq xidmətinin yaradılması və formalaşdırılması zərurəti təhsil xidməti bazarında mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Son illər Respublikanın ali məktəblərinə tələbə qəbulu və tələbələrin ümumi sayı xeyli artmışdır. Belə ki, 2013/2014-cü dərslərin ilinin əvvəlində Azərbaycanın 52 ali məktəbində 145,6 mindən

çox tələbə təhsil alır ki, onlardan da təqribən 34 min nəfəri 2013-cü ildə qəbul olunanlardır. Lakin, statistik məlumatlara görə, inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisədə əhalinin hər 10.000 nəfərinə (ABŞ-da 445, Böyük Britaniyada 276, Rusiyada 449, Qazaxıstanda 510 tələbə) Azərbaycanda cəmi 156 tələbə düşür. [1]

Buna baxmayaraq, ölkədə təhsil siyasətinin uğurla həyata keçirilməsi və insan kapitalına diqqət Dövlətin güclü müdafiəsindədir. Təhsilin inkişafına ayrılan dövlət vəsaiti ildən-ilə artır. Bu 2003-cü ildəki 234,8 mln. manatdan 2012-ci ildə 1453,2 mln. manata çatmış və dövlət xərcləri yalnız son beş ildə 1,3 dəfə artmışdır. [2]

Ayrılan dövlət vəsaitindən və ödənişli əsaslarla təhsil xidmətindən təhsil iştirakçılarının faydalanması, onların tələbat və ehtiyaclarının öyrənilməsi və ödənilməsi, ali təhsilli kadrlara tələbatın optimal qiymətləndirilməsi üçün marketinq xidməti əvəzsiz rol oynaya bilər.

Qeyd etmək lazımdır ki, rəqabət bazarı şəraitində təhsil xidməti marketinqinin yalnız praktiki tətbiq sferasında spesifik xüsusiyyətləri vardır. Onlara məxsus bütün əsas praktiki cəhətlər hər hansı mal və ya xidmət bazarının marketinqindən fərqlənir.

Təhsil xidməti bazarının məhsulu dedikdə, bu bazarın subyektləri (ali məktəb, fərdi müəllimlər, peşə məktəbləri, kollec və s) tərəfindən təklif edilən bilik, bacarıq və vəzifələr nəzərdə tutulur.

Təhsil sferasında xidmət təklif edənlər və onların istehlakçıları arasında sazişlər mübadilə vasitəsilə (tələb və təklif) həyata keçirilir.

Təhsil xidmətinin istehlakçıları kimi, adətən yaşı 16-dan 30-dək olan gənclər çıxış edir. Bu və ya digər xidmət alan gənclərin motivasiyası, yuxarı yaşda olan adamların motivasiyasından ciddi surətdə fərqlənir.

Ali təhsil müəssisələrində aktiv və düşünülmüş marketinq siyasətinin əhəmiyyəti düzgün anlaşılmalı, bazarın uyğun tədqiqi və reklam tədbirləri bütün tədris ili ərzində planlaşdırılmalı və sistemativ olaraq aparılmalıdır.

Hal-hazırda respublikamızda ali təhsil xidməti iştirakçılarının bir çox ixtisaslar üzrə təklifi bəzi hallarda tələbi üstələyir və ya əksinə, tələb təklifdən yüksəkdir. Bu da ali təhsildə tələb və təklif nisbətinin pozulmasına səbəb olur ki, nəticədə marketinq xidmətinin təşkili zərurəti yaranır.

Nəzərə almaq lazımdır ki, təhsil müəssisələrinin marketinq fəaliyyəti özündə aşağıdakı istiqamətləri birləşdirir:

- mal siyasəti (keyfiyyət, çeşid, servis);
- qiymətin yaranması və təhsil xidmətinə qiymətin adaptasiyası;
- təhsil müəssisələrinin kommunikasiyası (reklam, qarşılıqlı müqavilə və s.) ;
- təhsil xidmətində satış;
- təhsil müəssisələrində personal problemi:

Azərbaycanın təhsil xidməti bazarının xüsusiyyətlərindən biri ali məktəblərin potensial tələbələri cəlb etmək üçün apardığı artan rəqabət mübarizəsindən ibarətdir. Çox təəssüf ki, çoxsaylı faktların təhlilinə görə, bəzi ali məktəblərdə tələbələrin hazırlığı profili bir qayda olaraq daha çox ehtiyac duyulan ixtisaslara tələbin ödənilməsinə deyil, daha çox cəlbəedici - “dəbdə” olan peşə və ixtisaslara yönəlmişdir. Bu da həm kəmiyyət, həm də keyfiyyət komponentləri üzrə əmək bazarı və təhsil xidmətinin balansının pozulmasına səbəb olur. Qeyd edilən problemin həlli subyektiv amillərin deyil, marketinq tədqiqatlarının nəticələrinə əsaslanan düşünülmüş təhsil siyasətinin həzrlənməsindən çox asılıdır. Bunun üçün mütəxəssis hazırlığı aparılan konkret istiqamətlərin rəqabət qabiliyyətini təmin edən ali məktəblərin, fakültə və buraxılış kafedralarının daxili və xarici rəqabət strategiyası işlənəməlidir.

Hal-hazırda ali təhsil müəssisələrində marketinq xidmətinin yaradılması bazar iqtisadiyyatının strateji və taktiki zərurətindən irəli gəlir. Lakin bir çox təhsil müəssisələrində hələ də bu xidmətin hansı funksiyaları yerinə yetirməsi, onların fəaliyyət xüsusiyyətinin nədən ibarət olması, onların ali məktəbin digər strukturları ilə qarşılıqlı fəaliyyətinin necə həyata keçirilməsi və həmin mütə-

xəssislərin necə qiymətləndirilməsi haqqında tam təsəvvürlər yoxdur.

Hər şeydən əvvəl başa düşmək lazımdır ki, müasir iqtisadi şəraitdə təhsil müəssisələri ali məktəbin xarici amilləri və daxili resursları arasında nisbətən öyrənilməsinə imkan verən strateji marketingin tərkib hissəsi olan innovasiya idarəetməsinin tətbiqini tələb edən bazar münasibətlərinin bərabər hüquqlu subyektlərinə çevrilir. Strateji planlaşdırma və marketing əsasında innovasiya idarəetməsi təhsilin “Dövlət Strategiyası”na uyğun olaraq ali məktəbin tədricən inkişafını, təhsil xidməti bazarında onun aktiv davranışını və rəqabətqabiliyyətliliyini təmin etmək imkanına malikdir.

Təhsil müəssisələri (ali məktəb) daxili marketing tədqiqatları əsasında idarəetmə üçün zəruri vasitələri seçir və ali məktəbin məqsədinə uyğun olaraq innovasiya qərarlarını hazırlayır.

Ali məktəblərdə strateji marketing innovasiya tədqiqatlarının aparılmasını zəruri edir ki, bu da öz növbəsində professor-müəllim heyətinin elmi-innovasiya fəaliyyətinin stimullaşdırılmasına şərait yaradır.

Beləliklə, yuxarıda qeyd edilənlərdən belə nəticəyə gəlmək olar ki, ali təhsil müəssisələrində marketing xidmətinin əsas funksiyaları həmin müəssisələrdə marketingin spesifik xüsusiyyətlərini əks etdirən daxili və xarici mühitin təhlilindən ibarətdir.

Aparığımız araşdırmalara görə, respublikanın ali təhsil xidməti bazarında xarici mühitin marketing təhlili aşağıdakı tədqiqatların aparılmasını nəzərdə tutur:

- ali təhsil sisteminin inkişafının meyl və amillərini aşkar etmək;
- regional əmək bazarı və təhsil xidmətində ali məktəbin fəaliyyət məhsuluna tələbdə dəyişikliyin meyl və amillərini müəyyən etmək;
- aliməktəblərarası rəqabətin meyl və amillərini aşkar etmək;
- əmək bazarı və təhsil xidmətində ali məktəbin vəziyyətini müəyyən etmək;
- situasiyanın inkişafının proqnozlaşdırılması;
- ali məktəbin fəaliyyətində güclü və zəif tərəflərin aşkar edilməsi və s.

Marketingin tətbiqi və onun tədqiqinin bu istiqamətdə aparılması təhsil xidməti və əmək bazarında ali məktəblərin vəziyyətinin qiymətləndirilməsinə, həmçinin, onların strateji məqsədə nail olması üçün hazırlıq dərəcəsini müəyyən etməyə imkan verir.

Qeyd etmək lazımdır ki, ali məktəblər təhsil prosesinin təminatından başqa, həm də özünün təsərrüfat fəaliyyətini də həyata keçirir. Burada yalnız maliyyə vəsaitinin düzgün xərclənməsi deyil, həm də inzibati-təsərrüfat işlərinin düzgün təşkili və idarə edilməsi vacibdir.

Məlum olduğu kimi, ali məktəblər öz fəaliyyətini əsasən elmi-işlərin və təhsil proseslərinin yerinə yetirilməsi ilə sıx əlaqədə aparırlar. Bununla əlaqədar olaraq ali məktəbin marketing xidməti:

- iqtisadi informasiyanın toplanması və təhlilini həyata keçirməli, marketing məhsulları üzrə məlumat bazasını yaratmalıdır;
- təhsil müəssisəsinin təsərrüfat fəaliyyətinin cari və perspektiv planının hazırlanmasında iştirak etməlidir;
- təhsil alanlara və onların istehlakçılara tələbin proqnozlaşdırılması və bazar konyunkturasının təhlili əsasında marketing siyasətini hazırlamalıdır;
- ali məktəbin sərgi, yarmarka və reklam tədbirlərində iştirakını təşkil etməlidir;
- təhsil müəssisəsinin imicinin formalaşması üzrə təkliflər hazırlamalıdır və s.

Təhsilalan və təhsilverənlərin sayından, təhsil müəssisəsinin böyük və ya kiçikliyinə asılı olaraq ali məktəbin marketing xidmətinin quruluşuna informasiya-analitik qrup, strateji planlaşdırma qrupu, PR-reklam qrupu və operativ marketing fəaliyyəti qrupunun daxil edilməsi məqsəddəyğündür.

Ali məktəblərdə marketing xidmətinin səmərəli təşkilinin nəticəsi strateji inkişaf, təhsil, elmi-tədqiqat, beynəlxalq əlaqələr, maliyyə və inzibati-təsərrüfat fəaliyyəti planının optimal variantının hazırlanmasıdır.

Təhsil müəssisələrində marketingin tətbiqi ali məktəbin idarə edilməsi prosesində mövcud problemlərin aradan qaldırılması, onun təşkilati strukturunun düzgün qurulması və dayanıqlı inkişafın təmin edilməsində müəssisənin rəhbərinə hər vasitə ilə xidmət etməlidir. Bütün bunlar təhsil prosesində və elmi fəaliyyətdə yeni texnologiyanın tətbiqi ilə birlikdə ali məktəbin mövqeyinin möhkəmlənməsinə və perspektiv üçün innovasiya inkişafının təmin edilməsinə imkan verir.

Qeyd etmək lazımdır ki, təhsilin marketingi prinsipcə yeni sistemdir. O, bazar iqtisadiyyatının inkişaf etdiyi ölkələrdə, o cümlədən, Azərbaycanın təhsil bazarında olduqca böyük rol oynayır.

Ali təhsilin marketing anlayışına ali məktəbin təhsil proqramının müəyyən edilməsini, başqa sözlə, onun məhsulu, istehlakçıları, alıcıları və məqsədli auditoriyanı, həmçinin, marketing fəaliyyətinə strateji yanaşmanı aid etmək olar.

Ali təhsil müəssisəsinin marketing xidməti təhsil xidməti bazarının tələblərinə uyğun olaraq əsasən aşağıdakı analitik funksiyaları yerinə yetirməlidir:

- təhsil xidməti istehlakçılarının təhlili və onların ali təhsilə cari və perspektiv tələbatını müəyyən etmək;
- təhsil xidməti bazarında mövcud rəqiblərin təhlili və onların zəif və üstün tərəflərini aşkar etmək;
- ali təhsil müəssisəsinin fəaliyyətinə bu və ya digər formada təsir göstərən digər bazar subyektlərinin fəaliyyətini təhlil etmək;
- təhsil xidməti bazarı və ali məktəblərin fəaliyyətinə makromühit amillərinin təsirini təhlil etmək.

Ümumiyyətlə, rəqabət mübarizəsinin kəskinləşdiyi və dünya bazarına çıxış imkanlarının genişləndiyi hazırkı şəraitdə marketing xidməti ali təhsil müəssisəsinin əsas idarəetmə strukturlarından biri olmalıdır. Çünki, təhsil xidməti və əmək bazarı, onların infrastrukturu, firma və şirkətlərin tələbatı kompleks halda öyrənilmədən ayrı-ayrı ixtisas və fəaliyyət sahələri üzrə ali təhsilli kadr hazırlığı aparılması gözlənilən optimal nəticəni verməyə bilər. Buna baxmayaraq, ali məktəblərə tələbə qəbulunda və məzunların bölgüsündə inkişaf etmiş ölkələrin qabaqcıl təcrübəsindən (işəgötürənlərin sifarişli kadr hazırlığı və onların ali təhsildən sonrakı dövrdə təcrübə toplamaq üçün işə qəbulu təlimlərinin keçirilməsi) faydalanmaq, həm də onlara ödənişli əsaslarla qəbulda məhdudiyətlər götürülməlidir. Bu, yuxarıda göstərdiyimiz kimi, əhalinin hər 10.000 nəfərinə düşən tələbə sayının digər ölkələrə yaxınlaşmasına, bəzi MDB ölkələrinin ali məktəblərində abituriyent çatışmazlığı üzündən gənclərimizin güzəştli şərtlərlə cəlb edilməsinin qarşısının alınmasına, hər şeydən əvvəl isə ali təhsil alan nisbətən dünyagörüşlü, fərqli həyat tərzi, davranışı, ictimai-siyasi baxışları formalaşmış gənclərin sayının artmasına imkan verir.

Hər il ali məktəbi bitirən təxminən 30-40 min nəfər gəncin 50 faizi yetkin bilik səviyyəsinə, davranış, dünyagörüşünə və həyat tərzinə malik olursa bu, sürətlə inkişaf edən müstəqil Azərbaycan cəmiyyəti üçün pis nəticə deyil.

Azərbaycanda 15 və yuxarı yaşlı əhalinin hər 1000 nəfərinə 125 nəfər ali təhsilli mütəxəssis düşür ki, bu da 2001-ci ilin əvvəli ilə müqayisədə 15,7 faiz çoxdur. [6]. Lakin, hələ də tam orta məktəbi bitirib attestat alan məzunların ali məktəbə qəbulunda əsasən qəbul planının məhdudluğu və daha bilikli gənclərin ali təhsilə cəlb edilməsi səbəbindən digər ölkələrlə müqayisədə geriləmə müşahidə edilir. Hal-hazırda tam orta məktəbi bitirən məzunların təqribən 35 faizi ölkənin ali məktəblərində təhsillərini davam etdirir.

2011/2012-ci tədris ilində ölkənin ali məktəblərinə tələbələrin qəbulu (bakalavr) 2005/2006-cı dərəcəsinə nisbətən 8,7 faiz artsa da, ali məktəbi bitirib diplom alan məzunların sayı müqayisə edilən dövrdə təqribən 4 faiz azalmışdır. [6] Bu disproporsiya ali təhsildə tələb və təklif münasibətlərini, başqa sözlə, marketing xidmətinin tətbiqini sürətləndirməyi və təhsil xidməti bazarının bu əsasda kompleks öyrənilməsinə zəruri edir.

Azərbaycanın ali təhsil xidməti bazarında vəziyyətin təhlili belə nəticəyə gəlməyə əsas verir

ki, ali məktəblərdə marketinq xidmətinin təşkili tələbələrə ölkə iqtisadiyyatının modernləşdirilməsi tələblərinə uyğun ixtisas seçimində əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir, ali məktəbin təhsil xidməti iştirakçılarının tələbinin optimal müəyyən edilməsinə və ödənilməsinə imkan verir.

Bazarın öyrənilməsi, qismən onun seqmentləşdirilməsi, təhsil müəssisələrinin rəqabət qabiliyyətinin qiymətləndirilməsi və bunun əsasında marketinqin strategiya və taktikasının hazırlanması təhsil xidməti bazarının formalaşmasında təhsil müəssisələrinin fəaliyyətinin aktual istiqamətidir.

Təhsil xidməti bazarı öz əsas istehlakçılarının tələbatına uyğun olaraq daim dəyişilir və təkmilləşir. Azərbaycan Respublikasında təhsilin inkişafı üzrə Dövlət Strategiyası “Əmək bazarının mütəmadi öyrənilməsi sisteminin yaradılması”nı nəzərdə tutur ki, bu da ali təhsil müəssisələrində marketinq xidmətinin və tədqiqinin zəruriliyi ilə şərtlənir.

Marketinq tədqiqatları hər bir ali məktəbin xüsusiyyətləri və imkanları nəzərə alınmaqla təhsil xidməti bazarının öyrənilməsinə yönəlmişdir.

“Dövlət Strategiyası”na ali təhsil müəssisələrinin marketinq fəaliyyətinin əsas istiqamətləri aşağıdakılar ola bilər:

- əmək bazarının öyrənilməsi;
- ixtisaslar üzrə tələbin öyrənilməsi;
- təhsil xidməti bazarında ixtisasların məzmunu və quruluşunda dəyişiklik meylinin öyrənilməsi;
- tələb olunan fəaliyyət növləri üzrə yeni ixtisasların açılması;
- dövlətin və cəmiyyətin tələbatının öyrənilməsi;
- ali məktəbin rəqabət qabiliyyətinin qorunması.

Ölkənin ali məktəblərində marketinq xidmətinin olmaması və ya aşağı səviyyədə olması innovasiya fəaliyyəti üçün tələb olunan kadr hazırlığına mənfi təsir göstərir.

Ümumiyyətlə, Azərbaycanın ali məktəblərində təhsil xidməti bazarının modernləşməsi, təhsilin keyfiyyəti problemlərinin həlli və müxtəlif ixtisaslara mövcud yerlərin formalaşması məqsədilə ali təhsilin marketinq xidmətinin inkişafına xüsusi diqqət yetirilməlidir.

Nəticə

Rəqabət mühiti şəraitində Azərbaycanın ali təhsil müəssisələrində marketinq xidmətinin tətbiqinin zəruriliyi bütünlükdə ölkə üzrə təhsil xidməti bazarının hələ də tam formalaşmaması, bir çox ali məktəblərdə marketinqin rolu haqqında dəqiq təsəvvürün olmaması və onun əsasən reklam kimi birtərəfli anlaşılması ilə şərtlənir.

Təhsil xidməti bazarının mühüm xüsusiyyətlərindən biri ali məktəblərin daha bilikli gəncləri cəlb etmək üçün apardığı artan rəqabət mübarizəsindən ibarətdir.

Hal-hazırda ali məktəblərdə marketinq xidmətinin yaradılması bazar iqtisadiyyatının strateji və taktiki zərurətindən irəli gəlir.

Təhsil müəssisələri aliməktəbdaxili marketinq tədqiqatları əsasında idarəetmə üçün zəruri vasitələri seçməli və ali məktəbin məqsədinə uyğun olaraq innovasiya qərarlarını hazırlamalı, ən başlıcası isə, təhsil xidməti və əmək bazarını kompleks halda öyrənməklə bu xidmətin istehlakçılarına tələbatı müəyyən etməlidir.

Ədəbiyyat

1. “2009-2013-cü illərdə Azərbaycan Respublikasının ali təhsil sistemində islahatlar üzrə Dövlət Proqramı” 22 may 2009-cu il.
2. Azərbaycan Respublikasında təhsilin inkişafı üzrə Dövlət Strategiyası. “Azərbaycan” qəzeti, 24 oktyabr 2013-cü il.
3. Дихтль, Е., Хершген, Х. Практический маркетинг. М. 1996.
4. Шалыгина Н.П. и др. О роли маркетинга в деятельности ВУЗ-ов. Журнал, Современные

- проблемы науки и образования, М. 2012, № 6.
5. Şükürov T.Ş., Şükürov R.Ş. Marketing tәdqiqatları. Bakı, 2007.
6. Azərbaycanın statistik göstəriciləri. 2012. Bakı, 2013.

*Тахир Шукюров к.э.н., доцент, проректор
Азербайджанского Университета Кооперации*

Необходимость маркетинговых услуг в высших учебных заведениях Азербайджана в условиях конкурентной среды

Резюме

В условиях конкурентной среды актуальность приобретает внедрение маркетинговых услуг в высших учебных заведениях Азербайджана. В работе рассматриваются основные цели, задачи и направление применения маркетинговых услуг в ВУЗ-ах республики.

В статье анализируется роль и место, особенности применения, комплексное изучение и прогнозирование потребности в абитуриентов, а также проведение инновационного исследования в высших учебных заведениях Азербайджана.

Полученные результаты выявлены в научном методическом аспекте и даны соответствующие предложения.

Ключевые слова: *маркетинг, рынок образовательных услуг, маркетинговые исследования, маркетинг образования, конкуренция, применение маркетинга, эффективность, качество.*

*Tahir Shukurov
Ph.D., Associate Professor , Vice-Rector
Azerbaijan Cooperation University*

The need for marketing services in higher education Azerbaijan in a competitive environment

Summary

In a competitive environment urgent to implement marketing services in higher educational institutions of Azerbaijan. The paper discusses the main goals, objectives and direction of the use of marketing services in higher educational institutions of the republic.

The article examines the role and place of the application features, a comprehensive study and forecasting needs of applicants and conducting innovative research in higher education institutions in Azerbaijan.

The results found in the scientific and methodological aspect given the appropriate sentence.

Keywords: *marketing, education market, market research, marketing, education, competition, marketing application, efficiency, quality.*

УДК – 138.03

Анар Али оглу АЗИЗОВ
д.ф.э.н., доцент,
Бакинского Университета Бизнеса

ГОСТИНИЧНОЕ ХОЗЯЙСТВО КАК ГЛАВНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Резюме

В статье рассматривается деятельность гостиничного хозяйства с позиций развития туризма. Показана прибыль гостиниц и объектов гостиничного типа за последние годы. Представлена классификация средств размещения туристов, разработанная Всемирной туристской организацией. Рассмотрены формы ведения гостиничного бизнеса их преимущества и распределение гостиничных услуг.

Ключевые слова: *индустрия туризма, гостиничное хозяйство, средства размещения, бизнес, развитие, услуги.*

В настоящее время индустрия туризма Азербайджана демонстрирует стабильность и сохраняет позиции крупного, высокодоходного и быстро развивающегося сектора экономики. Во многом этому способствовала принятая и успешно реализованная Государственная программа по развитию туризма в Азербайджане на 2002-2005 годы. Чтобы добиться лучших результатов в долгосрочной перспективе, была принята Государственная программа развития туристской отрасли на 2008-2016 годы. В цели этой госпрограммы входят: повышение качества обслуживания туристов и доведения его до уровня мировых стандартов, развитие инфраструктуры, создание новых туристских объектов за счет привлечения крупных инвестиций и привязка туризма к комплексной программе регионального развития Азербайджана. Принятие такой госпрограммы подтверждает тот факт, что наша страна располагает достаточно большим потенциалом для развития туризма, основой которого являются уникальная природа, наличие минеральных вод и лечебных грязей, культурно-исторические ресурсы, развитая транспортно-коммуникационная система, а также материальная база и профессиональные кадры и многое другое.

В соответствии с положением «Об основах туристской деятельности в Азербайджанской Республике» туристская индустрия определяется как «совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туристскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков» [1, с. 53].

Заинтересованность в развитии туризма, как в органах власти, так и в различных кругах бизнеса, обусловлена высокой доходностью туристских услуг, а также, что очень важно, туристский бизнес вовлекает в свою деятельность организации смежных отраслей экономики, одной из которых являются гостиницы.

Одно из основных мест в туристской индустрии занимает развитие гостиничного бизнеса. От степени ее развития и качества предлагаемых услуг напрямую зависят размеры туристского потока. В Азербайджане гостиничный бизнес развивается быстрыми темпами. Так, по данным на 2010 год в стране функционировало 499 гостиниц и объектов гостиничного типа.

Количество лиц размещённых в гостиницах и предприятиях гостиничного типа было 438479 человек. Прибыль от них составила 105888,8 тысяч манат [2, с. 51].

Необходимо отметить, что в 2012 году, в результате проведения конкурса “Евровидение”, чемпионата по футболу среди девушек и других мероприятий международного уровня значительно увеличилось число туристов, посетивших Азербайджан.

По данным Государственной комитета по статистике в 2012 году численность туристов размещённых в отелях и объектов гостиничного типа возросло на 22,5 процента по сравнению с 2011 годом и составило 624,9 тысяч человек. Из них 59,5 процента – иностранцы.

Число туристов, приехавших по путевкам, составило 48,6 тысячи человек, что составляет 7,8 процента от общего числа всех размещённых гостей. Возросло также число ночёвок и составило 1640,9 тысячи человек (9,1 процента), из которых 48,9 процента приходится на долю иностранных туристов.

За 2012 год в стране услуги оказывали 514 гостиниц и объектов гостиничного типа, из которых 5,3 процента являются государственными, 94,7 процента – негосударственными предприятиями.

В 2012 году уровень загруженности гостиниц и объектов гостиничного типа составил 13,7 процента. В Баку, Нахчыванской АР, Хачмазском, Лерикском, Габалинском, Масаллинском, Гусарском, Шамахинском и Шекинском районах этот показатель был выше по сравнению с другими городами и районами страны.

Прибыль гостиниц и объектов гостиничного типа увеличилась на 34,3 процента по сравнению с 2011 годом и достигла 154 миллионов манатов [3, с. 9].

Министерство Культуры и Туризма анонсировало создание в стране Ассоциации гостиниц.

Международный опыт показывает, что спрос на гостиничные услуги увеличивается вместе с уровнем доходов населения и по мере развития экономики страны. Так что общий уровень благосостояния страны сыграет огромную роль в развитии гостиничного бизнеса. Если в Азербайджане будут доведены до конца анонсированные правительством экономические реформы, в ближайшей перспективе гостиничный бизнес в нашей стране, во-первых, будет развит на уровне мировых стандартов, во-вторых, в данной сфере появится конкуренция и цены в отелях не будут высокими для представителей “среднего класса”.

Следует отметить, что быстро растущий спрос на туристские услуги внутри страны вызвал бум строительства малых гостиниц, в основном, в курортных регионах, а также увеличение числа отелей международных гостиничных цепей в Баку, создание отечественных гостиничных брендов. Резко увеличился объём инвестиционных предложений по гостиничному строительству как со стороны иностранных, так и со стороны отечественных инвесторов. В Баку возведены отели входящие в мировые сети, такие как Марриотт, Шилтон, Фоур Сaisons. Соответственно, значительно больше стал и объём спальных мест. Ежегодно растут доходы от номеров. У организаций отдыха и турбаз наблюдается снижение их количества, численности посетителей и вместимости. Это связано с расширением ассортимента услуг, предоставляемых гостиницами. Можно сделать вывод о том, что из всех туристско-рекреационных услуг лидируют услуги гостиниц. Однако, несмотря на то, что туристские и санаторно-оздоровительные услуги отстают от гостиничных по стоимостному объёму, в процентном отношении они увеличиваются быстрее. Статистические данные подтверждают, что гостиничное хозяйство как главная составляющая индустрии туризма и сектора размещения более востребована, чем организации, оказывающие санаторно-оздоровительные услуги [4, с. 114].

Индустрия туризма присутствует практически в каждом регионе Азербайджана, но ее функционирование сильно зависит от климатических и исторических особенностей региона,

а также от уровня его деловой жизни. Например, в Баку и других крупных городах в течение всего календарного года существует более-менее равномерная степень заполняемости средств размещения, а в туристско-рекреационных регионах функционирование индустрии туризма носит ярко выраженный сезонный характер.

В международной практике в соответствии с рекомендациями Всемирной туристской организации (ВТО) все средства размещения подразделяются на две категории: коллективные и индивидуальные (табл. 1).

Таблица 1

Стандартная классификация средств размещения туристов, разработанная экспертами ВТО

| Категория | Разряд | Группа |
|---|---|--|
| Коллективные средства размещения туристов | Гостиницы и аналогичные средства размещения | Гостиницы Аналогичные заведения |
| | Специализированные заведения | Оздоровительные заведения Лагеря труда и отдыха Общественные средства транспорта Конгресс-центры |
| | Прочие коллективные заведения | Жилища, предназначенные для отдыха Кемпинги Прочие |
| Индивидуальные средства размещения туристов | Индивидуальные средства размещения туристов | Собственные жилища Арендные комнаты Арендные жилища Размещение у родственников и знакомых (бесплатно) Прочие |

В состав коллективных средств размещения входят гостиницы и аналогичные средства размещения, специализированные заведения, прочие коллективные заведения.

К индивидуальным средствам размещения относятся предоставляемые платно или без оплаты собственные жилища граждан: квартиры, виллы, коттеджи, особняки, комнаты и т.п.

Гостиницы классифицируются по различным признакам:

- по режиму эксплуатации выделяют гостиницы круглогодичного, сезонного и смешанного действия;
- по месту расположения выделяют гостиницы, расположенные в городе и вне города;
- по вместимости (количество спальных мест);
- по уровню комфорта – от одной звезды (*) до пяти звезд (*****).

Единой классификации гостиниц не существует, насчитывается более 30. Как правило, классификация гостиниц осуществляется по категориям, каждая категория соответствует одной звезде, и чем категория выше, тем больше звезд. Гостиницы классифицируются по пяти категориям, мотели – по четырем. Звездная классификация принята в России, Австрии, Венгрии, Египте, Китае, Франции и ряде других стран. Например, в Греции существует буквенное обозначение (А – 4*, В – 3*, С – 2*), в Великобритании – короны (четыре короны примерно соответствуют 3*) и т.п. [6, с. 142].

В характеристику уровня комфорта входит не только оценка состояния основных фондов

гостиницы, т.е. материальная составляющая услуги, но и качество обслуживания, т.е. нематериальная составляющая услуги.

По принципу управления гостиницы подразделяются на зависимые и независимые гостиницы.

Независимые гостиницы – это самостоятельные гостиницы, не входящие в гостиничную цепь (имеют независимый статус).

Зависимые гостиницы принадлежат к какой-либо гостиничной цепи. Объединение гостиниц в цепи может осуществляться в виде покупки компанией гостиницы, заключения договора франчайзинга, подписания контракта на управление.

Гостиничная цепь – это объединение гостиничных предприятий, осуществляющих коллективный бизнес и находящихся под единым руководством и контролем, характеризующееся своей индивидуально узнаваемой маркой, строгим соблюдением фирменных ценностей и наименований услуг, качеством обслуживания и размещения, своим архитектурным единством в дизайне зданий и интерьеров, независимо от местоположения гостиницы.

Основные преимущества, которые присущи этим формам ведения гостиничного бизнеса следующие.

Независимые предприятия, как правило, предоставляют семейный бизнес небольших и средних размеров. Этим и определяются их основные преимущества, к которым можно отнести:

- финансовые;
- уникальность.

Гостиничные цепи также имеют определенные преимущества в организации и ведении бизнеса. К экономическим преимуществам относятся следующие:

- масштабность бизнеса;
- централизованные снабжение и сбыт;
- дополнительное финансирование;
- гибкая ценовая политика;
- централизованная система ведения общей финансово- хозяйственной деятельности.

Благодаря наличию централизованной системы подготовки кадров в гостиничных цепях значительно сокращаются затраты на обучение персонала каждой отдельной гостиницы, входящей в цепь, за счет общих финансовых ресурсов; привлекаются наиболее квалифицированные и поэтому более высокооплачиваемые специалисты.

Неоспоримы преимущества гостиничных цепей в области маркетинга, рекламы, продвижения.

Корпоративная реклама и распределение общих затрат на рекламу между участниками гостиничной цепи снижают рекламные затраты каждой гостиницы. Торговая марка гостиничной цепи служит дополнительной рекламой по продвижению каждой отдельной гостиницы.

Еще одним преимуществом гостиничных цепей является использование современных информационных компьютерных технологий. Единая централизованная система бронирования позволяет отдельным гостиницам пользоваться международными системами бронирования (ЭДС) и тем самым способствует повышению загрузки всех гостиниц, входящих в цепь.

На современном этапе развития гостиничного бизнеса происходит усиление позиций крупных гостиничных цепей и обостряется конкурентная борьба за клиента. Повышение у клиентов требовательности к уровню сервиса, разнообразию предоставляемых услуг, индивидуализации интересов заставляет гостиничные предприятия менять свою маркетинговую политику. Это вынуждает крупные гостиничные цепи изменять свою экономическую поли-

тику и переносить акценты на рынок, который традиционно занимают малые и средние гостиницы низших категорий обслуживания (гостиницы второй и третьей категорий), вплоть до полного их вытеснения с рынка. Другими словами, важной проблемой современного рынка средств размещения является обеспечение сосуществования малых и средних предприятий с крупными гостиничными цепями. Это приводит к необходимости поиска новых рыночных стратегий, к которым можно отнести специализацию предложения и поиск своего клиента.

Специализация предложения определяется усилением индивидуализации туристских потребностей. Это заставляет предприятия гостиничного комплекса, кроме повышения качества обслуживания и разнообразия (диверсификации) предоставляемых услуг подстраиваться под требования, которые предъявляет потребитель, специализироваться на тех направлениях или потребностях, которые ему необходимы [6, с. 146].

Гостиничные услуги охватывают различные виды бытовой деятельности.

Прямая продажа услуг осуществляется гостиницей непосредственно клиентам, минуя посредником. Бронирование поступает от физических лиц или фирм и организаций, которых они представляют. В этот вид сбыта можно включить так же продажу номеров посетителям, которые обращаются за размещением без предварительной заявки. Обычно к ней прибегают те лица, которые уже побывали в данном отеле и остались довольны предоставленным обслуживанием.

В обычной практике доля прямого бронирования составляет не менее 10-15% и является весьма выгодной для гостиницы, поскольку экономятся зарегистрированные затраты по коммиссионному вознаграждению посреднику.

Агентская продажа: услуг происходит через посреднические звенья в сфере туризма. К ним следует отнести турагентов и туроператоров, туристские клубы и профессиональные ассоциации, авиакомпании и другие транспортные организации, частных инициативных посредников. Взаимоотношения с ними гостиница строит на договорной основе. За полученное бронирование посредникам выплачивается коммиссионное вознаграждение.

Агенты подбирают клиентов, и делают все возможное для создания благоприятного впечатления у гостей, зарезервировавших места через агентов, чтобы гарантировать в дальнейшем сотрудничество с ними. Когда заявка на обслуживание пришла от агента, гостиничное предприятие имеет двух потребителей: клиента и посредника.

Гостиницы, работающие с посредниками, должны облегчить им работу по бронированию номеров. Для посредников необходимо предоставить специальные каналы связи, облегчить процедуру бронирования и расчетов за номера и т.д.

Гостиницы приглашают представителей туристских фирм, авиакомпаний и других рыночных посредников в ознакомительные поездки, а авиакомпании, в целях рекламы своих перевозок, как правило, предоставляют бесплатные билеты. В такие поездки часто приглашаются представители СМИ, которые впоследствии публикуют свои впечатления в газетах и журналах, делают репортажи по радио и ТВ.

По характеру операций турфирмы подразделяют на розничные и оптовые.

Розничная торговля туристскими услугами – это любая деятельность по продаже этих услуг конечным потребителям – туристам – для их личного некоммерческого пользования. Розничные турфирмы – это в основном турагентства, которые выступают посредниками между туроператором и потребителем. Они играют важную роль на рынке, так как через них проходит продажа подавляющей части туристских услуг.

Оптовая торговля туристскими услугами – это любая деятельность по продаже этих услуг тем, кто приобретает их с целью перепродажи. Наиболее крупными оптовыми продавцами туристских услуг являются фирмы – туроператоры или организаторы туров, которые играют

особую роль в деле формирования рынка туристских услуг.

Под корпоративной продажей гостиничных номеров понимается процесс получения заявок от корпоративного клиента: торговой, промышленной, финансовой и другой компании, предприятия или организации для размещения их сотрудников в период действия соответствующего договора. Для корпоративных клиентов устанавливаются специальные льготные цены в зависимости от предполагаемого количества ночевоч, предусмотренных подписанным контрактом. Как правило, крупные корпоративные клиенты – международные корпорации устанавливают прямые деловые контакты с гостиницами, минуя туристских посредников, через создаваемые у себя туристские отделы. Корпоративные клиенты являются экономически выгодными для гостиничного предприятия.

Во-первых, они обеспечивают гостиницам гарантированную загрузку бизнесменами в запланированном отрезке времени – период деловой активности.

Во-вторых, корпоративные клиенты представляют дополнительный потенциальный интерес для гостиниц.

В настоящее время турагенты меняют способы бронирования мест в гостиницах. Они стремительно переходят от направления заявок по телефону и факсу к заказу гостиничных номеров непосредственно через компьютерные системы. Компьютерные системы для турагентов, называвшиеся в прошлом компьютерными системами бронирования мест, теперь превратились в Глобальные дистрибьюторские системы распределения и сбыта – «Джи-Ди-Эс».

В основе этих компьютерных систем «Джи-Ди-Эс» лежит каталог туристских продуктов для турагентов и других участников распределения и сбыта услуг в сфере гостеприимства. Первоначально эти системы были разработаны авиакомпаниями для стимулирования своих продаж, которые внесли в базу данных регулярные рейсы согласно расписанию.

Гостиничные предприятия, туроператоры, компании по аренде автомобилей и другие организации сферы туризма могут давать информацию о себе и создавать хорошие возможности турагентам для сбыта своих услуг.

Сегодня терминалы этих всемирно известных бронировочных систем установлены в почти пятистах тысячах туристских агентств по всему миру.

Корпоративные дистрибьюторские системы «Си-Ди-Эс» принадлежат гостиничным цепям и служат для загрузки гостиниц корпораций, расположенных по всему миру. В отличие от системы «Джи-Ди-Эс» корпоративные системы носят более замкнутый характер и ориентированы на загрузку собственных гостиниц. Их главная задача не упустить бронирование конкуренту.

Вместе с тем, для подпитки своих гостиниц заявками турагентов, а также бронирования авиабилетов, корпоративные системы все чаще состыковываются с глобальными дистрибьюторскими системами. Так, например, корпоративная система «Хилтон» подключена к системам Аполло, Сабре и т.д.

Всемирная компьютерная сеть Интернет развивается столь стремительно, что ежегодно число ее подписчиков и объем информационных ресурсов практически удваиваются. Каждый год в Интернете появляются тысячи самостоятельных разделов – гостиницы, авиакомпании, турагентства, десятки систем бронирования туристских услуг.

Интернет нельзя рассматривать как конкурента в бизнесе. Эта международная сеть оказывает неоценимую информационную помощь и добавляет к традиционным новый канал распространения гостиничных услуг – электронный. Многие гостиницы все чаще используют Интернет, как канал распределения своих услуг. Система Интернет сегодня может помочь и уже помогает миллионам путешественников отыскать необходимую информацию для организации своих поездок. Статистика показывает, что 82% пятизвездных гостиниц, 76% четырехзвездных и 33% трехзвездных гостиниц получают заявки через

Интернет [5, с. 166].

Возможности Интернет позволяют клиенту заранее увидеть изображение гостиничного номера и отеля, что во многом способствует определению выбора в пользу той или иной гостиницы. Кроме этого поисковые возможности Интернет помогают клиенту не только изучить гостиницы в определенном регионе, но и задавать такие параметры поиска, как стоимость номера, обязательное наличие желаемых услуг (например с завтраком). И самым, наверно, привлекательным в Интернет является тот факт, что можно действительно найти хорошее предложение и по очень хорошей цене.

Интернет имеет специализированные сайты, которые предлагают гостиницам размещать в свободную продажу только те номера, которые были заранее выделены для гостей, но по какой-то причине оказались не востребованы.

Большинство бронирований приходится на долю крупных организаций и компаний. Как и гостиница, компания несет определенные затраты при бронировании номеров для своих сотрудников через турагента, поэтому уже сейчас некоторые гостиницы предлагают корпоративным клиентам бронировать номера непосредственно на странице гостиницы в Интернет и таким образом, снизить телекоммуникационные расходы и расходы за услуги посредников.

Анализ информационных потребностей туристских предприятий позволяет сделать вывод, что сложившаяся на рынке туристских информационных систем ситуация характеризуется наличием сформировавшихся потребностей туристских фирм в приемлемых технологических решениях для оперативного предложения, поиска и бронирования туристских продуктов на базе современных коммуникационных технологий, а также отсутствием удовлетворительного предложения, объединяющего технологические разработки лучших корпоративных туристских информационных туристских информационных систем и ресурсы Интернет с учетом перспективных направлений развития отрасли.

Таким образом, перспективной является разработка единого информационного поля для турбизнеса в интересах поставщиков туристских услуг – гостиниц и транспортных предприятий, туристских операторов, туристских агентов и клиентов.

Вывод

Гостиничное хозяйство как главная составляющая индустрии туризма и сектора размещения очень востребована, развивается быстрыми темпами и приносит большую прибыль. Происходит усиление позиций крупных гостиничных цепей и обостряется конкурентная борьба за клиента. Важной проблемой современного рынка средств размещения становится обеспечение сосуществования малых и средних предприятий с крупными гостиничными цепями.

Гостиничные услуги охватывают сегодня различные виды бытовой деятельности, главными из которых являются прямая и агентская продажа услуг.

От степени развития гостиничного бизнеса и качества предлагаемых услуг напрямую зависят размеры туристского потока.

Литература

1. Азизов А.А. Предпринимательство в туризме Азербайджана. Баку, 2012.
2. Азизов А.А. Развитие международного туризма в Азербайджане // Аудит, 2012, № 12.
3. Газета «Экономист» 19-25 апреля 2013.
4. Дж. Кристофер Холлоуей. Туристический бизнес / Пер. с англ. Киев: 2007.
5. Крутик А.Б., Решетова М.В. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме. Москва, 2010.
6. Морозов М.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме. Москва, 2009.

A.Ə.Əzizov

Mehmanxana təsərrüfatı turizm sənayesinin əsas komponenti kimi

Xülasə

Məqalədə turizmin inkişafı baxımından mehmanxana təsərrüfatının fəaliyyəti göstərilir. Son illərin mehmanxana və mehmanxana tipli obyektlərinin gəlirləri göstərilmişdir. Dünya Turizm Təşkilatı tərəfindən hazırlanmış turistlərin yerləşmə təsnifatı təqdim olunmuşdur. Mehmanxana biznesinin aparılma formaları, onların üstünlükləri və mehmanxana xidmətlərinin bölüşdürülməsi nəzərdən keçirilmişdir.

Açar sözlər: turizm sənayesi, mehmanxana təsərrüfatı, yerləşmə vasitələri, biznes, inkişaf, xidmətlər.

A.A.Azizov

Hotel industry as a main component of tourism

Summary

The article includes activity of hotel industry from the viewpoint of development of the tourism. Incomes of hotels and hotel-type objects of recent years were provided in the article. Accommodation classification of tourists prepared by World Tourism Organization was included. Running form of hotel business, their advantages and distribution (sharing) of hotel services were considered.

Keywords: tourism industry, hotel classification, accommodation means, business, development, service.

UOT 330.341.4

Mirağa ƏHMƏDOV
ADİU-nun dosenti

YAŞAYIŞ TƏYİNATLI DAŞINMAZ ƏMLAK BAZARI: MARKETİNQ TƏDQIQATLARI, QIYMƏTLƏNDİRMƏ

Xülasə

Məqalədə mənzil bazarına investisiya qoyuluşlarının formalaşması problemləri araşdırılmış, mənzil bazarında marketinq tədqiqatlarının nəticələri təhlil olunmuş, mənzil tikintisinin maliyyələşdirilməsinin əsas istiqamətləri müəyyən edilmişdir. Məqalədə, həmçinin, daşınmaz əmlak bazarında maliyyələşmə üsulları nəzərdən keçirilmiş, mənzil tikintisinin maliyyələşdirilməsinin müxtəlif formaları tədqiq edilmiş, ipoteka kreditinin bazar imkanları aşkara çıxarılmışdır.

Açar sözlər: mənzil bazarı, marketinq tədqiqatları, daşınmaz əmlak bazarı, ipoteka krediti.

Giriş

Mənzil bazarının effektiv idarə edilməsi xeyli dərəcədə bu sahədəki mövcud konseptual prinsiplərin və yanaşmaların məntiqi əsaslandırılmasından və metodiki cəhətdən ümumiləşdirilməsindən asılıdır. Bu baxımdan daim inkişaf edən mənzil bazarında marketinq tədqiqatları aparmaqla mövcud vəziyyətin dəqiq qiymətləndirilməsi hazırda respublikamız üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edən məsələlərdən sayılır. Odur ki, məqalənin əsas məqsədi marketinq tədqiqatlarına əsaslanmaqla yaşayış təyinətli mənzil bazarındakı vəziyyətin düzgün qiymətləndirilməsindən və müvafiq təklif və tövsiyələrin işlənilməsindən ibarət olmuşdur.

Mənzil bazarına investisiya qoyuluşlarının formalaşması problemləri

Yaşayış mənzillərinə olan tələb özünün aktuallığı ilə daşınmaz əmlakın digər sahələri ilə müqayisədə xeyli seçilir. Keçmiş postsovet məkanında hər bir vətəndaşın mənzil tələbi növbəlilik şəklində və pulsuz ödənilirdisə, indi bu sistem fərqli formada gerçəkləşir.

Hazırda Azərbaycanda adambaşına düşən mənzil sahəsi 10,3 kv.m təşkil edirsə, bu göstəricinin demək olar ki, əksər hissəsi o dövrdə yaradılıb. Əlbəttə, zaman keçdikcə insanların daşınmaz əmlaka münasibəti dəyişmiş və bu dəyişiklik bazarda təklifin strukturuna da təsirsiz ötürülməmişdir. Əgər 90-cı illərin ortalarında yaşayış mənzillərinin orta sahəsi 95 kv.m təşkil edirdisə, keçən 18 ildə bu göstərici 130 kv.m-ə qədər yüksəlmiş və illər ötdükcə artım tempi də sürətlənməkdə davam edir [1, s. 574]. Lakin, istifadəyə verilən mənzil sahələrinin həcmi, mənzil fondunun fiziki köhnəlmə həddindən hələlik geri qalır. O cümlədən, keyfiyyət göstəricilərinə görə də digər inkişaf etmiş ölkələrin müvafiq göstəricilərindən geri qalır.

Lakin, bununla belə, son illərdə investorların sakinlərin mənzil problemlərinin həllinə müvafiq çeviklik göstərmələri mənzil bazarına investisiya axını gücləndirmişdir. Yaşayış binaları tikintisi biznesi sahəsində gəlirlərin azalması investisiya risklərinin artımı ilə müşahidə olunmağa başlamışdır. Əvvəlki illərlə müqayisədə mənzil tikintisinə maliyyə axını ətraf ərazilərdə mərkəzə yönəlmiş vəsaitlərə nisbətən artmaqda davam edir. Bununla yanaşı, tikinti biznesində həm iş adamlarının və həmçinin, digər tərəfin-icraçıların peşəkar göstəriciləri artmaqla bazardan qeyri-peşəkarları tədricən sıxışdırırlar.

Bir qrup iş adamı torpaq sahələrini alır, yaşayış binalarının tikintisi üçün tələb olunan sənədləri və torpaq sahələrini hazırlayır və satışa "paket" sənədlərini təklif edir. Digər bir qrup iş adamları tikintisi başa çatmış mənzilləri alır və onların təmirilərini başa çatdıraraq satışa təklif edir. Bu xidmətlər artıq Bakı şəhər mənzil bazarında özünün inkişaf mərhələsini yaşayır.

Mənzil tikintisi sektorunda çalışan və güzəştli kreditlərə əlləri çatmayan iş adamları bankların faiz dərəcələrinin yüksək olmasını əsas tutaraq bu xidmətdən imtina edirlər, maliyyə mənbələrini

alıcıların tikintinin maliyyələşdirilməsi prosesinə cəlb olunmasında görürlər. Tikintinin artan maya dəyəri və istehlakçıların alıcılıq qabiliyyətlərinin artım sürətləri ilə investisiya qiymətlərinin artım sürətləri arasındakı fərqin getdikcə işin ziyanına işlədiyini nəzərə alan iş adamlarının əlləri işdən soyuyur və vəsaitlərini digər sahələrə yönəltmək üçün yollar axtarırlar.

Son illərdə yaranan bu şərait mənzillərin tikintisi biznesindən investisiyanın digər sahələrə yönəlməsi prosesini qaçılmaz edir. Bu gün bu problemin həllini müxtəlif iri investorları bu proqramın icrasına cəlb etməkdə və yaxud onlar üçün müəyyən güzəştlərin yaradılmasında axtarmaq yalnız olardı. Digər inkişaf etmiş ölkələrin təcrübələri göstərir ki, bu prosesə, maliyyələşmə prosesinə istehlakçıların cəlb olunması, onların iştiraklarının mexanizmlərinin işlənilib tətbiq olunması daha səmərəli yol sayılır.

Hazırda Azərbaycanda yaşayış binalarının tikintisinin böyük əksəriyyəti kooperativ və yaxud da tikinti-fərdi investisiya proqramları çərçivəsində aparılır. Bu proqram müəyyən qədər özünü doğrultsa da proses əhalinin imkanlı təbəqəsini əhatə edir. Yuxarıda göstərilən tikinti-investisiya sistemi ilə yanaşı artıq dövlət ipoteka kredit sistemini və müxtəlif formada inkişaf etməkdə olan və ya inkişaf etmiş ölkələrdə tətbiq olunan ailə mənzil-yığım sistemini və s. tətbiq etmək gərəkdir. Bu proqramları tətbiq etməklə illərlə mənzil növbəsində olan imkansız əhali təbəqəsinin problemləri həll olunur, passiv gözləmə mövqeyində duran iri potensial alıcı kütləsini ətəldən çıxarar.

Bununla yanaşı, mənzil-investisiya proqramı çərçivəsində Moskva şəhərinin təcrübəsindən də yararlanmaq mümkündür. Belə ki, şəhər icra strukturları şəhərin baş planına uyğun olaraq yeni yaşayış binalarının tikintisi üçün ərazini həmin ana formalaşmış bazar qiymətləri dəyərində məbləğ ödənilməklə və ya alternativ yeni yaşayış sahələrini ayırmaqla köhnə sakinlərdən boşaldır və həmin ərazidə təklif olunmuş layihəyə uyğun tikinti şirkətləri arasında tender elan edir. Tikinti başa çatdıqdan sonra mənzillər açıq satışa təklif olunur və satışdan əldə edilən vəsaitin bir hissəsi növbəti layihələrin icrasına və yaxud mənzil növbəsində dayanan imkansız ailələrin mənzil şəraitinin yaxşılaşdırılmasına yönəldilir.

Mənzil bazarında marketing tədqiqatlarının nəticələri

Son səkkiz il ərzində -2005-2012-ci illərdə aparılan tədqiqatlar göstərir ki, ölkənin ilkin yaşayış mənzil bazarında alqı-satqı predmeti olan mənzillərin sayı hər ay 1500-1600, orta otaq sayı 2,3-2,5 və orta mənzil sahəsi 121-125 kv.m, qiymətlər isə hər kv.metri 420-650 ABŞ dolları arasında dəyişmişdir. Bu hesabla ilkin bazarda illik investisiya portfelinin həcmnin ölkə büdcəsinin təxminən 1/3-inə bərabər olması heç kim üçün sirr deyildir. Sadəcə olaraq, bu vəsaiti düzgün istiqamətə yönəltməklə sosial problemlərin bəlkə də birincisi olan əhalinin mənzil problemini qısa müddətdə həll etmək mümkün sayılır.

Tədqiqatlar göstərir ki, daşınmaz əmlak bazarı özünün tarixi ənənəsini davam etdirir. Belə ki, 3 il (2007-2010-cu illər) davam edən qiymət azalması özünün növbəti stabilləşmə və artım dövrünə (8-12 il ərzində) qədəm qoymuşdur. Onu da qeyd edək ki, 2013-ci ildə Bakı şəhəri daşınmaz əmlak bazarında qiymət indeksinin dəyişməsinə uyğun olaraq bazarın aktivliyi 2,8%, gəlirlilik isə 1,66% artmışdır. 2013-cü ilin əvvəlində artan qiymətlər və beynəlxalq tədbirlər kirayə bazarını aktivləşdirmiş, nəticədə isə əmlakın gəlirlilik indikatoru il üzrə artıma meyilli olmuşdur.

Son illər ərzində artan tələb real təklifi üstələmişdir. Hazırda bazarda real alıcının istəyinə uyğun daşınmaz əmlak tapmaqda əmlakçılar çətinlik çəkirlər. Əvvəlki illərdən fərqli olaraq real alıcı bazarda seçim etməyi bacarır və ucuz kredit imkanı yarandıqca istəyini reallaşdırır. Kredit faiz dərəcələri isə ölkə daxilində və yaxın region ölkələrində son illərdə azalmaqla potensial alıcılara real imkanlar yaradır. Daşınmaz əmlak bazarının təklif portfelində zaman keçdikcə daha bahalı mənzillər çoxluq təşkil etdiyindən əmlakın orta qiymətlərinin dəyişmə tempi qiymət indekslərinin artım tempini üstələyir.

2007-ci ilin ortalarından zəifləyən daşınmaz əmlak bazarı, nəhayət ki, stabilləşir. 2012-ci ilin ilk ayından bazarda alıcı və satıcıların yanaşmalarında yenilik hiss edilir. Bazar göstəricilərinin

formalaşması və münasibətlərin qurulmasında yeni məqamlar üzə çıxmaqdadır. Artıq həm satıcılar, həm də alıcılar başa düşürlər ki, gözləmək işin ziyanıdır.

Potensial alıcıların mənzil problemlərinin həlli zərurəti, pullarını daha əlverişli zaman üçün saxlamaq və daha aşağı qiymətlərin olacağını gözləmək arzusuna üstün gəlməkdədir. İnsanların bir tərəfdən pulu saxlamaq qorxusu, pula etibarsızlıq digər tərəfdən isə cərəyan edən hadisələrin hər an dəyişə biləcək ehtimalları daşınmaz əmlakı və xüsusən də mülkiyyət sənədləri tamamilə qaydasında olan əmlaka pullarını qoymağı daha məqbul edir. Son illər ərzində daşınmaz əmlak bazarının mühüm seqmentlərindən olan yaşayış mənzil bazarında hadisələr daha dinamik hərəkət etmişdir.

2012-ci ilin ilk aylarında mənzil bazarında aktivlik daha yüksək olsa da, ilin ortalarına stabilləşmiş, sonuna doğru isə qismən zəif olmuşdur. Mənzil bazarında ilin sonuna doğru aktivliyin azalması, ipoteka kreditlərinin zəifləməsi və bu kreditdən yararlanan insanların sayının ilin sonuna doğru azalması ilə izah edilir. Lakin, buna baxmayaraq qiymət trend xətti artım ilə seçilmişdir.

Mənzil bazarının tərkib hissələrindən olan təkrar və ilkin yaşayış mənzil bazarlarında oxşar cəhətlər qədər fərqli cəhətlər də mövcuddur. Belə ki, ilkin mənzil bazarı qiymətlərinin aşağı həddini maya dəyəri və yuxarı həddi isə tələb formalaşdırır, təklif portfelinin həcmi rentabellik formalaşdırır, qiymətlərin formalaşmasında stabilləşdirici faktor rolunu oynayır. Təkrar mənzil bazarında qiymətlərin aşağı həddi “0”-a qədər ola bilər, yuxarı həddini isə tələb formalaşdırır, təklif portfelinin həcmi miqrasiya və iş yerlərinin həcmi formalaşdırır, qiymətlərin formalaşmasında “lokomotiv” rolunu oynayır.

İlkin bazarda 2012-ci il ərzində orta qiymət indeksi 4,43 bənddən 7,4% artaraq 4,76 bəndində qərarlaşmışdır. Qiymət indeksindən də görüldüyü kimi, daşınmaz əmlak bazarının aktiv seqmentlərindən olan ilkin bazarda da uyğun proseslər müşahidə edilməkdədir. Təhlil göstərir ki, 2012-ci ildə orta təklif qiyməti bazar üzrə 8,73% artaraq hər kv.metri 859 ABŞ dolları təşkil etmişdir. Görüldüyü kimi, ilkin mənzil bazarında orta qiymət artımı il üzrə qiymət indeksi artımını üstələyir. Bu isə təklif portfelində struktur dəyişikliyin baş verməsi ilə əlaqəlidir. Belə ki, əgər 2011-ci ildə ilkin mənzil bazarında mənzilin orta sahəsi 113,99 kv.m təşkil edirdisə, son 2012-ci ildə orta mənzil sahəsi 4,0% artaraq 118,57 kv.m təşkil etmişdir. Yuxarıda deyildiyi kimi, bazara yeni təklif çıxarılmadığı üçün kiçik ölçülü mənzillərin payı təklif portfelində tükənməyə meyillidir.

Hazırda tələb əsasən 100-110 kv.m sahəyə malik mənzillərə daha çoxdur. Bu sahəyə malik mənzillər adətən 2-3 otaqlı olurlar ki, bu da alıcının maliyyə və fiziki tələblərinə uyğun gəlir. İlkin bazarda aparılan əməliyyatların sayında 2011-ci ildəki 46,4% aktivlikdən 2012-ci ildə 4,96% artaraq 48,7% təşkil etmişdir. Lakin, bu artıma baxmayaraq 2012-ci ildə artım tempi 2011-ci ildəki artım tempinə nəzərən zəif olmuşdur.

Son illər ərzində maliyyə bazarlarında və dünya iqtisadiyyatında müşahidə edilən hadisələr birbaşa təsirini tikinti sektoruna göstərsə də, təkrar bazara da təsirsiz ötürməyib. Tikinti sektorunda aktivliyin azalması dayanmış, bazar stabilləşməyə meyillidir. Təkrar yaşayış mənzil bazarında satıcı və alıcılar fərdi qaydada fəaliyyət göstərdiklərindən bu seqmentə kənar təsirlər daha az elastik olur, yəni, daha ətalətlidir. Adətən, yaşayış mənzil bazarında qiymətlərin artımı da, azalması da daha çox özünü təkrar mənzil bazarında büruzə verir. İlkin bazarda qiymətlər bazarın aktivliyi və tikintinin maya dəyəri ilə tənzimlənsə, təkrar mənzil bazarında qiymətlər bəzi hallarda heç bir iqtisadi əsaslara söykənməyən dəyişkənliyi ilə seçilir. Bir sözlə, psixoloji amillər, iqtisadi, sosial və siyasi gözləntilər də bu bazarda əsas təsiredici meyarlardan biridir.

İlkin mənzil bazarından fərqli olaraq, təkrar mənzil bazarında təklif portfelinin tərkib elementlərinin dəyişməsi bazar indikatorlarına təsir edən başlıca amillərdən sayılır. Belə ki, zaman keçdikcə portfeldə köhnə tikililərin payı azalır, əvəzində isə yeni tikililər daha çox paya malik olur. Odur ki, qiymətlərin dəyişməsində “daimi” və “dəyişən” struktur üzrə müşahidənin aparılması daha çox reallığı əks etdirir. Əgər 2000-ci ilin əvvəllərində “dəyişən struktur” ilə qiymət indeksi

"daimi struktur" ilə qiymət indeksini daha çox üstələyirdisə, zaman ötdükcə bu fərq azalmağa meylli olub. Bir sözlə, köhnə tikililər ilə yeni tikililərdəki qiymət artımı bərabərləşibdir.

Təhlil göstərir ki, 2012-ci il ərzində yaşayış təyinatlı daşınmaz əmlakın icarə qiymətlərində artım tempi satış qiymətlərinin artım tempindən az olduğundan əmlakın gəlirlik indikatoru azalmışdır. Bu isə onu deməyə əsas verir ki, 2013-cü ildə daşınmaz əmlaka qiymət artım tempini əmlakın aşağı gəlirliyi məhdudlaşdıracaq və ya əmlakın yuxarı satış qiyməti 2013-cü ildə icarə qiymət artımını stimullaşdıracaqdır.

Bununla yanaşı, 2012-ci il ərzində mənzillərin sahə ölçülərində də artım müşahidə edilmişdir. Mənzil sahələrinin 82,50 kv.m-dən 11,3% artaraq 91,87 kv.m, otaq sayı isə 2,51 otaqdan 1,59% artaraq 2,55 otaq təşkil etmişdir. Bunun da səbəbi, təbii ki, alıcıların əsasən kiçik ölçülü mənzillərə üstünlük verməsi və təklif portfelində ucuz və kiçik ölçülü mənzillərin tükənməsinin nəticəsidir. Onu da qeyd etmək ki, 2012-ci il ərzində yaşayış mənzillərinin və evlərin təbəqələşmə indeksinin (bahalı/ucuz) azalması davam etmiş və bu azalma ikitərəfli qeydə alınmışdır. Belə ki, hesabat dövrü ərzində bir tərəfdən bahalı mənzillərin orta qiyməti artsa da, digər tərəfdən ucuz mənzillərin orta qiymətlərində daha çox bahalaşma qeydə alınmışdır. Beləliklə, son illər ərzində təbəqələşmə prosesini yaxınlaşması davam etmişdir.

Beləliklə, daşınmaz əmlak bazarının yaşayış seqmentində 2011-ci ilə müqayisədə 2012-ci ildə aktivlik azalmış və bu azalma əsasən potensial alıcıların alıcılıq qabiliyyətlərinin azalması ilə bağlıdır. Müşahidə olunan qiymət artımı tələbin artımının nəticəsi yox, məhz pul kütləsinin, istehlak və istehsal xərcləri artımının və psixoloji amillərin nəticəsidir. Hazırda daşınmaz əmlak bazarı iki əks qüvvələrin təsiri altındadır. Bir tərəfdən, dünya və Avropa ölkələrindəki makroiqtisadi neqativ hallar, neft və digər enerjidaşıyıcılarının qiymətlərinin düşmə ehtimalı və ödəmə qabiliyyətli tələbin azalması qiymətlərin düşməsinə zəmin yaradır. Digər tərəfdən isə pul kütləsinin artımı, inflyasiya real aktiv sayılan daşınmaz əmlaka qiymətlərin artımı təzyiği yaradır. Müşahidələr onu göstərir ki, bu iki əks qüvvənin təsiri əsasən bərabər olsa da, qiymətlərin artım ehtimalı daha üstündür və bu artım inflyasiya səviyyəsində gözlənilir.

Mənzil bazarında maliyyələşdirmənin əsas istiqamətləri

Dünya praktikası mənzil-tikinti investisiya sxemləri olan əmanət, investisiya və kredit sistemlərini qəbul edir. Bu investisiya sistemlərini dövlət rəsmiləşdirməklə nəinki imkanlı, həmçinin orta və ehtiyac içərisində olan ailələrin də mənzil ehtiyaclarını həll edə biləcəkdir.

Mənzil tikintisinin dövlət tərəfindən maliyyələşdirilməsi iqtisadçılar tərəfindən arzuolunmaz qəbul olunduğundan, fərdi və kommertiya maliyyə strukturlarına üstünlük verilir. Bununla da mənzil tikintisində maliyyə mərkəzi özəl sektora keçmişdir.

Mənzil-investisiya proqramının qəbulu hər bir vətəndaşla bərabər hüquqi şəxslərin də mülkiyyət ilə əmlak öhdəliklərini özündə əks etdirir və bazar iştirakçılarının münasibətlərini də tənzimləyir. Məhz bu baxımdan əksər ölkələrdə proqram işlənən zaman aşağıdakı məqamlar nəzərə alınır [2, s. 340-358]:

- əhalinin müxtəlif təbəqələrini əhatə etməklə mənzil şəraitlərinin yaxşılaşdırılması üçün istehlak və investisiya xidməti mexanizmlərinin tətbiqinə münbit şəraitin yaradılması;

- yerli hakimiyyət orqanları və vətəndaşların birgə maliyyə iştirakı ilə mənzil şəraitlərinin yaxşılaşdırılması;

- əhalinin müxtəlif kateqoriyalarına ünvanlı kömək məqsədilə yaşayış-mənzil subsidiya fondlarının yaradılması;

- investisiya sisteminin effektiv işləməsi üçün ictimai təşkilatların və müxtəlif icmaların nəzarət etmə mexanizmlərinin yaradılması;

- dövlət orqanlarının investisiya sistemindən və developer funksiyalarından maksimum uzaqlaşdırılması və s.

Azərbaycanda hələlik inşaat haqqında qanun, mənzil tikintisinə investisiya proqramı və bir sıra

digər vacib normativ sənədlər qəbul olunmadığından yuxarıda sadalanan məqamlar hələ də özünün müsbət həllini tapmamışdır. Lakin tikinti sektoru tam liberal fəaliyyət göstərir və maliyyələşdirilir.

Bir çox ölkələrdə yaşayış mənzil tikintisinin maliyyələşdirilməsində mənzil-tikinti əmanətləri sistemi üstünlük təşkil edir. Bu sistem geniş seçim çeşidində malik olmaqla yaşayış-mənzil tikintisini maliyyələşdirən hər bir iştirakçıya mənzil əldə etmək hüququ verir. Bu sistemə əsasən yerli icra orqanlarının təsdiqi ilə baş menecer rolunda tikinti-investisiya təşkilatı durur və onlara investisiya proqramını həyata keçirmək və müvafiq kredit bankları, sığorta təşkilatları və digər bir sıra təşkilatlarla əməliyyatlar aparmağa ixtiyar verilir.

Bu sistemə əsasən ilkin bazarda mənzil almaq istəyən hər bir şəxsin mənzil-tikinti əmanət hesabına şəxsi ödəniş etməsi ilkin və mütləq şərt sayılır. Bu ödənişin məbləği tikintinin maya dəyərinə əsasən və təsbit edilmiş şərtlə hesablanır. İlk ödəniş bir dəfəyə və yaxud da mərhələlərlə ödənilə bilər. Hər ödəniş vaxtı şəxsin ödədiyi vəsaitin mənzil sahəsi hesabı ilə ekvivalenti hesablanır və tələb olunan ilkin ödənişin 50%-ni ödəyən şəxs növbə əsasında yaşayış binasında ünvanlı mənzilə namizəd sayılır. Tikintinin növbəti mərhələsində isə həmin şəxsin minimum 20%, maksimum isə 100% mütləq ödəniş etməsi əsas götürülür.

Mənzil tikintisində digər maliyyə mənbəyi kimi şəxsin işlədiyi təşkilat, yerli icra orqanı, müxtəlif fondlar və ya kommertiya qurumları çıxış edə bilərlər. Digər bir investisiya qaydası isə diqqəti daha çox cəlb edir. Bu qaydaya əsasən köhnə yaşayış yeri olan və mənzil almaq istəyən şəxs maliyyə proqramının ilkin mərhələsində tikinti şirkəti-baş menecer ilə müqavilə bağlayır. Həmin müqaviləyə əsasən yeni tikintinin başa çatmasına 1-2 ay qalmış şəxs öz köhnə mənzilini sətaraq müqavilə şərtlərinə əsasən ödəniş etməyi öhdəsinə götürür. Bir məqamın da üzərində dayanmaq vacib sayılan amillərdəndir. Mənzil alacaq şəxsin ödəmə qabiliyyəti aşağı olarsa, baş menecerin qərarına əsasən həmin şəxs ödəyəcəyi ilkin vəsaitin 30%-i həcmində ssuda ayrılır ki, bu məbləğ də sonrakı mərhələlərdə bərabər həcmdə olmaqla şəxs tərəfindən tikinti şirkətinin bank hesabına ödənilir.

Yuxarıda sadalanan məqamlardan bəziləri Azərbaycan şəraitində diqqəti cəlb edə bilər. Lakin, bunun üçün bir sıra sənədlər portfeli rəsmi qurumlar tərəfindən işlənib hazırlanmalı və daşınmaz əmlak bazarı iştirakçılarının ixtiyarına verilməlidir. Seçimi isə, təbii ki, bazar özü edəcəkdir.

Dünya təcrübəsi göstərir ki, maliyyə bazarında tənəzzül yaşananda daşınmaz əmlaka investisiya portfelinin həcmi artmağa başlayır. Bu artımın bir hissəsi əgər qazanc məqsədi daşıyarsa, digər bir hissəsi sosial tələbatdan irəli gəlir. Hazırda Azərbaycanda yaranmış vəziyyət bu qanunauyğunluğu bir daha təsdiq edir. Ölkədə fond birjası, qiymətli kağızlar bazarı nisbətən zəif işlədiyindən əhəlinin əlində olan artıq pul kütləsi və eləcə də iri investisiyalar məhz bu bazara axır.

Əlbəttə, əsas ağırlığın əhəlinin və tikinti təşkilatının üzərinə düşməsinin səbəbinin iqtisadçılar keçid dövrünün xüsusiyyətlərindən irəli gəldiyini bildirirlər. Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, bu tikinti-investisiya prosesində nisbətən iri kapitala malik insanlar iştirak edirlər. Əllərdə qalan nisbətən xırda kapital isə maliyyə bazarına təzyiq göstərən və inflyasiyaya səbəb olan aspektlərdən biri sayıla bilər. Bu baxımdan həmin insanların da ehtiyat vəsaitlərinin qiymətli kağızlar bazarına, yeni nisbətən az vəsait tələb olunan, lakin dividend gətirən bazara yönəldilməsi ölkə iqtisadiyyatının inkişafına əlavə tökan verərdi.

Daşınmaz əmlak bazarında maliyyələşmə üsulları

Xarici daşınmaz əmlak bazarında maliyyələşmə üsullarının tədqiqatı göstərir ki, bazar əsasən aşağıda göstərilən formada maliyyələşdirilir [3, s. 546-562]:

- kredit bankları tərəfindən qısamüddətli maliyyələşdirmə;
- müxtəlif fondlar, institutlar və ya banklar tərəfindən uzunmüddətli maliyyələşdirmə;
- qarışıq maliyyələşdirmə.

Yuxarıda sadalanan kredit növləri mənbəyinə, qaytarılma mexanizminə, kredit müddətində

risklərin səviyyəsinə və kreditin idarə olunmasına görə də fərqlənirlər. Bu kreditlər korporativ və xüsusi layihənin həyata keçirilməsi üçün də verilə bilər.

Ayrı-ayrı ölkələrdə kreditlərin ayrılması müxtəlif mərhələlərlə həyata keçirilir. Kreditlərin verilməsində inflyasiya, tikintinin keyfiyyət göstəriciləri ilə əlaqədar olan risklər, tikinti və satış müddəti əsas meyar kimi götürülür. Uzunmüddətli kredit verildikdə bir sıra ölkələrdə inflyasiyadan asılı olaraq dəyişən faiz dərəcələri və yaxud baza rəqəmlərinin inflyasiyaya uyğun olaraq yenidən hesablanması üsulu tətbiq edilir.

Qısamüddətli kredit növündə bank və kreditor-tikinti təşkilatı tikinti riskini öz üzərinə götürməklə və gələcək mənzil satışından kreditlərin bağlanacağını dəqiqləşdirərək ikitərəfli münasibət qururlar. Hazırda Azərbaycanın bir sıra şəhərlərində çoxmənzilli yaşayış binalarının tikintisini aparan tikinti təşkilatları və şirkətlər yeni formalaşma dövrünü yaşadıqlarından və iri maliyyə institutları ilə münasibətlərini qura bilmədiklərindən haqlı olaraq qısamüddətli kreditlərə üstünlük verilən təşkilatlar yeni formalaşır və iri maliyyə institutları qarşısında davamlı etibar qazanmayıblar, tikinti təşkilatları hələlik kiçik layihələrə üstünlük verirlər, yerli tikinti təşkilatları yerli banklarla "dil" tapa bilirlərsə də, iri maliyyə institutları ilə bu məsələ problem olaraq qalır, riskləri çoxaldır.

Bütün bunlardan çıxış edərək banklar tikinti sektoruna ayrılacaq kredit faizlərinin səviyyəsini daim artırır və şərtləri ağırlaşdırırlar. Məhz bu baxımdan son 15 ildə tikinti sektorunda çalışan təşkilatların kredit portfelinin illər üzrə azaldığını müşahidə etmək olar. Lakin, bununla yanaşı bir sıra tikinti təşkilatları işlərini kommersiya bankları ilə vəhdətdə qurmağa üstünlük verir və müəyyən nəticələrə də nail olurlar.

Uzunmüddətli kreditləri isə "investisiya institutları" adlanan pensiya fondları, sığorta şirkətləri və başqa qurumlar verə bilirlər. Kreditlərin bir qisminin müqabilində gələcək mənzilləri alır ki, bu da tikinti şirkətlərini gələcək satış risklərindən müəyyən qədər qoruyur. Bununla yanaşı investisiya institutları bir sıra üstünlüklərə malik olurlar:

- risklərin artırılması hesabına mənfəət də çoxalır;
- investor layihə və icarəçi seçiminə müdaxilə edə bilər.

Tələbin artımı müqabilində investor əlavə mənfəət qazanmaq hüququna malik olur.

Mənzil tikintisinin maliyyələşdirilməsinin müxtəlif formaları

Bir sıra ölkələrdə iri layihələri maliyyələşdirmək üçün bir neçə maliyyə institutunu cəlb etmək çətinlik yaratdığından tikinti təşkilatları (və ya developerlər) daşınmaz əmlak investisiyanı qiymətli kağızlar bazarında axtarır. Daşınmaz əmlak bazarının maliyyələşdirilməsi probleminin qiymətli kağızlar bazarında axtarılmasına bir sıra səbəblər rəvac verirdi. Əvvəla, qiymətli kağızlar bazarının verdiyi dividend daşınmaz əmlakın verdiyi gəlirdən yuxarı olmaqla, daşınmaz əmlak bazarında götürülən öhdəliklərin yerinə yetirilməməsi-mümkün risklərin böyük olması bu çətinlikləri yaradırdı. Digər tərəfdən, daşınmaz əmlakla aparılan əməliyyatlar zamanı xərclərin qiymətli kağızlarla aparılan əməliyyatlar üzrə xərcləri də xeyli üstələməsi, daşınmaz əmlakın qiymətli kağızlara nisbətən aşağı likvidliyi və daşınmaz əmlakın idarə edilməsinə əlavə xərclərin tələb olunması əlavə problemlər yaradırdı.

Nəzərdə tutulan qiymətli kağızı developer (tikintini aparan təşkilat) tikintini maliyyələşdirmək məqsədilə buraxır. Bu, əmanət, səhm və ya digər xüsusi qiymətli kağız formasında ola bilər. Azərbaycan qanunvericiliyində bu forma ipoteka kağızı formasında özünün əksini tapsa da bunun bazarı hələ ilkin dövrünü yaşayır. Digər növ qiymətli kağızlar bir sıra xarici ölkələrin daşınmaz əmlak bazarında inkişaf mərhələsi keçir.

Developerin buraxdığı və qiymətli kağız statusunu alan əmanət kağızları xaricdə geniş yayılıb, developerlərə müəyyən "status kvo" saxlamaq imkanı verir. Tikintinin bu formatda maliyyələşdirilməsi onlara əmlak üzərində nəzarəti saxlamağa imkan verir. Səhmlərin isə üstünlüyü onların vergiyə cəlb olunmamasında əks olunur.

2000-ci ildən başlayan yaşayış-mənzil sahələrinin və kommersiya obyektlərinin tikintisi Azərbaycanda gələcək sahiblərin-mülkiyyətçilərin pay vəsaitləri və qismən də bank kreditləri hesabına aparılır. Bu metodun xarici ölkələrdə tətbiq olunan metodlarla müəyyən oxşarlığı olsa da fərqləri də vardır.

Yaşayış binalarının tikintisinin maliyyələşməsində əsasən fiziki şəxslər iştirak edirlər. Onların tikintiyə sərf olunan maliyyə portfelində payları hazırda 80%-i keçib. İlk bazarda gələcək mülkiyyətçi ilə tikintini aparan şəxs arasında münasibət müqavilə əsasında və “İnvestisiya haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununa əsasən qurulur. Qanunla hər bir şəxsin investisiya hüququ vardır və bu hüquq mənzil tikintisinə də şamil edilir. Bu hüquqa əsasən payçı ilkin ödəniş etməklə ümumi paya girir və tikinti müddətində qalan məbləği tikintinin axırına qədər bərabər məbləğlə ödəyir.

Müqavilə yazılı formada bağlanır, tərəflərin vəzifə və hüquqları qeyd edilir. Yaşayış və qeyri-yaşayış sahəsinin satış qiyməti tərəflər arasında müqavilə bağlanan ərəfdə razılaşdırılır və sonrakı ödəniş mərhələlərində əgər müqavilənin şərtlərini hər hansı bir tərəf pozursa dəyişikliyə məruz qalır. Bir sıra ölkələrdə isə ödənişin hər mərhələsində tikintinin maya dəyərindən çıxış edərək hər ödəniş mərhələsində 1 kv.m-in dəyəri razılaşdırılır.

Tikinti başa çatdıqdan sonra tikintini aparan tərəf binanı dövlət komissiyasına təhvil verir, müqavilə əsasında gələcək mənzil sahiblərini mülkiyyət sənədlərini almaq üçün hər cür sənədlə təchiz edir. Mərhələli ödənişin birbaşa ödənişdən bir sıra üstünlükləri alıcı kontingenti üçün bu növ ödənişi cəlbədicidir:

- ödəniş mərhələli aparılır;
- qiymətlər tikintinin başlanğıcında razılaşdırıldığından nisbətən ucuz başa gəlir (bir sıra ölkələrdə isə ödənişin hər mərhələsində həmin ana tikintinin maya dəyərindən asılı olaraq indeksləşdirmə aparılır).

Qiymətli kağızlar, məlum olduğu, kimi, borc öhdəliyi olmaqla kreditora müəyyən müddətdən sonra əsas borc ilə yanaşı təsbit olunmuş əlavə vəsaitin də ödənişini nəzərdə tutur. Bununla yanaşı əmanət kağızları öz xüsusiyyətlərinə görə bir-birindən fərqlənirlər. Bir halda əgər emitent rolunda sifarişçi-hüquqi şəxs (misal üçün, hər hansı icra və ya bələdiyyə orqanı) çıxış edə bilərsə, digər halda istənilən fiziki şəxs olan investor bu rolu öz öhdəsinə götürə bilər.

Digər halda isə hər hansı bir investisiya institutu, bank maliyyə agentləri rolunda çıxış edərək qiymətli kağızları bazarda yerləşdirir və bununla da vasitəçi rolunu öz öhdəsinə götürür. Bu halda onun öhdəliyi hər hansı riskə qarşı investor qarşısında verdiyi təminat olur.

Sertifikatların dövrüyyə müddəti tikinti müddəti ilə üst-üstə düşür. Götürülən öhdəlik sonda birdəfəyə pul və yaxud da mənzil sahəsi formasında ödənilir. Qiymətli kağızların minimal nominal dəyəri 0,1 kv.m yaşayış sahəsinin dəyərindən az olmur. Bu cür investisiyaların üstünlükləri aşağıdakı kimidir [4, s. 304-314]:

- əmanət vəsaitləri ünvanlı istifadə olunur;
 - qiymətli kağızların dəyəri yaşayış sahəsinin dəyəri ilə müəyyən ekvivalentlik təşkil edir;
 - investorun dividend qazanmaq üçün seçim imkanı olur;
 - qiymətli kağız ilə tikinti müddəti arasında asılılıq yaranır;
 - tikintinin aparılması üçün maliyyə müstəqilliyi qazanılır;
 - qiymətli kağızın nominal dəyəri tikintinin maya dəyəri ilə uzlaşdırılır;
 - qiymətli kağızlar mərhələlərlə, tikintinin sürətinə uyğun buraxılır.
- Əlbəttə, qiymətli kağızları baş verə biləcək hər hansı mümkün risklərdən qorumaq məqsədilə aşağıdakı məqamlar da nəzərə alınır:
- əmanət kağızlarının miqdarı və dəyərinin tikintinin dəyəri çərçivəsindən çıxması;
 - ilkin yerləşdirilmiş əmanətlərin növbəti mərhələlərdə indeksləşdirilməsi;
 - hər mərhələdə buraxılan qiymətli kağızların tikintinin nəzərdə tutulan həcminə uyğun

gəlməsi;

- qiymətli kağızların likvidliyini təmin etmək məqsədilə ehtiyat fondun yaradılması.

Hazırda ölkədə mənzil tikintisində geniş yayılmış maliyyələşmə forması tikintidə pay iştirakıdır. Hazırda bu üsul əsasən aşağıdakı formalarda tətbiq olunur:

- birdəfəlik tam ödəmə - payçıya mənzil sənədi verilir. Sənəddə mənzilin nömrəsi, sahəsi, ödənilmiş məbləğ, mənzilin dəyəri göstərilir. Ödənilmiş məbləğ tikinti müddətində inflyasiyadan asılı olaraq indeksasiya edilmir və tikinti qurtarıqda sənəddə göstərilən mənzilə mülkiyyət qeydiyyatı aparılır;

- mərhələli ödəniş - payçıya mənzil ayrılır. İlk ödəmədən sonra daxili müqavilə ilə mənzilin koordinatları göstərilməklə ödəmə qrafiki tərtib olunur. Tikinti müddəti 2 il göstərilə də, ödəmə müddəti bərabər formada 12 ay ərzində aparılır.

Bundan başqa digər ödəniş formaları da tətbiq olunur ki, son nəticədə bütün bu ödəniş formaları alıcı kütləsi üçün daşınmaz əmlak bazarını əlçatan edir.

İpoteka kreditinin bazar imkanları

İpoteka krediti - qaytarılmasına müəyyən daşınmaz əmlakla zəmanət verilən kredit növüdür. Bu növ kredit sisteminin tam iqtisadi qanunlar əsasında işləməsi üçün ipotekanın ilkin və təkrar bazarlarının yaradılması tələb olunur [5, s. 295-297]:

- ipoteka kreditinin ilkin bazarı-daşınmaz əmlakın alınması, yaradılması və kommersiya istifadəsi üçün verilən kredit bazarıdır;

- təkrar bazar-ilkin bazarda buraxılan qiymətli kağızların alqı-satqısı prosesidir. Prosesin əsas məqsədi ilkin kreditorların investora verdikləri kreditin müqabilində əldə etdikləri qiymətli kağızlarını satıb yerli bazara növbəti kredit qoymağıdır.

İpoteka krediti sisteminə problemlər var. Bu təkcə daşınmaz əmlak bazarının yox, həmçinin, bütövlükdə maliyyə bazarı və bank sisteminin problemdir. İnkişaf etmiş ölkələrdə daşınmaz əmlakın 20%-dən yuxarı hissəsi il ərzində bazarda dövr edir, alınan əmlakın, demək olar ki, hamısı ipoteka krediti vasitəsilə əldə olunur.

Ölkənin və daşınmaz əmlak bazarının inkişaf səviyyəsi yüksək olduqca, ipoteka kredit portfelinin həcmi də ÜDM ilə müqayisədə yüksək göstəriciyə malik olur. Azərbaycanda və xüsusən də Bakı şəhərində daşınmaz əmlakın qiyməti mülkiyyətçinin əmlakdan il ərzində əldə edə biləcəyi mümkün gəlirdən 12-20 dəfə artıqdır. Yaranmış bu vəziyyət əmlakın gəlir vasitəsilə əldə olunması imkanını minimuma endirir. İpoteka kredit sisteminin tam sürətilə işə düşməsi, kredit şərtlərinin əhalinin alıcılıq qabiliyyətinə uyğunlaşdırılması, bazarın göstəriciləri ilə balanslaşdırılması problemi həll edir.

Nəticə

Beynəlxalq təcrübə göstərir ki, mənzil bazarında ipoteka krediti sistemi ilə bağlı mövcud problemin həlli aşağıdakı iqtisadi göstəricilər ilə vəhdət təşkil edir:

- makroiqtisadi sabillik;
- inflyasiyanın məhdud həddi;
- aşağı kredit faizi;
- ödəmə qabiliyyətli əhali;
- möhkəm milli valyuta;
- inkişaf etmiş bank sistemi;
- düzgün pul kredit sistemi.

2005-ci ildən etibarən icrasına başlanılmış dövlət ipoteka krediti proqramının zəif startı səbəbindən bir sıra problemləri hələ də həllini tapmamış sayılır:

- əhalinin ödəmə qabiliyyətinin olmaması;
- qiymətlərin yüksək olması;
- qanunvericilik bazasının zəifliyi;

- bazarın zəif infrastrukturunu;
- psixoloji amillər.

Daşınmaz əmlak bazarı üçün ipoteka krediti əmlakın yüksək qiyməti ilə potensial alıcının gəliri arasında yaranmış uçurumun həlli mexanizmidir. Daşınmaz əmlak bazarının peşəkar iştirakçıları üçün isə ipoteka krediti bazarda tələbin daim artıma doğru yüksəlməsidir. Maliyyə bazarı üçün isə, ipoteka krediti gəlir ilə risklərin arasında təminatdır. Deməli, dövlətin qurduğu iqtisadi mexanizm bütün bu mexanizmlərin işləməsinə yönəldilməli və daim bazarın multiplikatorlarından asılı olaraq tənzimlənməlidir.

Ədəbiyyat

1. Azərbaycanın Statistik Göstəriciləri 2012. Bakı, “Səda” nəşriyyatı 2012, 814 s.
2. Основы ипотечного кредитования/ Науч. ред. и рук. авт. колл. Н. Б. Косарева – М.: Фонд “Институт экономики города” ИНФРА-М, 2007.-576с.
3. Mehdiyev İ.Ə., Şirəliyev V.M. Tikintinin iqtisadiyyatı: Ali məktəblər üçün dərslik. Bakı, “Çaşıoğlu”, 2005.- 684s.
4. Шакаралиев А.Ш., Асаул А.Н., Денисова И.В., Оруджов Г.К., Мустафаев Ф.Ф. Экономика недвижимости: Баку, “İqtisad Universiteti”, 2004, 420 с.
5. Бузова И.А. Махивкова Г.А., Терехова В.В. Коммерческая оценка инвестиций. Под ред. Есипова В.Е.-Спб. Питер, 2003, 432 с.

Мирага Ахмедов
к.э.н., доцент АГЭУ

Рынок недвижимости жилищного назначения: маркетинговые исследования, оценка

Резюме

В данной статье раскрыты проблемы формирования инвестиционных вложений в жилищный рынок, анализированы результаты маркетинговых исследований на жилищном рынке, определены основные направления финансирования жилищного строительства. Здесь также рассмотрены способы финансирования на рынке недвижимости, исследованы прогрессивные формы финансирования жилищного строительства, выявлены рыночные возможности ипотечных кредитов

Ключевые слова: жилищный рынок, маркетинговые исследования, рынок недвижимости, ипотечный кредит.

Miraqa Ahmadov
Candidate of Economic Sciences, associate professor of the
Azerbaijan State Economy University

Life market of appointed real assets: Marketing investigations, to value

Summary

Problems of the forming in the article of the investment puttings investigated, results of the marketing investigations where have analysed in the flat market, basic directions of the financing of the flat construction methods of the financing in the market of definite. The and article real assets looked through, progressive forms of the financing of the flat construction investigated, market opportunities of the mortgage credit have discovered.

Key words: market of investigations of flat market, marketing, real assets, mortgage credit.

UOT 658.5

Ayan Əmirəhməd qızı RZAYEVA
Azərbaycan Kooperasiya Universiteti

MÜƏSSİSƏDAXİLİ İDARƏETMƏ KONSEPSİYASINDA MARKETİNQİN ROLU

Xülasə

Məqalədə əsasən müəssisələrdə marketinqin rolu, idarəetmədə marketinq fəaliyyətinin əsas məqsədləri, müəssisənin əsasını təşkil edən istehsal prosesi təhlil olunur. Bütün bunlarla yanaşı, Respublikamızın müəssisələrində marketinqin tətbiqi və onun tətbiqində yol verilən yanlışlıqlar göstərilmişdir.

Açar sözlər: *marketinq xidməti, marketinq müəssisənin funksiyası kimi, müəssisədə istehsal, Azərbaycanda marketinq.*

Giriş

Marketinq bazara yönələn, ona uyğunlaşan, elastik dəyişikliklərə vaxtında və düzgün reaksiya verən və innovasiyalar həyata keçirən müəssisədir. Bir sözlə, marketinq ehtiyacların və tələbatların mübadilə yolu ilə ödənilməsinə yönəldilmiş insan fəaliyyəti növüdür.

Müəssisələrdə marketinq fəaliyyətini təşkil etməkdə əsas məqsəd aşağıdakılardan ibarətdir:

1. Mümkün qədər yüksək istehlaka nail olmaq - istehsalın artmasına, məşğuliyyət yerlərinin çoxalmasına və yüksək mənfəət əldə edilməsinə şərait yaradır.

2. İstehlakçı məmnuniyyətinə nail olmaq - bu, istehsalın həcmi artırmaqla yanaşı, istehlakçının da razılığının əldə edilməsini nəzərdə tutur.

3. Əhəlinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi - malların keyfiyyəti, kəmiyyəti, çeşidi, əlverişliliyi, dəyəri və s. nəzərə alınır.

4. Bazara ən geniş əmtəə çeşidi təklif etmək - əmtəələrin mümkün qədər müxtəlifliyini təmin etmək və alıcıya ən geniş əmtəə çeşidini təklif etməkdir.

Yəni marketinqin idarə edilməsi sistemi alıcının zövq və ehtiyaclarına daha dolğun cavab verən malların tapılmasına şərait yaratmalıdır.

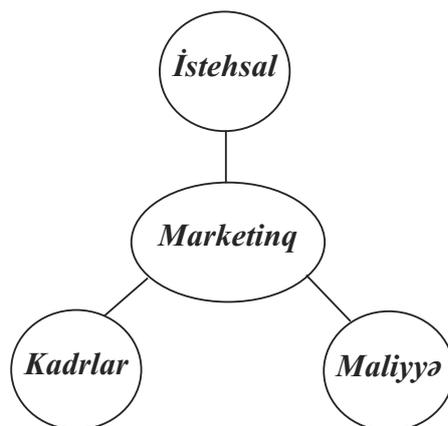
Hər bir firmada marketinq işini bir qrup insan həyata keçirir. Marketinq rəhbərliyi bu insanların təşkilat daxilində vəzifələrini müəyyənləşdirməli, vəzifə bölgüsünü aparmalı, səlahiyyət və məsuliyyət dərəcələrini müəyyənləşdirməlidir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində müəssisələrin təşkilində, həmçinin istehsal fəaliyyətinin təşkilində marketinqin rolu danılmazdır. Bu təcrübəni daha çox inkişaf etmiş sənaye ölkələrində görmək olar. Lakin, təəssüflər olsun ki, Azərbaycanda mövcud firmalar hələ də marketinqə lazımınca önəm vermirlər. Təbii, bunun da öz obyektiv və subyektiv səbəbləri vardır. Lakin istənilən halda hər bir firmanın onurğa sütununu marketinq şöbəsi təşkil etməlidir. Bazarda uzun müddət qalmanın başqa yolu yoxdur. Hər bir müəssisə marketinq xidmətindən istifadə etməklə bir çox müsbət nəticə əldə edə bilər. Bunlara aşağıdakıları aid etmək olar:

- Marketinq tədqiqatlarının düzgün aparılması;
- İnformasiyanın düzgün əldə olunması;
- Tələbatın düzgün öyrənilməsi və təmini;
- Bazarın segmentləşdirilməsi və segmentlərin seçilməsi;
- Əmtəələrin düzgün təşkili;
- Əmtəələrə səmərəli qiymətlərin qoyuluşu;
- Satışın stimullaşdırılması;
- Planlaşdırmanın, nəzarətin düzgün təşkil olunması.

Onu da qeyd etmək lazımdır ki, marketinq fəaliyyəti müəssisə üçün ən mühüm funksiyalardan

biridir. Bunu aşağıdakı sxemdə də görmək mümkündür:



Şəkil 1. Marketing müəssisənin əsas funksiyası kimi

Müəssisə və müəssisənin quruluşu

Elmi-texniki tərəqqinin yüksək sürəti, geniş ictimai əmək bölgüsü şəraitində müəssisələrin inkişaf səviyyəsi, istehsalın artımının sürətləndirilməsi və iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərmişdir. Belə ki, müəssisə bir-biri ilə qarşılıqlı surətdə bağlı olan müxtəlif vasitələrdən: sexlərdən, istehsal sahələrindən, briqadalardan və ayrı-ayrı iş yerlərindən ibarətdir. Müəssisə iki növ quruluşa malikdir: ümumi və istehsal quruluşunu fərqləndirirlər.

Müəssisənin ümumi quruluşu dedikdə - onun tərkibinə daxil olan həm istehsal, həm də qeyri-istehsal sahələri arasındakı kəmiyyət nisbətləri nəzərdə tutulur. Müəssisənin istehsal quruluşu dedikdə isə yalnız istehsal bölmələri arasındakı kəmiyyət nisbəti başa düşülür. Müəssisənin quruluşu onun tabe olduğu yuxarı dövlət orqanı tərəfindən (əgər özəl müəssisədirsə, onda həmin müəssisənin quruluşu təsisçilər tərəfindən), müəssisədaxili bölmələrin (məsələn, sexlərin) quruluşu isə müəssisənin özü tərəfindən müəyyən edilir. Müəssisənin istehsal quruluşu ictimai əmək bölgüsünün, əsas istehsalların diferensiallaşdırılması və ixtisaslaşdırılmasının dərəcəsini əks etdirir. O, istehsal bölmələri arasındakı nisbətlər və qarşılıqlı əlaqələr, sexlər və istehsal sahələri arasında ictimai əmək bölgüsü, müəssisənin məhsul buraxmasında onların rolu haqqında mühakimə yürütməyə imkan verir [3].

Müəssisənin istehsal quruluşunun və onun dəyişməsinin xarakteristikası üçün aşağıdakı göstəricilərdən istifadə olunur: müəssisənin ümumi məhsul buraxılışı həcmində ayrı-ayrı istehsal bölmələrinin (o cümlədən əsas sexlərin), məhsul buraxılışının xüsusi çəkisi; müəssisədə çalışan işçilərin tərkibində bu və ya digər istehsal bölməsində, o cümlədən əsas sexində çalışan işçilərin payı; müəssisənin əsas istehsal fondlarının ümumi dəyərində ayrı-ayrı istehsal bölmələrinin, o cümlədən, əsas sexin əsas istehsal fondlarının xüsusi çəkisi. Məhsul buraxılışı göstəricisi müəssisənin istehsal quruluşunu daha dəqiq xarakterizə edir. Çünki işçilərin sayının və əsas fondların həcmindən artırılması hələ məhsul buraxılışının çoxaldılması demək deyildir. Müəssisənin məhsul buraxma qabiliyyətinin artırılmasında istehsal bölmələrinin həqiqi rolu təkə mövcud işçilərin sayından və əsas fondların dəyərindən deyil, eyni zamanda onlardan istifadə səviyyəsindən də xeyli dərəcədə asılıdır. Beləliklə, göstəricilər sistemindən istifadə edilməsi müəssisənin istehsal quruluşunda baş verən dəyişiklikləri müxtəlif cəhətlərdən qiymətləndirməyə imkan verir [3].

Müəssisənin istehsal quruluşunun formalaşması mürəkkəb proses olmaqla çoxsaylı iqtisadi və texniki amillərin təsiri altında baş verir. Müəssisənin istehsal quruluşuna təsir edən mühüm amillər aşağıdakılardır: [3, səh. 21].

1) istehsalın həcmi artdıqca müəssisənin tərkibindəki həm əsas istehsal, həm qeyri-istehsal bölmələrinin sayı, tərkibi, ölçüsü və onlarda çalışan işçilərin sayı da artır və beləliklə, bütün bunlar da

mürəkkəb istehsal quruluşunun olmasını tələb edir. Məsələn, hər hansı zavodda istehsalın həcmının artması əlavə hazırlıq, emalətmə və yığma sex və istehsalat sahələrinin yaradılmasını tələb edir;

2) istehsalın ixtisaslaşdırılması və kooperativləşdirilməsi dərəcəsi. Bildiyimiz kimi, yüksək ixtisaslaşdırılmış və kooperativləşdirilmiş müəssisələrdə istehsal quruluşu universal müəssisələrdə olduğundan çox sadə olur. Belə ki, ixtisaslaşdırılmış müəssisələrdə bir çox hissələr, həmçinin, yarımfabrikat məmulatlar kənardan - xüsusi ixtisaslaşdırılmış zavodlardan alındığına görə onların müəssisədə hazırlanmasına ehtiyac qalmır və bu da müəssisənin bölmələrinin sayını azaltmağa imkan verir;

3) məhsulun çeşidi az olduqda müəssisənin istehsal quruluşu sadə, çox olduqda isə mürəkkəb olur. Belə ki, məhsulun çeşidi çox olduqda əlavə sex və istehsal sahələrinin yaradılması zərurəti meydana çıxır;

4) istehlak olunan xammal və materialın növü, çeşidi müəssisənin istehsal quruluşuna təsir edir. Məsələn, xammal və materialın ölçüsü və forması anbar təsərrüfatının sayına və tərkibinə, nəqliyyat vasitələrinin növlərinə təsir göstərir;

5) müəssisədə istehsal üçün istifadə olunan maşın və avadanlıqların sayı, tərkibi və yaşı. Təcrübə göstərir ki, müəssisənin avadanlıq parkında maşın və avadanlıqların xüsusi çəkisi artdıqca təmir işlərinin sayının artmasına, deməli müəssisənin ümumi quruluşunun mürəkkəbləşməsinə səbəb olur;

6) istehsala texniki xidmət ixtisaslaşdırılmış müəssisələr, sexlər və briqadalar tərəfindən həyata keçirilərsə, onda müəssisədə köməkçi və xidmətedici sex və təsərrüfatların sayı azalır;

7) məhsulun xarakteri və onun hazırlanması texnologiyası nə qədər mürəkkəb olarsa və onun hazırlanması çətin olarsa, onda müəssisədə əlavə bölmələrin yaradılması zərurəti yaranır.

Müəssisənin istehsal quruluşu, qeyd etdiyimiz kimi, müxtəlif amillərin təsiri altında formalaşır. Odur ki, çalışmaq lazımdır ki, müəssisənin istehsal quruluşu imkan daxilində optimal, səmərəli olsun. Müəssisənin istehsal quruluşu o halda səmərəli və optimal hesab edilir ki, onun bölmələri arasında düzgün mütənəsiblik yaradılsın və bu, ən az xərclə daha yüksək son nəticələr əldə edilməsinə təmin etsin. İstehsalın son nəticələri - onun səmərəliliyini, ictimai tələblərə və ehtiyatlara uyğun gəlməsini ifadə edir. Adətən, xalq təsərrüfatı, iqtisadi rayon, sahə və müəssisə səviyyələrində istehsalın son nəticələri fərqləndirilir.

Müəssisədə marketing fəaliyyəti

Müəssisələrdə marketing fəaliyyətindən danışdıqda ilk növbədə müəssisə haqqında müəyyən biliyə malik olmaq lazımdır. Hər bir müəssisədə onun təsərrüfat fəaliyyəti planlaşdırılmalıdır. Müəssisə - mülkiyyət formasından asılı olmayaraq qanuna müvafiq yaradılan və ictimai tələbatın ödənilməsi və mənfəət qazanılması məqsədi ilə məhsul istehsal edən və satan, işlər görən subyektdir.

Qeyd etmək lazımdır ki, müəssisənin marketing fəaliyyəti praktiki olaraq onun bazarda olan qarşılıqlı əlaqələrinin bütün tərəflərini əhatə edir. Başqa sözlə, "müəssisə-bazar" iqtisadi sistemində marketingin yeri və rolu danılmazdır. Çünki hər bir istehsalçı istehsal etdiyi məhsulu yalnız bazarda reallaşdırırsa bilər. Odur ki, məhsulsuz (xidmətsiz) bazar, bazarsız isə əmtəələrin reallaşdırılması mümkün deyil. Məhz buna görə də mütəxəssislər çox düzgün qeyd edirlər ki, marketing müəssisənin bazarda olan fəaliyyət sistemidir.

İndi isə müəssisənin əsasını təşkil edən istehsal haqqında məlumat verək və qeyd edək ki, müəssisədə istehsal fəaliyyətinin təşkilində, istehsalın idarə olunmasında, onun həyata keçirilməsində marketingin nə kimi rolu vardır.

İlk növbədə qeyd edək ki, istehsal - cəmiyyətin mövcud olması və inkişafı üçün zəruri olan maddi nemətlərin yaradılması prosesidir. İstehsal insan həyatının təbii şərti olub, digər fəaliyyət növlərinin də maddi əsasıdır. İstehsal cəmiyyətin inkişafının bütün pillələrində mövcuddur. İnsan maddi nemətlər yaradarkən və xidmətlər göstərərək təbiətin dəyərlərinə təsir göstərir, onu maddi

tələbatın ödənilməsi üçün məqsədəuyğun formaya salır. Deməli, istehsal, bilavasitə istehlak və yaxud gələcək istehsal üçün təbiət cisimlərinin emalıdır. İstehsalın belə funksiyası bunun hər bir sosial formasında saxlanılır və istehsal resurslarına əsaslanır [5, səh. 231, 232].

Hər bir şirkət daim dəyişkən marketinq mühitində fəaliyyət göstərir. Əgər o, “sağ qalmaq” niyyətindədirsə, bu və ya digər istehlakçı qrupu üçün dəyər əhəmiyyətli olan nəşə istehsal etməli və təklif etməlidir. Hər bir şirkət əmin olmalıdır ki, onun məqsədləri və əmtəə çeşidi konkret bazar üçün aktuallığını daim qoruyub saxlayır. İstənilən şirkət açılan bazar imkanlarını aşkar etməyi bacarmalıdır. Bütün bunları reallaşdırmaq üçün müəssisələrdə marketinq mühitini formalaşdırmaq, təşkil etmək zərurəti meydana çıxır. Yalnız və yalnız cəmiyyətin artan tələbatının tam ödənilməsi müəssisələrdə marketinq mühitinin formalaşdırılması vasitəsilə həyata keçirilə bilər. Bu təcrübəni inkişaf etmiş sənaye ölkələri də təsdiq edir. Qeyd etmək lazımdır ki, artıq bu təcrübədən Azərbaycanı da yeni də olsa, fəaliyyət göstərən bir çox dövlət və özəl müəssisələr, şirkətlər də istifadə edirlər.

Azərbaycanda marketinq

Respublikamızda müəssisələrdə marketinqin tətbiqinə gəldikdə isə, artıq Azərbaycanda da marketinq elementlərinin tətbiqi üçün şərait yaradılır. Çox təəssüf ki, ilk vaxtlar buraxılan metodoloji səhvlər və onun mürəkkəb vasitələrindən istifadəyə bəsit yanaşma halları qeyd olunurdu.

Son illər marketinq ölkəmizdə təkcə alimləri yox, eyni zamanda praktiki də cəlb edir, çünki o, çoxlu miqdarda çıxılmaz sayılan vəziyyətlərdən çıxış yolu üçün perspektiv yaradır. Eyni zamanda, ölkə bazarında tələb və təklif arasında tarazlığı təmin etmək üçün iqtisadçılar tərəfindən marketinqdən istifadənin istiqamətləri və formalarının axtarışı aparılır. Bu zaman mütləq ehtiyatlardan optimal istifadə etmək vacibliyini, müxtəlif qrup alıcıların tələblərinə cavab verəcək əmtəələrin çeşid və keyfiyyətinin mükəmməlləşdirilməsini nəzərə almaq lazımdır. Marketinq mühafizəkar idarəetmə mexanizminin qeyri-mükəmməlliyinin, əmtəələrin alıcılara çatdırılması zəncirinin qırılması, bazarda sahələrin fəaliyyətinin uzlaşmaması səbəbindən tələb və təklif arasında yaranmış ziddiyyətlərin aradan qaldırılmasına imkan yaradır.

Uzun müddət mütəxəssislər ekstensiv artım yolu prinsipinə istinad edərək, yanlış olaraq belə hesab edirdilər ki, mərkəzləşdirilmiş plan əsasında tələb və təklif arasında tarazlığı yaratmaq mümkündür. Halbuki sonralar məlum oldu ki, marketinq sistemi dövrüyyəyə hələ əhatə olunmamış potensial bazar seqmentlərini cəlb etməklə bu məsələni həll etməyə imkan verir. Beləliklə, respublikamızda müəssisələrdə marketinq tədqiqatı metodologiyası öz inkişafını tələb edir [6, səh. 166].

Azərbaycan müəssisələrində marketinq problemləri

Son zamanlar Azərbaycan müəssisələrində marketoloq vakansiyaları ən çox axtarılan vakansiyalar siyahısındadır. Bu göstərici Azərbaycan şirkətlərində marketinqə olan tələbatın artımına dəlalət etsə də, Azərbaycanda marketinqlə bağlı bir çox işlər həyata keçirilməlidir.

MDB-nin görkəmli marketoloqlarından biri İqor Mann müsahibələrinin birində bildirir ki, professional marketoloq öz fikrini müdiriyyətə rahatlıqla çatdırmalıdır. Layihələrini uğurla müdafiə etməli, müdiriyyəti inandırmağı bacarmalıdır. Hətta ən parlaq ideya həyata keçirilmirsə, şirkətə bir köməyi dəymirsə, o ideya dəyərsiz fikirdir. Azərbaycan reallığında bir çox şirkətlərdə müdiriyyət yeni layihələrin başlanğıcında fikrini marketinq şöbəsi ilə az bölüşür. Marketinq şöbəsinin təklif etdiyi layihələrin qəbul olunmamasının səbəbi bu şöbə tərəfindən layihələrin və ya ideyanın sona qədər müdafiə olunmamasıdır [8].

Bu tendensiyanın ən əsas səbəblərindən biri kross-mədəniyyət (cross-cultural) faktorudur. Belə ki, kross-mədəniyyət menecmentinin görkəmli alimi Hofstede “hakimiyyət distansiyası” faktorunun korporativ idarəetmədə çox böyük rol oynadığını vurğulayır. Yüksək “hakimiyyət distansiyası” olan mədəniyyətlərdə insanlar arasında bərabərsizlik açıq-aydın nəzərə çarpır; valideyn övladını uşaq vaxtından elə tərbiyə edir ki, övlad valideynin sözündən çıxır, böyüyün sözü kiçik üçün qanun olur və bu da öz növbəsində şəxsi fikrin formalaşmasına əngəl törədir. “Hakimiyyət

distansiyası” çox olan dövlətlər siyahısına müsəlman ölkələri, şərq mədəniyyəti olan ölkələr daxildir. Oxucuda sual yarana bilər – bu faktor marketinqə necə təsir edə bilər? Azərbaycanda yeni məhsulun bazara necə çıxarılmasına nəzər salsaq, bu faktorun marketinqin inkişafına necə təsir göstərməyini aydın görürük. Belə ki, şirkət müdiriyyətinin sərgidə hər hansısa bir məhsul çox xoşuna gəlir və onu Azərbaycan bazarına gətirməyi planlaşdırır. Şirkətin marketoloqu çox gözəl anlayır ki, yeni məhsulun bazara çıxarılması üçün bazar araşdırması lazımdır. Bazar araşdırması keçirilibsə, bu məhsulun Azərbaycan bazarına uyğun olmadığı ortaya çıxıbsa, ən yaxşı halda qiymətin istehlakçı üçün maraqsız olması müdiriyyətə çatdırılır. Lakin müdiriyyət etiraz edir və özü bildiyi kimi bu məhsulun bazarda uğur tapacağını əsaslandırır. Marketoloq isə şirkət müdiriyyətinin əsaslarının səhv olduğunu anlasa da, buna etiraz etmir. Çünki müdiriyyət böyükdür, vəzifəcə yüksəkdir. Onun səhvini üzünə vursa, bu böyük konfliktə gətirib çıxara bilər. Həm də psixoloji olaraq o, bu addımı atmayacaq, çünki “böyüyün sözü qanundur”, - deyər təbiyə alıb. Buna görə də bir çox şirkətlərdə marketoloqlar inkişaf etmir və bu da birbaşa marketinqin Azərbaycanda olan inkişafına əngəl törədir.

Bundan başqa, professional marketoloqun satışda təcrübəsi və güclü satış qabiliyyəti olmalıdır. Marketoloqun satış qabiliyyəti yoxdursa, öz ideyasını, layihəsini müdiriyyətə “satması” sual altındadır.

Hər bir şirkətdə satış şöbəsi ilə marketinq şöbəsi arasında həmişə qarşıdurma olur. Marketinq şöbəsi satış şöbəsindən, ümumiyyətlə, aralıdırsa, bu qarşıdurma əksər halda münaqişəyə səbəb olur. Satışda təcrübəsi olan, ərazidə satışın problemləri ilə yaxından tanış olan marketoloq çox rahatlıqla yeni məhsulun təqdimatını aparır və satış personalının hər bir etirazını dəf edə bilər.

Marketinqin inkişafına əngəl törədən digər amil isə klassik “marketinq miks”in Azərbaycan şirkətləri tərəfindən tam və düzgün istifadə olunmamasıdır. Məhsul şirkətlərdə araşdırma aparılmadan müdiriyyət tərəfindən seçilir, qiyməti bazara uyğun olmadan qoyulur. Ən gülcü isə odur ki, Azərbaycan şirkətlərinin bütün məhsulları “mass market” strategiyasına uyğun olaraq bazara çıxarılır. Göründüyü kimi, marketinq miks-in 3 p-si pozulur. Nəticədə, şirkət məhsulun satışında, sonda isə iadəsində güclü problemlər yaşayır. Bu halda çıxış yolu olaraq 4-cü P-yə üz tutulur – yəni reklam. Şirkət külli miqdarda maliyyə buraxır, ATL və BTL alətlərindən maksimum dərəcədə istifadə etməyə çalışır. Ən yaxşı halda məhsul əvvəlcə kütləvi tələbat yaradır, ancaq sonda bazara uyğun deyilsə, reklama yatırılmış investisiya geri qayıtmır. Yeni məhsul bazara oturmamış iflasa uğrayır. Məsələn, “Jaffa” peçenyləri Azərbaycan bazarına çıxarıldığında belə tip məhsulların bazar həcmi və rəqibləri düzgün araşdırılmamışdı. Məhsul çox güclü reklam kampaniyası ilə bazara girdi, lakin onlar gözləmədikləri faktla rastlaşdılar. Bazara 2-3 il öncə girmiş “Bahlsen” məhsullarının qarşılaşma dizaynı və rəng çalarları, demək olar ki, “Jaffa”ya identik idi və “Jaffa”nın reklam kampaniyası hardasa rəqibin satışının artmasına gətirib çıxartdı. “Jaffa”nın reklam kampaniyasına çəkilmiş xərclər özünü doğrultmadı.

Başqa bir misala nəzər yetirək. Karamel bazarının araşdırılması zamanı belə nəticəyə gəldi ki, Polşa və Belçika karamellərinin uğurunun əsas səbəbi etiketin daha parlaq və premium seqmentdə yer alması, mənfi tərəfi isə bu karamellərin baha olmasıdır. Məhz buna görə bu tip karamellərin satışı əsasən VIP satış nöqtələrində həyata keçirilir. Digər tərəfdən, ucuz qiymət seqmentində yer almış karamellərin mənfi cəhəti etiketin keyfiyyətsiz olması və demək olar ki, bir-birindən seçilməməsidir. “Şirin” şirkəti bazarda olan bu boşluqdan və rəqiblərin zəif tərəfindən istifadə edərək ortaya “Bonny” karamelini çıxartdı. Qarşılaşma dizaynı yüksək keyfiyyətdə, qiyməti hətta yerli karamellərlə rəqabətə davamlı, məhsulun keyfiyyəti və dadı isə Avropa karamellərindən də yüksək oldu. Rəqib Avropa karamellərindən fərqli olaraq “Bonny” karameli hazırda VIP SN-lərdən tutmuş, Azərbaycanın ən ucqar SN-lərində uğurla satışını davam etdirir. Göründüyü kimi, “Şirin” hər 3 P-dən uğurla istifadə edərək məhsulunu bazara yeritdi.

Nəticə

Yaddan çıxarmaq lazım deyil ki, marketing bir müharibədir. Real müharibənin əsas məqsədi yeni torpaqların işğal olunması və ya təbii sərvətlər olur. Marketing müharibəsi isə istehlakçı uğrunda aparılır. Bu müharibədə qazanmağın tək yolu istehlakçı araşdırması yox, rəqib analizi olmalıdır. Rəqibin zəif tərəfini müəyyənləşdirərək, həmin istiqamətdən “zərbə vuran” marketoloq nəinki bazara uğurlu məhsul çıxaracaq, hətta Azərbaycanda marketingin sürətli inkişafına səbəb olacaq.

Nəticə olaraq qeyd etmək lazımdır ki, marketing xidmətinin lazımı səviyyəyə qaldırılması dövlətin bu sistemin yaradılmasında bilavasitə iştirakı ilə mümkündür. Fikrimcə, bu işlərlə İqtisadi İnkişaf Nazirliyinin məşğul olması zəruridir.

Ədəbiyyat

1. Qari Armstrong, Filip Kotler. Marketing: ilk addım. 7-ci nəşr.
2. Axundov Ş. Marketingin əsasları. Bakı, 2005.
3. Hüseynova İ.M. Müəssisənin iqtisadiyyatı. Bakı, 2013.
4. Жан-Жак Ламбен. Стратегический маркетинг. Санкт-Петербург, “Наука”, 1996.
5. Филипп Котлер и др. Основы маркетинга. Издательский дом “Вильямс”, 1998.
6. Journal of Qafqaz University. Number 20. 2007.
7. www.marketing.az
8. www.gennaration.az
9. www.4p.ru

A.A.Pzayeva

Роль маркетинга в концепции управления предприятия

Резюме

В статье анализируется роль маркетинга в предприятии, основные цели управления маркетингом и основа производственного процесса предприятия. Наряду с этим показано процесс применения маркетинга в нашей стране и допускаемые ошибки в его применении.

Ключевые слова: *маркетинговые услуги, маркетинг как функция предприятия, производства предприятия, маркетинг в Азербайджане.*

A.A.Rzayeva

The role of marketing in the inner enter price administrate

Summary

The role of marketing in the enter price, the main aims of marketing activity in the administration, the process of production which is based upon in the enterprise are expired in the article. The-reby, in our Republic enterprises marketing apply and the errors in it are mentioned.

Keywords: *marketing service, as the function of marketing enterprise, production in the enterprise, the marketing in Azerbaijan.*

UOT 338.242

Anar Cavanşir oğlu HƏSƏNOV
Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin dissertantı

İDARƏETMƏ TEXNOLOGİYASINDA ƏMTƏƏ QRUPLARI ÜZRƏ BAZAR TUTUMUNUN VƏ FİRMALARIN BAZAR TUTUMUNDAKI PAYLARININ MÜƏYYƏN EDİLMƏSİ

Xülasə

Məqalədə bazarın idarə edilməsi texnologiyasında tətbiq olunan əmtəə qrupları üzrə bazar tutumunun və firmaların bazar tutumundakı paylarının müəyyən edilməsinə xüsusi yer ayrılır. Buna uyğun olaraq, tərəfimizdən “Pivə”, “Tütün və tütün məmulatları”, “Konyak və konyak spirti”, “Məişət maşın və malları”, “Araq və araq məmulatları” kimi əmtəə qrupları üzrə bazar tutumu müəyyən edilmişdir və bunlara müvafiq olaraq, bu məhsulları buraxan müəssisələrin bazarın ümumi həcmindəki payları hesablanmışdır.

Açar sözlər: idarəetmə texnologiyası, komməriya firmaları, variasiya, region.

Giriş

Son illər idarəetmə elmində idarəetmə texnologiyası adlanan yeni bir istiqamət formalaşmışdır və özündə iqtisadi nəzəriyyənin, xüsusilə onun mikroiqtsadi bölməsinin problemlərin həllində tətbiqi üsulunu; idarəetmə qərarlarının keyfiyyətinin yüksəldilməsi istiqamətini; mərkəzləşmə və qeyri-mərkəzləşmə səviyyələrinin optimal nisbətinin müəyyən edilməsi sahəsində istiqaməti; məhdud resursların bazarın öz aralarında rəqabət aparan subyektləri arasında optimal bölüşdürülməsi üzrə qərarların qəbulu ilə bağlı istiqaməti əks etdirir.

Ticarət nümayəndələrinin iş amilləri

Bu sahənin istiqamətlərindən biri regional xüsusiyyətləri nəzərə almaqla yanaşı, ticarət nümayəndələrinin yerlərdəki zəhmətli işidir. Belə ki, misal üçün, satışın idarə edilməsi texnologiyasında tədarükat prosesinin mürəkkəbliyini nəzərə alaraq bir çox təşkilatlarda öz müştəriləri üçün həllərin işlənilib hazırlanması ilə məşğul olan ticarət nümayəndələri komməriya vizitlərini nəzərdən keçirməklə yanaşı öz vaxtlarının bir hissəsini potensial müştərilər haqqında informasiya toplanmasına, kompaniyanın funksional bölmələrinin fəaliyyətlərinin planlaşdırılmasına, koordinasiyasına və mövcud müştərilərə xidmət göstərilməsinə sərf edirlər. Kompaniyanın ticarət nümayəndələrinin iştirak etdikləri fəaliyyət növlərinin tam spektrini göstərmək çətindir, çünki onlar əhəmiyyətli dərəcədə konkret kompaniyadan və satış sahəsində konkret peşədən asılıdır. 51 firmanın 1393 nəfər ticarət nümayəndəsini əhatə edən xarici tədqiqata görə, 120 növ fəaliyyət aşkar etmək mümkün olmuşdur, bu fəaliyyətlərin hər birinin bir ay ərzində təkrarlanma tezliyi sorğu iştirakçıları tərəfindən yeddi ballıq şkala üzrə qiymətləndirilmişdir. Əldə edilmiş məlumatlar, əsas məqsədi başlıca dəyişikliklərin və ya ticarət heyətinin davranış kateqoriyalarının aşkar edilməsindən ibarət olan faktor təhlilinin köməyiylə təhlil edilmişdir (bax, cədvəl 1).

Təhlil nəticəsində tədqiqatçılar on müxtəlif göstəricini və ya “iş faktorunu” aşkar etməyə müvəffəq olmuşlar. Bu faktorlar, onlardan hər birinə aid olan bir sıra konkret fəaliyyət növləri ilə yanaşı cədvəl 1-də təqdim edilmişdir.

Bu tədqiqat nəticəsində irəli sürülən yekunlardan biri ondan ibarətdir ki, regionlarda ticarət nümayəndəsinin işi özünə qismən olaraq geniş fəaliyyət növləri spektrini daxil edir, bu isə təkcə müştərilərin ziyarət edilməsindən, əmtəə təqdimatının aparılmasından və sifarişlərin qəbul edilməsindən ibarət deyil. Birinci iki amilin satışa və sifariş qəbuluna birbaşa aidiyyəti varsa, 3 və 5-ci amillər müştərilərə artıq satışdan sonra göstərilən xidmətlərlə bağlıdır.

Ticarət işçisinin iş amilləri və onlarla bağlı olan bir sıra fəaliyyət növləri [1]

| |
|--|
| <p>1. Satış funksiyası Satış fəaliyyətinin planlaşdırılması. Potensial müştərilərin seçilməsi. Potensial müştərilərə müraciət olunması. Qərar qəbul edən şəxslərin aşkar edilməsi. Potensial müştəri üçün əmtəə təqdimatının hazırlanması. Əmtəənin təqdimatının potensial müştəriyə nümayiş etdirilməsi. Şübhələrin və iradların aradan qaldırılması. Müştərinin yeni əmtəələrlə tanış edilməsi. Yeni müştərilərə müraciət edilməsi.</p> |
| <p>2. Sifarişlərlə iş Sifarişlərin rəsmiləşdirilməsi. Yerinə yetirilməmiş sifarişlərlə bağlı problemlərin həlli. Yerinə yetirilmiş sifarişlərin çatdırılması problemlərinin həlli. İtirilmiş sifarişlərin axtarılması.</p> |
| <p>3. Xidmət göstərilməsi Əmtəə haqqında hərtərəfli informasiyanın əldə edilməsi. Avadanlıqların yoxlanılması. Quraşdırma və montaj üzərində nəzarət. Müştərilərə təlim verilməsi. Təmir işlərinin yerinə yetirilməsi üzərində nəzarət. Texniki xidmət.</p> |
| <p>4. İnformasiyanın idarə edilməsi Texniki informasiyanın təqdim edilməsi. Əks əlaqə haqqında informasiyanın əldə edilməsi. İnformasiyanın əks əlaqə üzrə ötürülməsi. Şəxsi fəaliyyətlərin rəhbərliyin fəaliyyətləri ilə tutuşdurulması.</p> |
| <p>5. Müştərilərin idarə edilməsi Müştərilər üçün əmtəə-material ehtiyatlarının hazırlanması. Yerli reklamlarla bağlı məsələlərin həlli.</p> |
| <p>6. Konfrans və iclaslarda iştirak Ticarət konfranslarında iştirak etmək. Regional ticarət iclaslarında iştirak etmək. Müştəri konfranslarında iştirak. Əmtəə sərgilərinin təşkil edilməsi. Dövri tədris sessiyalarında iştirak.</p> |
| <p>7. İşə qəbul və heyətin hazırlanması İşə yeni ticarət nümayəndələrinin qəbul edilməsi. Yeni ticarət nümayəndələrinə təlim verilməsi</p> |
| <p>8. Məzuniyyət Şəhərdən kənara məzuniyyətlər. Ticarət nümayəndələrinə təlim verilməsi</p> |
| <p>9. Distributor funksiyaları Distributorlarla yaxşı münasibətlərin formalaşdırılması. Distributorlara satış. Kredit verilməsi ilə bağlı məsələlərin həlli.</p> |

Analoji olaraq, 4, 6 və 7-ci amillər geniş spektrli inzibati öhdəliklərin, o cümlədən, satış və marketinq şöbələrinin rəhbərləri tərəfindən müştərilər haqqında informasiyaların toplanması və ötürülməsi, dövri tədris sessiyalarında iştirak edilməsi, işə qəbul və kompaniyanın yeni ticarət nümayəndələrinə təlim verilməsi işində yardım göstərilməsi işlərinin yerinə yetirilməsi ilə əlaqədardırlar. Nəhayət, bir sıra ticarət nümayəndələri bölüşdürmə kanallarının formalaşdırılmasına və resellerlərə dəstək olunmasına çoxlu zaman və güc sərf edirlər.

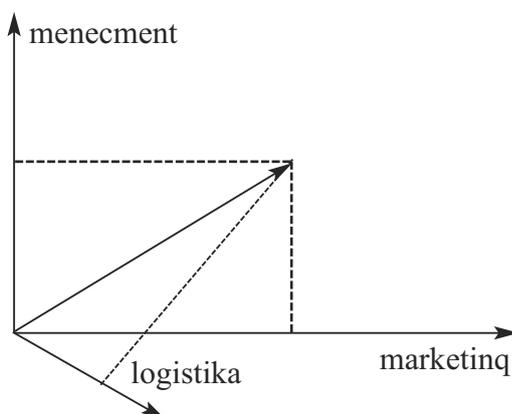
Belə bir tədqiqatın həyata keçirilməsinin zəruriliyi satış və satışların idarə edilməsi sahəsində baş verən bir sıra mühüm dəyişikliklərlə izah olunur, tədqiqat nəticəsində satışla bağlı fəaliyyət texnologiyasının 49 sayda yeni sinfi aşkar olunmuşdur.

Bu tədqiqatın nəticələri əsasında bir sıra mühüm yekun qərarlar çıxarmaq olar. Birincisi, son on il ərzində kompaniyanın ticarət nümayəndələrinin funksiyaları həcmi kifayət qədər yüksək tempə artmışdır. Yalnız ümid edilir ki, elmi-texniki tərəqqi nəticəsində əməyin effektivliyinin artması, kompaniyanın ticarət nümayəndələrinin gündəlik olaraq yerinə yetirməli olduqları əlavə

funksiyalar yükünü bir qədər azaltmağa imkan yaradacaqdır. İkincisi, yeni fəaliyyət növlərinin texnoloji aspektlərinə gəldikdə, satış təşkilatları çalışmalıdırlar ki, onların ticarət nümayəndələri lazımı hazırlıqdan keçsinlər və müvafiq texnoloji yeniliklərin mənimsənilməsi və istifadə edilməsində zəruri dəstəyi əldə etsinlər.

İqtisadi fəaliyyətin son illər qətiyyətlə inkişaf edən logistika, marketinq və menecment kimi istiqamətlərinə tez-tez müstəqil əhəmiyyət verilir. V.V.Şerbakovun qeyd etdiyi kimi, təcrid olunmuş, kommersiondan kənarında logistika, marketinq və menecment potensial imkanların sonsuz spektrindədirlər və yalnız kommersionda bu dəstin ayrı-ayrı zəruri xüsusiyyətləri təzahür edir.

Daha sonra o qeyd edir ki, kommersion topoloji olaraq, mənfəət tərəfə istiqamətlənmiş çoxölçülü vektor kimi təqdim edilə bilər. Bu zaman logistika, marketinq və menecmenti bu vektorun koordinat sistemində seçilmiş səthə skalyar proyeksiyaları kimi nəzərdən keçirmək olar (bax, şəkil 1) [2].



Şəkil 1. Kommersionın çoxölçülülüyü

Satışın idarə edilməsinin regional texnologiyalarının tədqiqində ticarətin müxtəlif səviyyələrinə marketinqin inkişaf sahəsi prioritet və dinamik inkişaf edən istiqamət kimi qalmaqda davam edir. Digər tərəfdən, ticarətdə marketinqin formalaşmasının həm iqtisadi, həm də sosial-mədəni nəticələri zəif tədqiq olunmuşdur.

Müasir cəmiyyətlərin təbiətinə xas olan ticarətin təşkilinin şəbəkə formalarının artan rolu bazar münasibətlərinin inkişafında aşkar şəkildə görünür, o, təsərrüfat sistemlərinin iqtisadiyyatında tədricən aparıcı yer tutmağa başlayır. Ancaq onun kifayət qədər inkişaf etməməsi şəbəkə münasibətlərinin hər bir iştirakçısı üçün marketinqin inkişafının əlverişli variantının elmi-təcrübə axtarışının zəruriliyini şərtləndirir.

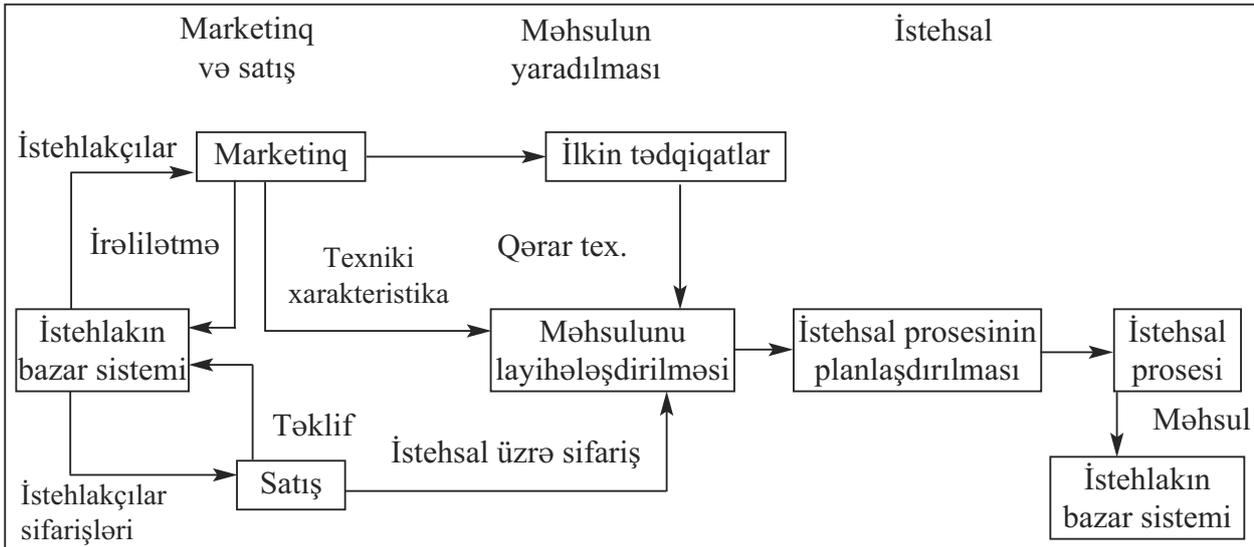
Şəbəkə inteqrasiyası – ticarətin nisbətən yeni, daha mütərəqqi formasıdır və aparıcı ölkələrin ticarət dövriyyələrində onun payı 70%-dən çoxdur. Dünya təcrübəsi göstərir ki, mağazaların vahid şəbəkədə birləşdirilməsi pərakəndə ticarətin inkişafının ən effektiv yoludur [3].

Bundan başqa, regionlarda satışın idarə edilməsi texnologiyaları özünə tək cə marketinqi yox, həm də innovasiya daxil etməlidir. Marketinq və innovasiya-məqsədlərin qoyulmasının öz başlanğıcını götürdüyü sahənin iki tərəfidir. Hər iki sferada bir neçə vəzifə fərqləndirilir, lakin hər bir sahə mərkəzləşmə və bazar mövqeyi üzrə bir neçə çox riskli qərar qəbul etməlidir. Həmçinin, bütün resurslar - əmək, kapital və əsas fiziki, yəni təyin etmə, istifadə etmə və məhsuldarlıqla bağlı bütün resurslarla bağlı vəzifələr də müəyyən olunmalıdır. Biznesin sosial kriteriyasının, onun sosial məsuliyyətliliyinin və cəmiyyətə təsirinin müəyyən edilməsi üzrə də xüsusi vəzifələr qoyulmalıdır. Bütün bu sferalarda dəqiq vəzifələr həm kiçik, həm də böyük bizneslər üçün zəruridir. Mənfəət və mənfəətlilik heç də birinci yerdə durmur – bunlar, biznesin sağqalma alətləridir, nəticə etibarilə, onlar da vəzifələrin olmasını tələb edirlər. Lakin zəruri mənfəətlilik də bütün digər vəzifələr üzərində məhdudiyətlər qoyur. Vəzifələri müxtəlif qısa və uzunmüddətli aspektlər,

habelə mövcud resurslara münasibətlər üzrə bir-biri ilə balanslaşdırmaq lazımdır. Nəhayət, fəaliyyət prioritetlərini təyin etmək lazımdır [4].

Satışın idarə edilməsi texnologiyası özünə məhsulların layihələşdirilməsi ilə bağlı məsələləri daxil edir.

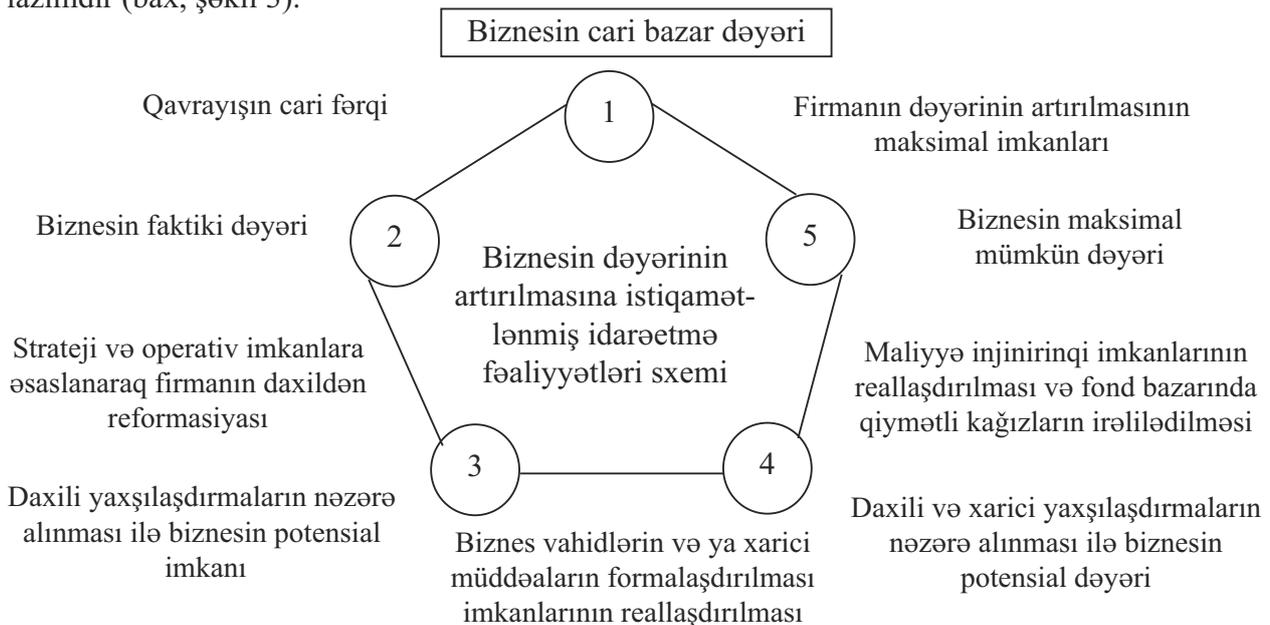
Məhsulların layihələşdirilməsi və texnologiyaların seçilməsi prosesi istehsalın təşkil edilməsi üçün əsas kimi çıxış edir və üç əsas funksiya üzərində qurulur: marketing, məhsulun yaradılması və onun istehsalı (bax, şəkil 2).



Şəkil 2. Yeni məhsulun yaradılması prosesi ilə bağlı əsas biznes-funksiyalar

Bu zaman marketing yeni məhsul növlərinin yaradılması üzrə təkliflər hazırlayır və bazarda mövcud olan əmtəələrin texniki xarakteristikaları haqqında informasiya təminatını həyata keçirir. Məhsulun işlənilməsi məhsulun texniki konsepsiyasının əsaslılığı üzrə məsuliyyət daşıyır, istehsal isə texnoloji proseslərin seçilməsi və modifikasiyası üzrə cavabdehliyi öz üzərinə götürür.

Əgər söhbət məhsulun layihələşdirilməsindən gedirsə, onda firmanın bazar dəyərinin artırılması məqsədilə firmanın yenidən strukturlaşdırılması mərhələlərinin ardıcılığını işləyib hazırlamaq lazımdır (bax, şəkil 3).



Şəkil 3. Firmanın dəyərinin artırılması məqsədilə onun yenidən strukturlaşdırılması mərhələlərinin ardıcılığı

Satışın idarə edilməsinin regional texnologiyalarının tədqiqində əsas diqqəti B2B marketing tədqiqatları üzərində cəmləşdirmək lazımdır.

B2B marketing – sənaye marketingi, sahibkarlıq marketingi və B2B onlayn marketingin uzun müddət paralel inkişafı və sonradan inteqrasiyası əsasında formalaşmış marketingin yeni istiqamətidir (bax, şəkil 4) [5].

Avropada 80-ci illərin sonunda Avropa Menecment Fondu (EFQM) tərəfindən təklif olunmuş regional model mövcuddur. Bu, çox informativ modeldir və menecerlər üçün bir növ sorğu kitabçası kimi çıxış edir. Onun çərçivəsində kompaniyanın fəaliyyəti və menecmentin effektivliyi 9 kriteriya və 32 altkriteriya üzrə qiymətləndirilir. Bu model universal modeldir və müxtəlif kompaniyalar tərəfindən istifadə oluna bilər. EFQM-in verdiyi məlumatlara görə, yalnız Avropada bu gün təxminən 30 min müəssisə həm keyfiyyət üzrə Avropa mükafatlandırması çərçivəsində, həm də ondan kənarında belə özünüqiymətləndirmədən istifadə edir.

| | | |
|---|---|--|
| Marketing fəaliyyətinin növləri | ← | Marketing fəaliyyətinin xüsusiyyətlərinə nə təsir göstərir |
| Firmanın fəaliyyət sferasına daxil olan bazarların müəyyən edilməsi | | B2B bazarlarının xüsusiyyətləri |
| Bazarda real tələbin müəyyən edilməsi | ← | Tələbin ikili xarakteri, onun son istehlakçı bazarında tələbdən asılılığı |
| Alıcıların tələblərinə uyğun olaraq kateqoriyalar üzrə qruplaşdırılması | ← | Əsas istehlakçı qruplarının xüsusiyyətləri və onların tələbatları |
| Alıcı kateqoriyalarının seçilməsi | ← | Əmtəə və xidmətlərdən istifadə edilməsinin məqsəd və xarakteri, tədarükat proseslərinin təşkili xüsusiyyətləri |
| Tələbin müəyyən edilməsi (tələbi təmin edən əmtəə, qiymət, irəlilətmə və bölüşdürülmə) | ← | Əmtəə və xidmətlərə qarşı dəqiq və tez-tez unikal tələblər |
| Təklifin müəyyən edilməsi (tələbi təmin edən əmtəə, qiymət, irəlilətmə və bölüşdürülmə) | ← | Təşkilatın qarşılıqlı əlaqə və qarşılıqlı münasibət sisteminin mürəkkəbliyi |
| Potensial və real istehlakçılara bazar təklifi haqqında informasiya verilməsi | ← | Tədarükat haqqında qərarların qəbulu və həyata keçirilməsi |

Şəkil 4. B2B bazarlarında marketing fəaliyyətinin özünəməxsusluğunu müəyyən edən əsas xarakteristikalar

Bizim satışın idarə edilməsinin regional texnologiyaları üzrə tədqiqatlarımızda bir qədər fərqli yanaşmadan istifadə olunacaqdır. Xüsusi halda, əmtəə dövriyyəsinin ölkə regionları üzrə paylanması bir sıra şərtlər və amillərdən asılı ola bilər. Bu prosesin xarakterizə olunması üçün region və ya şəhərlərin sosial-iqtisadi və demoqrafik xarakteristikalarının nəzərə alınması ilə əmtəə dövriyyəsinin həcmi və adambaşına düşən payını əlaqələndirməyə imkan verən qruplaşdırmalardan istifadə oluna bilər. Konkret halda, bazarda əlverişli və qeyri-əlverişli situasiyalara malik olan regionları seçməyə imkan verən klaster təhlilindən istifadə etmək olar.

Əmtəə dövriyyəsinin paylanmasının regionun ərazi böyüklüyünə, istehsal güclərinin paylanmasına, istehlakçıların sayına, maliyyə resurslarına və s. uyğunluq dərəcəsi coğrafi assosiasiya göstəriciləri, xüsusi halda, aşağıdakı düstur vasitəsilə hesablanan lokallaşdırma əmsali vasitəsilə hesablanır:

$$E = \frac{\frac{1}{2} \sum_{i=1}^m (x_j - y_j)}{100}$$

burada X_j- regionun faktor əlamətinin ümumi həcmindəki payı; U_j-regionun nəticə hadisəsinin

(verilmiş halda - əmtəə dövriyyəsi) ümumi həcmində payı; m - regionların sayıdır.

Bizim fikrimizcə, lokallaşdırma əmsalı bizim respublikanın regionları üzrə uğurla istifadə oluna bilər, çünki o, bütün regionlar məcmusu üzrə amillərin bir-birindən asılılıq dərəcəsini ifadə edən ümumiləşdirici göstəricidir və lokallaşdırmadan nə qədər yaxın istifadə olunursa, əmtəə dövriyyəsinin paylanması verilmiş amilin paylanması ilə bir o qədər çox üst-üstə düşür və nəticə etibarlı ilə onunla daha sıx bağlı olur. Vahidə nə qədər yaxındırsa, əlaqə də bir o qədər zəifdir.

Bizim regionlar üçün həmçinin lokallaşdırma indeksindən də istifadə etmək olar. Lokallaşdırma indeksi əmtəə dövriyyəsinin ümumi həcmində regionun payının öyrənilən amilin payı ilə hansı dərəcədə üst-üstə düşmədiyini müəyyən edir:

$$I = \frac{Y_j}{X_j} \cdot 100$$

Bu düstur üzrə pərakəndə əmtəə dövriyyəsinin, ərzaq malları və pullu xidmətlərin paylanmasının istehlakçıların sayına uyğunluğu üzrə konkret hesablamalar aparmaq olar (bax, cədvəl 2). Cədvəldə 2010-cu il üçün Azərbaycan Respublikasının bütün iqtisadi rayonları üzrə əhalinin ümumi sayı və pərakəndə əmtəə dövriyyəsinin və pullu xidmətlərin ümumi həcmi üzrə hesablama məlumatları təqdim edilmişdir.

Cədvəl 2

Azərbaycan Respublikası regionları üzrə pərakəndə əmtəə dövriyyəsi və pullu xidmətlərin coğrafi assosiasiya göstəricisinin hesablanması

| Regionlar | Xüsusi çəki, % | | $I = \frac{Y_j}{X_j} \cdot 100$ | $ X_j - Y_j $ |
|----------------|----------------|-------|---------------------------------|---------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Bakı | 23,0 | 53,8 | 223,9 | 30,8 |
| Abşeron | 5,7 | 4,2 | 73,7 | 1,5 |
| Gəncə-Qazax | 13,1 | 8,9 | 67,9 | 4,2 |
| Şəki-Zaqatala | 6,3 | 3,9 | 61,9 | 2,4 |
| Lənkəran | 9,2 | 5,4 | 58,7 | 3,8 |
| Quba-Xaçmaz | 5,5 | 3,7 | 67,2 | 1,8 |
| Aran | 20,1 | 13,25 | 65,9 | 6,8 |
| Yuxarı Qarabağ | 6,8 | 0,97 | 14,3 | 5,8 |
| Kəlbəcər-Laçın | 2,5 | - | - | - |
| Dağlıq Şirvan | 3,1 | 1,9 | 61,3 | 1,2 |
| Naxçıvan | 4,5 | 3,9 | 86,7 | 0,6 |
| Cəmi | 100,0 | 100,0 | - | 58,9 |

Buradan, $I = \frac{1}{2} \cdot \frac{58,9}{100} = 0,2945$

Satışın idarə edilməsi texnologiyası sahəsində satışın adambaşına düşən payının qeyri-bərabərliyinin uçotu məqsəduyğundur, bu prosesi əhalinin həyat səviyyəsinin regional tərəddüdünün təzahürü kimi nəzərdən keçirmək olar. Bu hadisəni adambaşına düşən əmtəə dövriyyəsinin regional variasiya əmsalının köməyiylə qiymətləndirmək olar. Variasiya əmsalı aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$B_{\pi} = \frac{\nu_{\pi} \cdot 100}{I}$$

burada v_d - adambaşına düşən əmtəə dövriyyəsi göstəricisinin orta səviyyədən orta kvadratik uzaqlaşmasıdır:

$$v_d = \sqrt{\frac{\sum_i^n (D_i - \bar{D})^2 S_i}{\sum_i^n}}$$

burada D_i – regionda adambaşına düşən əmtəə dövriyyəsi;

\bar{D} – bütün regionlar üzrə;

S_i – regionun əhalisinin sayı;

n – regionların sayıdır.

Adambaşına düşən orta pərakəndə əmtəə dövriyyəsi göstəricisini hesablayaq (bax, cədvəl 3).

Cədvəl 3

Adambaşına düşən pərakəndə əmtəə dövriyyəsi və pullu xidmətlərin regional variasiya əmsalının hesablanması

| Regionlar | Xüsusi çəki, % | | $\Pi = \frac{Y_j}{X_j} \cdot 100$ | $ X_j - Y_j $ |
|----------------|----------------|-------|-----------------------------------|---------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Bakı | 23,0 | 53,8 | 223,9 | 30,8 |
| Abşeron | 5,7 | 4,2 | 73,7 | 1,5 |
| Gəncə-Qazax | 13,1 | 8,9 | 67,9 | 4,2 |
| Şəki-Zaqatala | 6,3 | 3,9 | 61,9 | 2,4 |
| Lənkəran | 9,2 | 5,4 | 58,7 | 3,8 |
| Quba-Xaçmaz | 5,5 | 3,7 | 67,2 | 1,8 |
| Aran | 20,1 | 13,25 | 65,9 | 6,8 |
| Yuxarı Qarabağ | 6,8 | 0,97 | 14,3 | 5,8 |
| Kəlbəcər-Laçın | 2,5 | - | - | - |
| Dağlıq Şirvan | 3,1 | 1,9 | 61,3 | 1,2 |
| Naxçıvan | 4,5 | 3,9 | 86,7 | 0,6 |
| Cəmi | 100,0 | 100,0 | - | 58,9 |

Əldə edilmiş yekun qiymətlərlə orta kvadratik uzaqlaşmanı (dispersiyanı) hesablamaq olar:

$$v^2 = \frac{16,4}{9,1} = 1,802$$

Alınmış nəticədən kvadrat kökü çıxarsaq, orta kvadratik uzaqlaşmanı əldə edəcəyik:

$$v = \sqrt{1,802} = 1,342$$

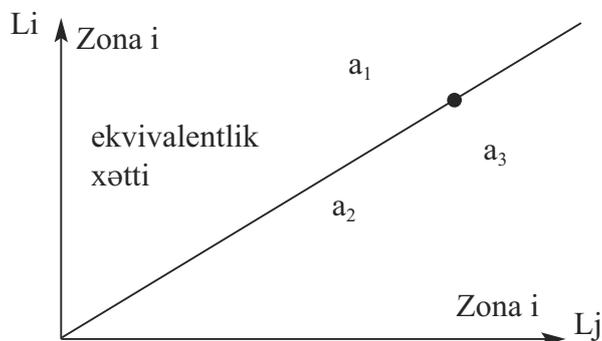
Variasiya əmsalı aşağıdakı kimi olacaqdır:

$$V = \frac{1,342 \cdot 100}{2,0} = 67,1\%$$

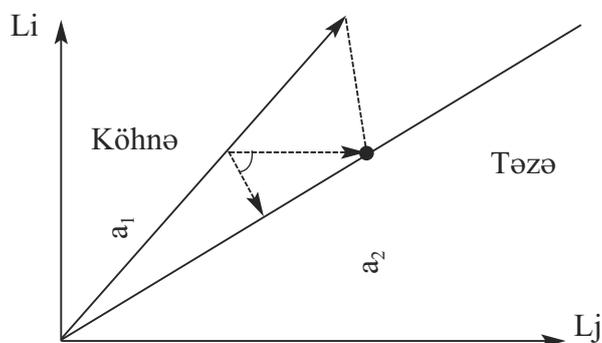
Beləliklə, satışın idarə edilməsi texnologiyasında mübadilənin ekvivalentliyi və ya qeyri-ekvivalentliyi dərəcəsinə mühüm yer ayrılmalıdır, bu, əyani formada şəkil 5 və 6-da təqdim edilmişdir.

Mübadilənin qeyri-ekvivalentliyi dərəcəsinə hesablamaq üçün onun nəticəsi mübadilənin əsas nəticələrini xarakterizə edən zaman intervalı üzrə nəzərdən keçirilir.

Formal olaraq (makroiqtisadi modelləşdirmə nöqtəyi-nəzərindən), mübadilənin qeyri-ekvivalentliyi dərəcəsini azaltmaq lazımdır, bu zaman mübadilə həcmnin (və a yeni nöqtəsinə) artırılmasına yox, qeyri-ekvivalentlik xəttinin daha əlverişli vəziyyətə istiqamətləndirilməsinə çalışmaq lazımdır.



Şəkil 5. Seçilmiş zaman intervalında kriteriya koordinatlarında mübadilənin ekvivalentlik (qeyri-ekvivalentlik) dərəcəsinin təsviri



Şəkil 6. Mübadilənin qeyri-ekvivalentliyi dərəcəsinin azalması üsulunun formal əsaslandırılması [62, səh. 362].

Şəkildən görüldüyü kimi, koordinatın başlanğıcından cari mübadilə nöqtəsindən keçən xətt mübadilənin qeyri-ekvivalentliyinin eyni qiymətlərindən təşkil olunmuşdur (onu daimi qeyri-ekvivalentlik xətti kimi adlandırmaq). a nöqtəsinin istənilən yerdəyişməsinə iki tərkib hissəyə ayırmaq olar.

Nəticə

Beləliklə, belə prosedura mübadilə variantı dəyişdikdə daimi qeyri-ekvivalentlik xəttini “döndürən” tərkib hissəsini fərqləndirməyə imkan verir. Sonuncu, qeyri-ekvivalentlik xəttinə perpendikulyarla a nöqtəsinin hərəkət istiqaməti arasındakı a bucağından asılıdır. Asanlıqla görmək olar ki, daimi qeyri-ekvivalentlik xətti əyilməsindən a bucağının kəmiyyəti də dəyişir. Regionlarda ekvivalent mübadilənin həyata keçirilməsi üçün mübadilənin faydalılığının zəruri şərtlərinə riayət etmək lazımdır.

Ədəbiyyat

1. Джонсон М., Маршалл Г. Управление продажами. Пер. с англ. М.: Вильямс. 2005, с. 96-98, 416-433.
2. Шербаков В.В. Основы логистики. СПб.: Питер. 2009, с. 23-24.
3. Синяева И.М. и др. Маркетинг в торговле. М.: Дашков и К. 2009. с. 752.
4. Друкер П., Меньярелло Д. Менеджмент. Пер. с англ. М.: Вильямс. 2010, с. 704.
5. Бек М.А. Маркетинг В2В. М.: ВШЭ. 2008, с. 11-18.

*Анар Джаваншир оглы Гасанов
Диссертант Азербайджанского Государственного
Экономического Университета*

Определение емкости рынка по товарным группам отдельных коммерческих фирм в системе технологии управления

Резюме

В статье предпринята попытка определения емкости рынка по товарным группам отдельных коммерческих фирм в системе технологии управления. Была определена емкость рынка по отдельным товарным группам, среди которых можно выделить: “Пиво”, “Табак и табачные изделия”, “Коньяк и коньячный спирт”, “Бытовые товары”, “Вино-водочные изделия”.

Ключевые слова: технологии управления, коммерческие фирмы, емкость рынка, вариация, регион.

*Anar Javanshir oglu Hasanov
Dissertator Azerbaijan State Economic University*

Determination of market size by product large individual business firms in the technology management

Summary

The paper attempts to define market size by product large individual business firms in the technology management. Was determined size of the market for each product large, among which are: "Beer", "Tobacco", "Brandy and cognac alcohol", "household goods", "Wine & Spirits".

Keywords: technology management, commercial firms, market size, variation, region.

UOT 330.341.4

Rəhimə Şükrəddin qızı BAYRAMOVA
Azərbaycan Kooperasiya Universitetinin doktorantı

QIYMƏTLİ KAĞIZLAR BAZARININ TƏNZİMLƏNMƏSİNİN MÜASİR VƏZİYYƏTİNİN TƏHLİLİ

Xülasə

Məqalədə əsasən iqtisadiyyatın mövcud olan digər növləri kimi qiymətli kağızlar bazarının özünün iştirakçıları, alətləri tənzimləmə forma və istiqamətləri təhlil edilir. Burada əsasən bazarlara nəzarətin təşkili üçün xüsusi qurumların mövcudluğu və həmin qurumlar tərəfindən bazara dair ümumi normativ hüquqi bazanı və qaydalarını müəyyən edən qiymətli kağızlar bazarının tənzimlənməsini göstərilən çərçivədə həyata keçirən və nəzarət edən Azərbaycan Respublikasının Qiymətli Kağızlar üzrə Dövlət Komitəsinin və digər orqanların fəaliyyəti öz əksini tapır.

Açar sözlər: qiymətli kağızlar, tənzimləmə, bazar, investor, normativ hüquqi baza.

Giriş

Yeni iqtisadi şəraitdə kapital yığımının səviyyəsini, onun artımını və ölkə daxilində ayrı-ayrı sahələr arasında bölüşdürülməsini əks etdirən qiymətli kağızlar bazarı hər bir ölkə iqtisadiyyatının mühüm tərkib hissəsidir. Belə ki, maliyyə bazarının tərkib hissəsi kimi qiymətli kağızlar bazarı maliyyə resurslarının hərəkətini təşkil etmək, onların düzgün istiqamətlərini tənzimləmək, dövlətin maliyyə və pul - kredit siyasətinin əsas aləti kimi çıxış etmək və s. baxımından iqtisadiyyatın inkişafında mühüm rol oynayır.

Qiymətli kağızlar bazarının tənzimlənməsinin normativ-hüquqi aktları

Qiymətli kağızlar bazarının tənzimlənməsi bazarın idarə olunmasının əsas tərkib elementidir. Bazarın tənzimlənməsi daxili və xarici olmaqla iki istiqamətdə yerinə yetirilir. Daxili tənzimlənmə qiymətli kağızlar bazarının hər hansı bir sahəsinin öz fəaliyyətində şəxsi normativ sənədlərinə, nizamnamələrinə, bütövlükdə sahənin və onun ayrı-ayrı bölmələrinin, işçi heyətinin fəaliyyətini təyin edən digər daxili normativ sənədlərinə tabeçiliyini təcəssüm etdirir. Xarici tənzimlənmə bazarın öz fəaliyyətində dövlətin, beynəlxalq razılaşmaların normativ sənədlərinə tabeçiliyini əks etdirir [5, s. 276].

Dünya praktikasında bu bazarın tənzim olunmasında iki modeldən istifadə edilir:

1. Qiymətli kağızlar bazarının dövlət tərəfindən tənzimlənməsi.
2. Bazarın peşəkar iştirakçılar tərəfindən tənzimlənməsi.

Dünya təcrübəsində qiymətli kağızlar bazarının dövlət tənzimlənməsi müxtəlif modellərdən asılı olaraq müxtəlif orqanlar tərəfindən həyata keçirilir. Məsələn, İngilis modelində bazarın dövlət tənzimlənməsi Mərkəzi Bank (Bank of England) vasitəsilə yalnız dövlət qiymətli kağızlar bazarının tənzimindən ibarətdir. Alman modelində isə fond bazarının dövlət tənzimlənməsində mühüm rol Mərkəzi Banka (Bundesbank), Qiymətli Kağızlar üzrə Federal Komissiyaya və ayrı-ayrı torpaqların xüsusi orqanlarına məxsusdur. ABŞ-da dövlət tənzimlənməsi Qiymətli Kağızlar üzrə Komissiya (Securities Exchange Commission) tərəfindən həyata keçirilir.

Respublikamızda qiymətli kağızlar bazarının dövlət tənzimlənməsi üzrə əsas orqanlar QKDK, Mərkəzi Bank və Maliyyə Nazirliyi hesab olunur. Mərkəzi Bank kommertiya banklarına qiymətli kağızlar bazarında fəaliyyət hüququ verir və bu fəaliyyətə nəzarət edir, həmçinin, dövlət qiymətli kağızlarının yerləşdirilməsi üzrə baş agent kimi çıxış edir. Lakin onların buraxılışına və vaxtında geri alınmasına görə məsuliyyət Maliyyə Nazirliyinin üzərinə düşür.

Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin 26 iyul 1999-cu il 161 nömrəli Fərmanına əsasən Azərbaycan Respublikasında qiymətli kağızlarla fəaliyyət, o cümlədən, qiymətli kağızlar bazarının

formalaşması və inkişafı sahəsində dövlət siyasətinin və idarəetməsinin təmin olunmasını Azərbaycan Respublikasının Qiymətli Kağızlar üzrə Dövlət Komitəsi (QKDK) həyata keçirir. QKDK qiymətli kağızlar bazarında vahid dövlət siyasətinin formalaşmasında iştirak edir və bu siyasətin həyata keçirilməsini, habelə qiymətli kağızlar bazarının və onun infrastrukturunun inkişafını təmin edir.

Dövlət tənzimlənməsi ilk növbədə normativ-hüquqi aktlara əsaslanır. Hüquqi təminat qanunvericilik aktları, fərmanlar, qərarlar, sərəncamlar və idarəetmə orqanlarının digər hüquqi sənədlərini əhatə edir. Normativ təminatda təlimatlar, normativlər, normalar, metodik göstərişlər və izahatlar və s. aiddir. Azərbaycan Respublikasında qiymətli kağızlar bazarının tənzimlənməsi üzrə başlıca sənədlərə "Azərbaycan Respublikasının Qiymətli Kağızlar üzrə Dövlət Komitəsinin yaradılması haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı, "Azərbaycan Respublikasının Qiymətli Kağızlar üzrə Dövlət Komitəsinin fəaliyyətinin təmin edilməsi haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsi (4 və 54-cü fəsilələr), İnzibati Xətalər Məcəlləsi (206-220, 221-1 və 326-cı maddələri), "Qiymətli kağızlar bazarında investorların hüquqlarının müdafiəsi haqqında", "İnvestisiya fondları haqqında", "Lotereyalar haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanunları, "Bəzi fəaliyyət növlərinə xüsusi razılıq (lisenziya) verilməsi qaydalarının təkmilləşdirilməsi haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, "Fəaliyyət növlərinin xüsusiyyətindən asılı olaraq xüsusi razılıq (lisenziya) verilməsi üçün tələb olunan əlavə şərtlər barədə" və "Azərbaycan Respublikası Mülki Məcəlləsinin qəbul edilməsindən irəli gələn bəzi məsələlərin həll edilməsi haqqında" Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin Qərarı, Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2010-cu il 30 avqust tarixli 158 nömrəli qərarı ilə təsdiq edilmiş "Emitentin istiqraz buraxılışının maksimal həcminə dair tələblər haqqında Qaydalar"ı, "Çeklər haqqında Vahid Qanun barədə" və "Köçürmə və adi Veksel haqqında Vahid Qanun barədə" Konvensiyaya qoşulmaq haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Qiymətli Kağızlar üzrə Dövlət Komitəsinin normativ aktları və digər qanunlar aiddir.

Mülki Məcəlləyə görə qiymətli kağızlar bazarının dövlət tənzimlənməsi aşağıdakılardan (Maddə 1078-40) ibarətdir:

* qiymətli kağızlar bazarının tənzimlənməsi üzrə normativ hüquqi aktların qəbul edilməsi və onlara riayət olunmasına nəzarətin həyata keçirilməsi, bazarın iştirakçılarına tələblərin və onların fəaliyyət qaydalarının müəyyən edilməsi, qiymətli kağızlar buraxılışlarının dövlət qeydiyyatının aparılması, qiymətli kağızlar bazarında peşəkar fəaliyyətin həyata keçirilməsi üçün xüsusi razılığın (lisenziyanın) verilməsindən;

* qiymətli kağızlar bazarında investorların və qiymətli kağızlar sahiblərinin hüquqlarının müdafiəsi, qiymətli kağızlar bazarı iştirakçılarının fəaliyyətinə dövlət nəzarətinin həyata keçirilməsi, bazarda qanunvericiliyi pozan şəxslərin məsuliyyətə cəlb edilməsi üzrə müvafiq tədbirlərin görülməsindən;

* qiymətli kağızlar bazarının iştirakçılarının peşə səviyyəsinin artırılması üzrə müvafiq tədbirlərin görülməsi, bazarın inkişaf istiqamətlərinin müəyyən edilməsi, qiymətli kağızlar bazarında sağlam rəqabət mühitinin yaradılmasından;

* qiymətli kağızlarla əqdlərin bağlanmasına dair tələblərin müəyyən edilməsi, hüquqi və fiziki şəxslərin borc öhdəliklərinin qiymətli kağızlarla rəsmiləşdirilməsi və ödənilməsi qaydalarının müəyyənəşdirilməsi, qiymətli kağızlarla rəsmiləşdirilmiş borc öhdəlikləri bazarının tənzimlənməsinin həyata keçirilməsindən;

* Azərbaycan Respublikasının qiymətli kağızlar bazarının dünya maliyyə bazarına inteqrasiyası üzrə tədbirlərin hazırlanması və müvafiq icra hakimiyyəti orqanına təsdiq edilmək üçün təqdim edilməsi, müvafiq tədbirlərin həyata keçirilməsi, aktivlərin öhdəliklərlə yüklənməsi və onlarla rəsmiləşdirilən daşınmaz əmlakın ipotekasının qeydiyyatının və uçotunun aparılmasından;

* qiymətli kağızlarla bağlı müvafiq dövlət reyestrlərinin (qiymətli kağızların buraxılışının dövlət reyestri, veksəl və çeqlərin dövlət reyestri, qiymətli kağızlarla girovun rəsmi reyestri, qiymətli kağızlarla rəsmiləşdirilən əmlakın ipotekasının dövlət reyestri və s.) aparılması, bazarda sığortalanmalı olan risklərin sığorta standartlarının müəyyən edilməsi, qiymətli kağızlar bazarında məlumatların açıqlanması üzrə qaydaların müəyyən edilməsi və sisteminin təşkilindən;

* qiymətli kağızların (sertifikatların) blanklarının çap edilməsi və onların ölkəyə gətirilməsi və aparılması üzrə fəaliyyətin tənzimlənməsi, bazarın iştirakçılara qanunvericiliklə müəyyən edilmiş qaydada icrası məcburi olan göstərişlərin verilməsi, bazarın inkişafı məqsədi ilə istifadə edilən fondların qanunvericiliklə müəyyən edilmiş qaydada yaradılması və tənzimlənməsindən;

* bazarda qiymətlərlə manipulyasiyalara yol verilməməsi üzrə tədbirlərin görülməsindən.

Qiymətli kağızlar bazarının tənzimlənməsində peşəkar iştirakçılardan rol

Qiymətli kağızlar bazarının peşəkar iştirakçılar tərəfindən tənzimlənməsi bazarın özünütənzimləmə sistemini təşkil edir. Respublikamızın Mülki Məcəlləsinə əsasən (maddə 992-1.16) qiymətli kağızlar bazarının peşəkar iştirakçılarının özünü tənzimləyən təşkilatı qiymətli kağızlar bazarının peşəkar iştirakçılarının könüllülük, qeyri-kommersiya prinsipləri əsasında fəaliyyət göstərən qeyri-hökumət təşkilatı olan ictimai birlikdir. Bu tənzimlənməni müxtəlif təşkilatlar həyata keçirir. Dünya təcrübəsində bu təşkilatlar assosiasiyalar, ittifaqlar və bazarın peşəkar iştirakçılarının müqavilə münasibətləri ilə bağlı olan birliklər şəklində yaradılır (məs. ABŞ-da İnvestisiya Dilerləri Assosiasiyası). Bazarın özünü tənzimləməklə fəaliyyət göstərməsi onun iştirakçıları üçün peşə və etik normalarının, ticarət əməliyyatı qaydalarının təyin edilməsini və onlara riayət olunmasına nəzarət edilməsini nəzərdə tutur. Birliklər həm fond bazarı iştirakçılarının maraqlarını müdafiə edir, həm də sərt bazar davranış qaydalarını müəyyən edir, onlara riayət olunmasına səmərəli nəzarəti təmin edir. Belə özünütənzimlənmənin müsbət cəhətlərindən biri bazarın tənzimlənməsi ilə bağlı dövlət xərclərinə qənaət edilməsi, bazarın idarə edilməsi aparatının məhdudlaşdırılmasıdır. Digər tərəfdən, bazarın iştirakçıları hökumət məmurları ilə müqayisədə bazarın normal tənzimlənməsində daha maraqlı olurlar. Belə nəzarət çox vaxt məmur nəzarətindən daha ciddi və tələbkar olur.[5/s.75]

Özünütənzimləmə orqanlarının əsas funksiyaları aşağıdakılardır:

* bazarda iştirakçıların fəaliyyətinin özünütənzimlənməsi;

* yüksək peşəkar standartların təmin olunması və işçi heyətinin hazırlanması;

* bazarın infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi;

* birgə elmi araşdırmaların aparılması, özünün maraqlarının kollektiv təmsil olunması və investorların maraqlarının müdafiəsi.

Bu gün bütövlükdə qiymətli kağızlar bazarının tənzimlənməsinin əsas hədəfi orta müddətli perspektivdə müasir, optimal tənzimlənən və effektiv fəaliyyət göstərən fond bazarlarının formalaşdırılmasıdır. Bu məqsədlə, hüquqi-normativ bazanın təkmilləşdirilməsi və beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması; inteqrasiya edilmiş və tam avtomatlaşdırılmış fond bazarı infrastrukturunun formalaşdırılması; tələb və təklifin stimullaşdırılması vasitəsilə kapital bazarı alətlərinin və xidmətlərin çeşidinin genişləndirilməsi; ictimaiyyətin, yerli və xarici investorların Azərbaycan qiymətli kağızlar bazarı haqqında məlumatlandırılması və maarifləndirilməsi; və nəhayət, müasir, qabaqlayıcı və effektiv tənzimləyici rejimin tətbiq edilməsi istiqamətlərində fəaliyyət nəzərdə tutulur. Hazırda strategiyanın əlaqələndirilmiş və kompleks tədbirlər planının tamamlanması və onun icrası üçün geniş beynəlxalq texniki yardımın cəlb edilməsi prosesləri davam etməkdədir.[6/s.201]

Son illər bu istiqamətdə çoxşaxəli tədbirlər davam etdirilir, nəzarət mexanizmləri təkmilləşdirilmişdir. Belə ki, 2012-ci il ərzində lisenziya sahiblərinin müraciətləri əsasında 2 şirkətin broker, diler və qiymətli kağızların idarə olunması fəaliyyətləri üzrə lisenziyaları dayandırılmışdır. Bu dövrdə, broker fəaliyyəti üzrə lisenziya müddətinin bitməsi ilə əlaqədar 1 lisenziya yenilənmiş,

broker fəaliyyəti üzrə 1 yeni lisenziya və peşəkar fəaliyyət ilə məşğul olan şəxslərə 24 ixtisas şəhadətnaməsi verilmişdir. Hazırda peşəkar fəaliyyətlə məşğul olmaq üçün 33 lisenziya qüvvədədir. 2012-ci il ərzində aparılmış yoxlamalar nəticəsində 2 iştirakçıya fəaliyyətində aşkar olunmuş çatışmazlıqların aradan qaldırılması ilə əlaqədar göstərişlər verilmiş, 1 iştirakçıya qarşı isə fəaliyyətində aşkar edilmiş qanun pozuntularına görə inzibati məsuliyyətə cəlb etmə proseduruna başlanılmışdır. Həmçinin, qiymətli kağızlar bazarında peşəkar fəaliyyətin yoxlanılmasına dair yeni metodoloji baza hazırlanmış və 2011-ci ilin sentyabr ayından etibarən tətbiqinə başlanılmışdır.

Son illər səhmdarların hüquqlarının müdafiəsi, habelə səhmdarlar arasında münasibətlərin tənzimlənməsi təmin edilmişdir. Belə ki, təkcə 2012-ci il ərzində 454 səhmdar cəmiyyəti ilə bağlı səhmdarların hüquqlarının pozulması barədə 286 şikayət ərizəsi və 45 müraciət qəbul edilərək təhlil edilmişdir. Araşdırmalar nəticəsində fəaliyyətində qanun pozuntuları aşkar edilmiş səhmdar cəmiyyətlərinin 184-nə qarşı inzibati cərimələr tətbiq edilmiş, 154-nə isə pozuntularının aradan qaldırılması haqqında məcburi göstərişlər göndərilmişdir.

Bundan əlavə, səhmdar cəmiyyətləri tərəfindən 2012-ci ilin nəticələrinə görə qanunvericiliyə uyğun olaraq Qiymətli Kağızlar üzrə Dövlət Komitəsinə 564 illik hesabat təqdim edilmişdir. İllik hesabatın təqdim edilməməsi və ya düzgün tərtib edilməməsi səbəbindən 346 səhmdar cəmiyyətinə qarşı inzibati cərimə tətbiq edilmişdir.

Eyni zamanda, ölkə ərazisində lotereya və idman - mərc oyunlarının tənzimlənməsi də təkmilləşdirilmişdir. Azərbaycan Respublikası ərazisində lotereya təşkilatçılarının və idman mərc oyunlarının operatorunun hesabatlarının qəbulunun və təhlilinin reqlamentləşdirilməsi məqsədilə "Lotereya təşkilatçılarının hesabatlarının qəbulu və təhlili Metodologiyası" və "İdman mərc oyunlarının operatorunun hesabatının qəbulu və təhlili Metodologiyası" hazırlanaraq təsdiq edilmişdir.

Bununla yanaşı, təkcə 2011-ci il ərzində "Azərlotereya" ASC tərəfindən 12 uduşlu oyun, digər şirkətlər tərəfindən isə 48 stimullaşdırıcı oyun keçirilməklə cəmi 60 lotereya oyunu təşkil olunmuş və stimullaşdırıcı lotereya fəaliyyəti ilə əlaqədar lotereya haqqında qanunvericiliyi pozduqlarına görə 8 təşkilatçıya inzibati cərimə tətbiq edilmişdir.

Son illər qiymətli kağızlar bazarında institusional quruculuq və inkişaf tədbirləri də davam etdirilmişdir.

Qiymətli kağızlar bazarının institusional inkişaf istiqamətləri

Azərbaycan Respublikasında qiymətli kağızlar bazarının qabaqcıl beynəlxalq təcrübəyə uyğunlaşdırılması məqsədilə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 16 may 2011-ci il tarixli Sərəncamı ilə "2011-2020-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında qiymətli kağızlar bazarının inkişafı" Dövlət Proqramı təsdiq olunmuşdur. Həmin Dövlət Proqramında bazar arxitekturasının təkmilləşdirilməsi, qiymətli kağızlarla ticarət, klirinq-hesablaşma proseslərinin sadələşdirilməsi və optimallaşdırılması, birbaşa emal prinsipi əsasında inteqrasiya olunmuş elektron ticarət platformasının yaradılması və bütövlükdə qiymətli kağızlar bazarının institusional inkişafı məsələləri üzrə 6 istiqamətdə tədbirlərin həyata keçirilməsini nəzərdə tutur:

1. *Qiymətli kağızlar bazarının institusional inkişafı*
2. *Maliyyə vasitəçiliyi və kollektiv investisiya sxemlərinin fəaliyyətinin təşkili və təşviqi*
3. *Qiymətli kağızlar bazarında tələb və təklifin dəstəklənməsi*
4. *Maliyyə şəffaflığı prinsiplərinin və korporativ idarəetmənin tətbiqinin genişləndirilməsi*
5. *Qiymətli kağızlar bazarına dair normativ hüquqi bazanın təkmilləşdirilməsi*
6. *Qiymətli kağızlar bazarına dair məlumatlılığın və peşəkar hazırlığın yüksəldilməsi*

Qeyd olunan Dövlət Proqramının icrası 10 dövlət qurumuna həvalə olunmuş və əlaqələndirilməsi Qiymətli Kağızlar üzrə Dövlət Komitəsinə tapşırılmışdır. Dövlət Proqramının səmərəli icrasını təmin etmək və aidiyyəti dövlət orqanlarının bu istiqamətdə fəaliyyətini əlaqələndirmək məqsədilə Qiymətli Kağızlar üzrə Dövlət Komitəsi, Mərkəzi Bank, Maliyyə, İqtisadi İnkişaf, Vergilər, Ədliyyə, Rabitə və İnformasiya Texnologiyaları, Təhsil nazirlikləri, Əmlak Məsələləri Döv-

lət Komitəsi, Auditorlar Palatası nümayəndələrindən ibarət Əlaqələndirmə Qrupu yaradılmış və mütəmadi olaraq koordinasiya görüşləri keçirilmişdir. Həmçinin, Dövlət Proqramının Qiymətli Kağızlar üzrə Dövlət Komitəsində icrasının təmin olunması məqsədilə 2011-2012-ci illəri əhatə edən Tədbirlər Planı hazırlanmış və icrasına başlanılmışdır.

Dövlət Proqramında nəzərdə tutulmuş tədbirlərin ilk 5 il müddətində icrası zamanı qabaqcıl beynəlxalq təcrübədən istifadə etmək, zəruri texniki, təşkilati, məlumat dəstəyini təmin etmək məqsədilə Dünya Bankı ilə birgə Kapital Bazarlarının Müasirləşdirilməsi Layihəsi razılaşdırılmış və layihənin maliyyələşdirilməsinin təmin edilməsi məqsədilə 2011-ci ilin 22 sentyabr tarixində Bakı şəhərində Azərbaycan Respublikası ilə Beynəlxalq Yenidənqurma və İnkişaf Bankı arasında Kredit Sazişi imzalanmışdır. Həmin Saziş Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabinetinin 307 nömrəli, 11 oktyabr 2011-ci il tarixli Sərəncamı ilə təsdiq olunmuşdur. Layihənin icrasının səmərəliliyini təmin etmək məqsədilə Qiymətli Kağızlar üzrə Dövlət Komitəsində zəruri layihə idarəetmə və nəzarət mexanizmləri formalaşdırılmışdır.

Paralel olaraq, Avropa Birliyinin Avropa Qonşuluq və Tərəfdaşlıq Aləti olan Tvinning layihəsinin cəlb olunması üzrə işlər həyata keçirilmişdir. Belə ki, “Azərbaycan Respublikasının qiymətli kağızlar bazarı üzrə qanunvericiliyinin Avropa Birliyinin qanunvericiliyinə uyğunlaşdırılması və institusional inkişaf” Tvinning layihəsinin 2012-ci ilin ortalarından etibarən başlanması və 2014-cü ildə tamamlanması planlaşdırılmışdır. Sözügedən layihənin məqsədi Azərbaycanın qiymətli kağızlar bazarı üzrə qanunvericiliyinin nəzarət və tənzimləmə çərçivəsinin AB-nin qabaqcıl standartlarına uyğunlaşdırılması və qiymətli kağızlar bazarı iştirakçılarının məlumatlılığının artırılmasına dəstək göstərilməsindən ibarətdir.

2012-ci il ərzində qiymətli kağızlar bazarının infrastrukturunun təkmilləşdirilməsi və xidmətlərin effektivliyinin artırılması üzrə də bir sıra təşəbbüs həyata keçirilmişdir. Belə ki, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin “Dövlət orqanlarının elektron xidmətlər göstərməsinin təşkili sahəsində bəzi tədbirlər haqqında” 23 may 2011-ci il tarixli 429 nömrəli Fərmanının icrasını təmin etmək məqsədilə Qiymətli Kağızlar üzrə Dövlət Komitəsinin internet səhifəsində elektron xidmətlər bölməsi istifadəyə verilmişdir. Bu xidmət vasitəsilə qiymətli kağızlar bazarının iştirakçıları məsafədən öz platformalarına daxil ola bilər və istənilən əməliyyatı həyata keçirə bilərlər.

Bakı Fond Birjası ilə Milli Depozit Mərkəzi arasında fasiləsiz ticarəti təmin edən elektron əlaqə sistemi istismara verilmişdir. Nəticə etibarilə, birja əqdlərinin operativliyi yeni səviyyəyə qaldırılmış, Milli Depozit Mərkəzində saxlanmaya cəlb edilən aktivlər əhəmiyyətli dərəcədə artmış və xidmət sahələri üçün artım potensialı yaranmışdır. Mütəşəkkil bazarda ədalətli qiymətlərin və şəffaf bazarın formalaşdırılması məqsədilə Bakı Fond Birjasında ticarət-əməliyyat sistemi təkmilləşdirilmiş, qiymətli kağızlarla əqdlərin ədalətli bazar dəyərinin formalaşdırılması üçün zəruri mexanizmlərin tətbiqinə başlanılmışdır. Bakı Fond Birjası və Milli Depozit Mərkəzində idarəetmə proseslərinin təkmilləşdirilməsi ilə əlaqədar hər iki qurumun idarəetmə orqanları qabaqcıl korporativ idarəetmə standartlarına uyğun olaraq funksionallıq bölgüsü prinsipi ilə yenidən təşkil edilmişdir.

Son illər Qiymətli kağızlar bazarına dair normativ - hüquqi bazanın qabaqcıl beynəlxalq təcrübəyə uyğunlaşdırılması təşəbbüsləri davam etdirilmişdir. Azərbaycan Respublikasının Avropaya İntegrasiyası üzrə Dövlət Komissiyasının 2009-cu il 20 oktyabr tarixli qərarı ilə təsdiq edilmiş “2010 - 2012-ci illər ərzində Azərbaycan qanunvericiliyinin Avropa İttifaqı qanunvericiliyinə uyğunlaşdırılması üzrə Tədbirlər Planı” ilə əlaqəli tədbirlər icra olunmuşdur. Belə ki, səhmdar cəmiyyətlərində mühüm iştirak payının əldə edilməsi, yenidən təşkil edilməsi zamanı səhmdarların hüquqlarının müdafiəsi, təsis edilməsi və kapitallarının dəyişilməsi, emissiya prospektinin dərc edilməsi, həmçinin, emitentlərin insayder siyahılarının tərtib və təqdim edilməsi ilə əlaqədar tənzimləyicinin səlahiyyətlərinin tətbiqi üzrə Avropa Parlamentinin və Şurasının Direktivlərinin müddəalarını özündə əks etdirən Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsinə əlavə və dəyi-

şikliklərin edilməsi barədə Qanun layihəsi hazırlanmışdır.

Maliyyə şəffaflığı prinsiplərinin və korporativ idarəetmənin tətbiqinin qabaqcıl beynəlxalq korporativ idarəetmə prinsiplərinə uyğunlaşdırılması məqsədilə Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsinin IV Fəslinin səhmdar cəmiyyətlərinin tənzimlənməsinə dair maddələrinə əlavə və dəyişikliklərin edilməsi haqqında Qanun layihəsi hazırlanmışdır. Həmçinin, korporativ idarəetmənin tətbiqi ilə əlaqədar səhmdar cəmiyyətlərinin məsuliyyətinin artırılması və təsir tədbirlərinin gücləndirilməsi məqsədilə İnzibati Xətalər Məcəlləsinə də əlavə və dəyişikliklərin edilməsi haqqında Qanun layihəsi hazırlanmışdır.

Kollektiv investisiya sxemlərinin fəaliyyətinin təşkili ilə əlaqədar "İnvestisiya fondları haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun tətbiqini təmin etmək məqsədilə Mülki Məcəlləyə, İnzibati Xətalər Məcəlləsinə və "Cinayət yolu ilə əldə edilmiş pul vəsaitlərinin və ya digər əmlakın leqallaşdırılmasına və terrorçuluğun maliyyələşdirilməsinə qarşı mübarizə haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanununa əlavə və dəyişikliklərin edilməsi haqqında Qanun layihələri hazırlanmış və 15 noyabr 2011-ci il tarixdə qəbul edilmişdir. Həmçinin, "Səhmdar investisiya fondunun və idarəçinin icra orqanının üzvlərinin attestasiyası", "İnvestisiya fondlarının kənar auditorlarına dair tələblər haqqında", "İnvestisiya fondlarının və idarəçinin hesabatlarına dair tələblər, habelə onların təqdim edilməsi və açıqlanması" və "İnvestisiya fondunun kapitalının formalaşdırılmasına, fondun aktivlərinin tərkibi, strukturu və idarə olunmasına tələblər haqqında" Qaydalar təsdiq edilmiş və Azərbaycan Respublikasının hüquqi aktlarının dövlət Reyestrinə daxil edilmişdir. Qeyd olunan sənədlər hazırlanarkən Avropa İttifaqının müvafiq sahəni tənzimləyən Direktivlərinin müddəaları nəzərə alınmışdır. Həmçinin, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2011-ci il 26 oktyabr tarixli 513 nömrəli Fərmanı ilə "Azərbaycan Respublikasının Qiymətli Kağızlar üzrə Dövlət Komitəsi haqqında Əsasnamə"də müvafiq dəyişiklik edilmiş, bununla da investisiya fondları ilə əlaqədar tənzimləyici orqanın nəzarət səlahiyyətləri müəyyən olunmuşdur.

2011-ci il ərzində habelə, "Azərbaycan Respublikası ərazisində Fond Birjasının təşkili, fəaliyyəti və fond birjasının daxili qaydalarına dair" Standartlar və "İnvestisiya qiymətli kağızları ilə Repo əməliyyatlarının aparılması" Qaydaları dövlət qeydiyyatına alınmışdır. Yeni "Depozitar fəaliyyətinin həyata keçirilməsi Standartları", "Adlı investisiya qiymətli kağızlarla alqı-satqı əqdlərinin bağlanması Qaydaları" və "Mənzil sertifikatlarının buraxılışı, tədavülü və ödənilməsi haqqında" Qaydalar Azərbaycan Respublikasının hüquqi aktlarının dövlət Reyestrinə daxil edilmişdir. "Azərbaycan Respublikasının emitentlərinin qiymətli kağızlarının Azərbaycan Respublikasının ərazisindən kənarında yerləşdirilməsi haqqında" Qaydaların layihəsi hazırlanaraq dövlətdaxili prosedurlara ötürülmüşdür.

Qiymətli kağızlar bazarında qeyri-qanuni yolla əldə olunmuş pul vəsaitlərinin leqallaşdırılması və terrorizmin maliyyələşdirilməsinə qarşı preventiv tədbirlərin tətbiq olunması məqsədilə monitoring iştirakçılarının risk kateqoriyalarını əks etdirən matris layihəsi hazırlanmış və "Monitoring iştirakçısının risk profilinin müəyyənləşdirilməsi üçün Sorğu Vərəqəsi" hazırlanaraq monitoring iştirakçılara göndərilmişdir.

İnvestisiya qiymətli kağızlarının buraxılışlarına beynəlxalq eyniləşdirmə kodlarının (ISIN code) verilməsini təmin etmək məqsədilə "Qiymətli kağızların beynəlxalq nömrələnmə sisteminin tətbiqi üçün Tədbirlər Planı" təsdiq edilmişdir.

Həmçinin, xarici dövlətlərin qiymətli kağızlar bazarı tənzimləyiciləri ilə əlaqələr genişləndirilmişdir. Bu çərçivədə, Türkiyə Kapital Bazarları Şurası, Polşa Maliyyə Nəzarəti və Yunanistan Kapital Bazarları Komissiyaları ilə sıx əməkdaşlıq edilmiş, qiymətli kağız bazarının tənzimlənməsi səlahiyyətlərinin yerinə yetirilməsinə qarşılıqlı dəstəyin göstərilməsi məqsədilə 2011-ci ilin 11 mart tarixində Qiymətli Kağızlar üzrə Dövlət Komitəsi ilə Gürcüstan Milli Bankı arasında qiymətli kağızlar bazarları sahəsində əməkdaşlıq və informasiya mübadiləsi haqqında Anlaşma Memorandumu imzalanmışdır. Bununla da, Qiymətli Kağızlar üzrə Dövlət Komitəsinin xarici öl-

kələrin qiymətli kağızlar bazarı tənzimləyiciləri ilə müqavilə - hüquq bazası genişlənərək sayı 5-ə (Qazaxıstan, Ukrayna, Belarus və Türkiyə Respublikası) çatmışdır.

Son illər qiymətli kağızlar bazarına dair məlumatlılığın artırılması məqsədilə müxtəlif hədəf qrupları üçün məlumatlandırma və maarifləndirmə tədbirləri davam etdirilmişdir. Bu məqsədlə Qiymətli kağızlar bazarına dair rüblük hesabatlar, həmçinin, lisenziyası olan peşəkar iştirakçıların sayı, dövlət qeydiyyatından keçmiş korporativ və dövlət qiymətli kağızlarının buraxılışları haqqında ümumilikdə 264 məlumat mütəmadi olaraq internet səhifələrində və KİV-lərdə yerləşdirilməklə ictimaiyyətə açıqlanmışdır.

Bütövlükdə, son onillik ərzində qiymətli kağızlar bazarının institusional inkişafının təmin edilməsi, qiymətli kağızlar bazarının ticarət və əməliyyat infrastrukturunun təkmilləşdirilməsi, tənzimlənmə mexanizmlərinin qabaqcıl beynəlxalq təcrübəyə uyğunlaşdırılması və bazar alətlərinin spektrinin genişləndirilməsi sahələrində mühüm nəticələr əldə edilmişdir. Bu isə bütövlükdə növbəti on il ərzində “2011-2020-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında qiymətli kağızlar bazarının inkişafı” Dövlət Proqramında əks etdirilmiş hədəflərin realizasiyası üçün əlverişli zəmin formalaşdırmaqdadır.

Nəticə

Bütün qeyd etdiklərimizdən belə nəticəyə gəlmək olur ki, iqtisadiyyatda mövcud olan digər bazar növləri kimi qiymətli kağızlar bazarının özünün iştirakçıları, alətləri, tənzimləmə formaları və istiqamətləri mövcuddur.

Bu cür bütövlükdə qiymətli kağızlar bazarının tənzimlənməsinin əsas hədəfi orta müddətli perspektivdə müasir, optimal tənzimlənmənə və effektiv fəaliyyət göstərən fond bazarlarının formalaşmasıdır. Bu məqsədlə, hüquqi-normativ bazarın təkmilləşdirilməsi və beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması, integrasiya edilməsi və tam avtomatlaşdırılmış fond bazarı infrastrukturunun formalaşdırılmasıdır.

Ədəbiyyat

1. Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsi. “Qanun”, Bakı, 2011, s. 640.
2. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 16 may 2011-ci il tarixli Sərəncamı. “2011-2020-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında Qiymətli Kağızlar Bazarının inkişafı haqqında” Dövlət Proqramı.
3. Azərbaycan Statistik Göstəriciləri. Bakı, 2012.
4. Abbasov A. Qiymətli kağızlar və onlarla əməliyyatlar. Bakı, 2007, s. 227.
5. Л.В.Алесеевич. Рынок Ценных бумаг. Москва, 2011, с. 375.
6. Кərimов А.Е., Бабəев А.А. Qiymətli kağızlar bazarları. Bakı, 2003, s. 285.

Р.С.Байрамова

докторант Азербайджанского Университета Кооперации

Анализ современного состояния регулирования рынка ценных бумаг

Резюме

В соответствии со статьями в экономике анализируются также другие виды участников рынка ценных бумаг, форма и управления инструментов.

В статье отражается контроль на основе наличия рынков определяющих регулирование рынка ценных бумаг, а также реализация за деятельностью других органов. Государственного комитета по ценным бумагам.

Ключевые слова: ценные бумаги, регулирование рынок, инвестор, нормативно-правовой базы.

R.S.Bayramova
Azerbaijan Cooperation University's Doctoral

The analysis of the present state of regulation of the securities market

Summary

According to articles in the economy as well as other types of securities market participants, instruments and forms of regulation are analyzed. According to the existence of markets, institutions and organizations in order to control the market and the rules that define legal and regulatory framework of the securities market regulation and supervision in the context of the State Securities Committee of Azerbaijan Republic and the activities of other bodies is reflected in the article.

Key words: securities, regulatory, market, investor, legal and regulatory framework.

SAHİBKARLIQ FƏALİYYƏTİNİN İNKİŞAF MƏSƏLƏLƏRİ

UOT 334.012

Ramil Teyyub oğlu ƏLİYEV
AMEA-nın İqtisadiyyat İnstitutunun
böyük elmi işçisi, iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru

İSTEHSAL SAHİBKARLIĞININ İNFORMASIYA TƏMİNATI

Xülasə

Məqalədə istehsal sahibkarlığının təşkili və həyata keçirilməsində informasiya təminatının rolu, informasiya təminatının mənbələri, informasiyanın toplanması metodları, istehsal sahibkarlığının informasiya təminatının təşkilində müəssisənin informasiya sisteminin yaradılmasının əhəmiyyəti şərh edilir. Məqalədə, həmçinin Azərbaycanda istehsal sahibkarlığının informasiya təminatının yaxşılaşdırılmasına şərait yarada biləcək konkret təklif və tövsiyələr irəli sürülür.

Açar sözlər: istehsal sahibkarlığı, informasiya, təminat, mənbə, metod, təhlil.

Giriş

Elm, texnika və texnologiyanın yüksək sürətlə inkişaf etdiyi müasir dövrdə məhsul istehsalı ilə məşğul olan müəssisələrin sabit, səmərəli fəaliyyət göstərməsində onların informasiya təminatı əsas rol oynayır. Ona görə də çevik, eyni zamanda səmərəli informasiya təminatı sisteminin yaradılması, informasiya təminatının təşkili, idarə edilməsi və özünə aid informasiyanın mühafizəsi hər bir istehsal müəssisəsinin qarşısında duran əsas vəzifələrdən biri hesab edilməlidir.

Azərbaycanda informasiyanın toplanması, sənədləşdirilməsi, informasiya sistemlərinin yaradılması, onlardan istifadə qaydaları, informasiyanın mühafizəsi sahəsində subyektlərin hüquq və vəzifələri “İnformasiya, informasiyalaşdırma və informasiyanın mühafizəsi haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu ilə tənzimlənir. Bu Qanunda qeyd edilir ki: “Fiziki və hüquqi şəxslər onların vəsaiti hesabına yaradılmış, qanuni yolla əldə edilmiş, yaxud bağışlanma, vərəsəlik qaydasında toplanmış informasiya ehtiyatlarının, informasiya sistemlərinin, texnologiyalarının və onların təminat vasitələrinin mülkiyyətçisidirlər” [1, maddə 6]. Qanunda, həmçinin, qeyd edilir ki, “İnformasiya ehtiyatlarından istifadə qaydalarının pozulmasına, istifadəçilərin hüquqlarının əsassız olaraq məhdudlaşdırılmasına görə mülkiyyətçi və ya sahibkar, habelə vəzifəli şəxslər Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi ilə müəyyənləşdirilmiş qaydada məsuliyyət daşıyırlar” [1, maddə 13]. Göründüyü kimi, Azərbaycanda istehsal sahibkarlığının təşkili və idarə edilməsi prosesində tələb olunan informasiyanın toplanması, əldə edilməsi, istifadəsi və mühafizəsi üçün lazımi hüquqi mühit formalaşdırılmışdır.

İstehsal sahibkarlığının informasiya təminatının mənbələri

İstehsal prosesinin həyata keçirilməsində onun informasiya təminatı əhəmiyyətli rol oynayır: məhsul istehsalının qaydaları, əməliyyatların ardıcılığı, məhsulun keyfiyyətinə qarşı tələblər, müvafiq standartlar haqqında məlumatlar, məhsula olan tələbin həcmi, eləcə də, rəqabətin səviyyəsi, rəqiblər və onların eyniadlı məhsullarının keyfiyyəti haqqında məlumatlar və s. olmadan istehsal prosesini səmərəli təşkil etmək və müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində mənfəətlə işləmək qeyri-mümkündür.

İstehsal prosesinin təşkili və idarə edilməsi çoxsaylı, müxtəlif xarakterli informasiyaların ol-

masını tələb edir. Bu informasiyaların əldə edilmə mənbələrinin, onlardan səmərəli istifadə qaydalarının müəyyən edilməsi və istehsal prosesinin səmərəli təşkil edilməsi üçün onların təsnifləşdirilməsi məqsədəuyğundur. İnformasiyaların təsnifləşdirilməsi həm də, informasiya sistemlərinin formalaşması və təkmilləşdirilməsi üçün vacibdir.

İstehsalın təşkili və idarə edilməsi prosesində istifadə olunan informasiyalar əsasən aşağıdakı kimi təsnifləşdirilir:

- idarə edilən sistemin bölmələri üzrə: iqtisadi, təşkilati, sosial, texniki informasiyalar;
- əks olunma formasına görə: vizual, audiovizual, audioinformasiya;
- təqdim edilmə formasına görə: rəqəmli, hərflə, kodla verilən informasiyalar;
- əmələgəlmə mənbələrinə görə: daxili və xarici (müəssisədaxili və müəssisəxarici) informasiyalar;
- idarəetmə qərarlarının hazırlanmasındakı rollarına görə: plan, hesabat, statistik, nəzarətedici və s. informasiyalar;
- işlənmə, təhlil dərəcəsinə görə: ilkin və törəmə informasiyalar;
- aktiv istifadə edilməsi vaxtına görə: daimi və dəyişən informasiyalar;
- idarəetmə səviyyəsinə görə: səxlər, sahələr, iş yerləri və müəssisə üzrə informasiyalar;
- məhsuldar istifadə edilmə imkanına görə: faydalı, yalan, artıq informasiyalar [3, səh.10-11].

Qeyd edilən və istehsal sahibkarlığının həyata keçirilməsi prosesində istifadə edilən informasiyalar həm müəssisədaxili, həm də müəssisəxarici mənbələrdən əldə edilə və onlar ilkin və ikinci (törəmə) informasiya xarakteri daşıya bilər.

İlkin informasiyalar məhsul istehsalı ilə bağlı konkret problemlərin həlli üçün xüsusi olaraq aparılmış elmi-tədqiqat, layihələndirmə, eksperimental tədqiqatlar, müxtəlif ölçmə əməliyyatları vasitəsilə əldə edilir.

İkinci (törəmə) informasiyalar, bir qayda olaraq, kabinet tədqiqatları vasitəsilə - daxili və xarici mənbələrdən alınmış, toplanmış informasiyaların yenidən işlənilməsi vasitəsilə əldə edilir. Kabinet tədqiqatları vasitəsilə informasiyaların əldə edilməsi daha asan və ucuz başa gəlir. Çox da böyük olmayan müəssisə və təşkilatlar üçün bu üsul daha əlverişli hesab edilir.

Məhsul istehsalının həyata keçirilməsi ilə bağlı daxili informasiya mənbələri kimi aşağıdakılar çıxış edir:

- müəssisə tərəfindən aparılmış elmi-tədqiqat, layihələndirmə, eksperimental tədqiqatlar, müxtəlif ölçmə əməliyyatları nəticəsində əldə edilmiş məlumatlar;
- bazis dövründə məhsul istehsalının təşkili və idarə edilməsinin vəziyyəti haqqında hesabatlar;
- səmərələşdirici təkliflər və ixtiralar haqqında məlumatlar;
- istehsal prosesinin təşkilinin və idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsinə dair müəssisənin mütəxəssislərinin rəyləri və təklifləri;
- səmərələşdirici təkliflər və ixtiralar haqqında məlumatlar;
- elektron ofislərdə informasiya sistemləri;
- hesablama mərkəzlərində informasiya sistemləri.

Bunlarla yanaşı, iclaslarda, kollegial idarə orqanlarının yığıncaqlarında rəhbərlərin istehsal prosesinin vəziyyəti və gedişi haqqında hesabatları, işçilərin təkliflərinin icmalı da daxili informasiya mənbələri ola bilər.

İstehsal sahibkarlığının xarici informasiya təminatı mənbələri kifayət qədər genişdir. Bir çox xarici şirkətlər, beynəlxalq təşkilatlar, Azərbaycanın müəssisələri, idarə və təşkilatları mütəmadi olaraq müəssisənin istehsal profilinə uyğun iqtisadi informasiyalar çap etdirirlər ki, təhlil və istehsalın proqramlaşdırılması zamanı onlardan istifadə etmək olar.

Dövlət orqanlarının qərarları, sərəncamları, qanunlar; rəsmi dövlət statistika təşkilatlarının hesabatları, dövrü mətbuat, elmi-tədqiqat işlərinin nəticələri və s. xarici informasiya mənbələri rolunu oynayır.

İstehsal sahibkarlığının həyata keçirilməsi prosesində illik statistik hesabatların; əhəlinin siyahıya alınmasının; kataloqların, prospektlərin; müvafiq istehsal sahələrinin, birjaların, bankların məlumatlarından da istifadə edilə bilər:

İkinci (törəmə) informasiyaların istifadəsinin üstünlüyü ondan ibarətdir ki, bu zaman tələb olunan informasiyanı daha tez, ucuz əldə etməklə yanaşı, onlardan istifadə etmək də asandır və o, ilkin informasiyanın əldə edilməsini də asanlaşdırır. Buna görə də, bir qayda olaraq, ikinci informasiyanın toplanması, ilkin informasiyanın toplanmasından əvvəl həyata keçirilir.

Ancaq nəzərə almaq lazımdır ki, ikinci (törəmə) informasiyaların bir sıra mənfi cəhətləri vardır və bu da əsasən aşağıdakılarla bağlıdır:

- ölçü vahidlərinin bir-birindən fərqlənməsi ehtimalı;
- müxtəlif təsnifatların tətbiqi (istifadəsi);
- yeniliklərin dərəcəsinin müxtəlifliyi;
- reallıq dərəcəsinin təyin edilməsinin çətinliyi.

Ona görə də ikinci (törəmə) informasiyalardan istifadə zamanı bunlar nəzərdən qaçırılmamalıdır.

Xarici informasiyaları hamı üçün açıq olan, rəsmi dərc olunan informasiyalara və sindikativ informasiyalara bölmək olar. Sindikativ informasiyalar məsləhət təşkilatları tərəfindən toplanan birinci informasiyaların işlənməsindən və təhlil edilməsindən sonra öz abunəçilərinə satdığı informasiyalara deyilir. Sindikativ informasiyaların əldə edilməsi ucuz başa gəlir (abunəçilər arasında yayıldığından) və onların keyfiyyəti kifayət qədər yüksək olur.

Ancaq sindikativ informasiyaların bir sıra mənfi cəhətləri də vardır:

- birinci, abunəçilər informasiyaların toplanması prosesinə təsir edə bilmirlər. Ona görə də abunə yazılmamışdan öncə alınacaq informasiyaların lazımlılığını aydınlaşdırılmalıdır;
- ikinci, sindikativ informasiyaları satanlar müvafiq razılaşmaların uzun müddəti əhatə etməsində maraqlıdırlar və bu, informasiyanı almaq istəyənləri bəzən qane etmir;
- üçüncü, standartlaşdırılmış göstəricilərdən hamı, o cümlədən, rəqiblər də istifadə edə bilərlər və belə informasiyalardan istifadə gözlənilən səmərəni verməyə bilər.

İnformasiyanın toplanması metodları

İstehsal sahibkarlığının həyata keçirilməsi prosesində tələb olunan ilkin və ikinci (törəmə) informasiyaların toplanması metodları bir-birindən fərqlənir.

İlkin informasiyanın toplanması metodlarını iki yerə ayırmaq olar: kəmiyyət və keyfiyyət.

Kəmiyyət metodları müxtəlif tədqiqatların, ölçülərin aparılması ilə bağlıdır ki, onların da aşağıdakı xarakterik xüsusiyyətləri vardır:

- göstəricilərin əldə edilməsi məsələlərinin dəqiq müəyyən edilməsi;
- göstəricilərin dəqiq müəyyən edilmiş forması;
- toplanmış göstəricilərin müəyyən qaydaya salınmış kəmiyyət əməliyyatları üzrə işlənməsi.

Keyfiyyət metodları (tədqiqatları) insanların fəaliyyətini müşahidə etmək yolu ilə əldə edilən informasiyaların toplanmasını, təhlilini və qiymətləndirilməsini nəzərdə tutur. Müşahidə və nəticələr qeyri-standart formada həyata keçirilir və keyfiyyət xarakteri daşıyır. Keyfiyyət göstəriciləri kəmiyyət göstəricilərinə çevrilə bilər, ancaq bunun üçün əvvəlcədən xüsusi əməliyyatlar həyata keçirilməlidir.

Keyfiyyət metodlarına: müşahidə, müsahibə, danışıq protokollarının təhlili; ekspert metodlarının bəzi növləri daxildir. Əgər müşahidə hər hansı ölçülərin aparılmasını nəzərdə tutursa, bu kəmiyyət metodu hesab edilir.

İkinci (törəmə) informasiyanın toplanması zamanı təhlil metodundan istifadə edilir. Əsasən iki təhlil metodunu fərqləndirirlər: ənənəvi-klassik və formalaşdırılmış, kəmiyyət-kontekt təhlil. Bir-birindən köklü şəkildə fərqlənən bu metodlar eyni zamanda bir-birini tamamlayır, beləliklə də mümkün çatışmazlıqları aradan qaldırmağa şərait yaradır.

Ənənəvi-klassik təhlil - təhlil edilən materialın məzmununun aşkar çıxarılması üçün məntiqi yanaşma metodudur. Sənəddə əksini tapan informasiya bu sənədin məqsədlərinə cavab versə də, heç də həmişə tədqiqatın məqsədinə cavab vermir. Ənənəvi - klassik metod sənəddə əks olunan informasiyanı, onun əsas ideyasını müəyyənləşdirməyə, qiymətləndirməyə, tədqiqatın məqsədinə uyğun olan informasiyanı seçməyə imkan verir.

Ənənəvi-klassik metodda daxili və xarici təhlili fərqləndirirlər. Daxili təhlil sənədin məzmununun təhlilidir. Əslində, bütün təhlil işi sənədin daxili təhlilinə - orada əks olunan informasiyanın həqiqətə uyğunluğunun yoxlanmasına, rəqəmlərin və faktların dəqiqliyinin müəyyənləşdirilməsinə, sənədi tərtib edənlərin səlahiyyətlik səviyyəsinin, onların bu sənədə şəxsi münasibətlərinin aydınlaşdırılmasına - həsr edilir.

Xarici təhlilin məqsədi sənədin növünün, formasının, yaranma vaxtının və yerinin müəyyən edilməsindən ibarətdir. Sənədin təşəbbüsçüsü, müəllifi, onun yaradılması məqsədi, etibarlılığı müəyyən edilir. Bu cür təhlilin aparılmaması, sənəddə əks olunan informasiya əsasında tələsik qərarların qəbul edilməsi çox vaxt arzuolunmaz nəticələrə gətirib çıxarır.

Formalaşdırılmış təhlil - kəmiyyət metodlarından istifadə yolu ilə təhlil zamanı subyektivizmi aradan qaldırmağa imkan verir. Bu metodun mahiyyəti sənədin əsas məzmununu ifadə edən, ölçülə biləcək əlamətlərin, tez-tez işlənən terminlərin müəyyən edilməsindən ibarətdir.

Kəmiyyət metodu öyrənilən informasiyaların ölçülə bilinməsini təmin edir. Bu metodun çatışmayan cəhəti ondan ibarətdir ki, sənəddə əksini tapan bəzi informasiyaları kəmiyyətcə ifadə etmək mümkün olmur.

Kontent təhlil - tədqiqatın məqsədinə uyğun olaraq aparılmış sənədin mətninin sistemativ və obyektiv təhlili əsasında yekun rəyin hazırlanması texnikasıdır (bacarığıdır). Hesab edilir ki, bu cür texnikanın tətbiqi standartlaşdırılmış prosedurların və müəyyən hesablamaların aparılmasını nəzərdə tutur.

Məlumdur ki, istehsal prosesinin təşkili və həyata keçirilməsi məqsədi ilə qəbul edilmiş qərarların elmilik, obyektivlik dərəcəsi bu qərarların qəbulu zamanı istifadə edilmiş informasiyaların obyektivlik dərəcəsindən asılıdır. Ona görə də qeyd edilən məqsədlər üçün qərarların qəbulundan əvvəl toplanmış müvafiq informasiyaların obyektivliyi, həqiqiliyi, praktiki cəhətdən lazımlılığı və kifayətlik dərəcəsi tədqiq edilməli, yoxlanılmalıdır.

İstehsalın idarə edilməsi prosesində istifadə edilən informasiyalar, əsasən, üç aspektdə tədqiq edilir: praqmatik, semantik, sintaktik.

İnformasiya praqmatik aspektdə tədqiq edildikdə, idarəetmə qərarlarının qəbulu üçün mövcud informasiyaların praktiki cəhətdən nə qədər faydalı, dəyərli olması müəyyənləşdirilir. İstehsal sahibkarlığının həyata keçirilməsi zamanı informasiyanın praqmatik aspektdə öyrənilməsi müəssisə üçün informasiyanın zərurilik və kafilik dərəcəsini, faydalı informasiyanın həcmi, faydasız sənədlər külliyyatının miqdarını və s. müəyyənləşdirməyə imkan verir.

İnformasiyanın semantik aspektdə (məna) tədqiq edilməsi, istehsal və idarəetmə obyektinin vəziyyətini əks etdirən informasiyanın məzmununu açmağa və işarələr arasında olan münasibətlərin və ölçü vahidlərinin məna qiymətləndirilməsinə imkan yaradır. İnformasiyaya semantik baxış iqtisadi göstəricilərin, obyektlərin təsnifatına, qarşılıqlı kodlaşdırma sistemlərinin yaradılmasına və beləliklə də, istehsal və idarəetmə proseslərində baş verən hadisələrin, proseslərin, faktların və s. tam öyrənilməsinə şərait yaradır.

İnformasiyanın sintaktik təhlili zamanı onun məzmunu, mənası və istifadə edilmə xüsusiyyətindən asılı olmayaraq sistemdə işarələr arasında olan münasibətlər kəmiyyətcə müəyyənləşdirilir. İnformasiyanın kəmiyyətcə qiymətləndirilməsi onun işlənmə (təhlil) texnologiyasının səmərəli seçilməsi və layihələşdirilməsinə imkan verir.

İstehsal prosesinin həyata keçirilməsinin ayrı-ayrı mərhələlərində informasiyanın rolu eyni deyildir. İstehsal prosesinin həyata keçirilməsinin bir mərhələsində informasiyanın həcmi, onun növ-

ləri, yeni, əlavə informasiya almaq imkanları, digər mərhələsində isə – onun hərəkəti, üçüncü mərhələdə – informasiyanın işlənməsi vacibdir. Məsələn, istehsalın məqsədi müəyyən edilərkən informasiyanın həcmi, onun yeniliyi, qiymətliliyi, tamlığı və s. vacibdir. İstehsalın məqsədi müəyyən edilərkən elmin müasir nailiyyətləri haqqında nə qədər çox informasiya əldə edilərsə məqsəd bir o qədər obyektiv formalaşdırılır, istehsal prosesində onun əhəmiyyəti, rolu daha çox olar.

Mövcud vəziyyətin qiymətləndirilməsində informasiyanın növləri daha çox əhəmiyyət daşıyır, çünki müxtəlif növ informasiyalardan istifadə edilməsi mövcud vəziyyətin kompleks, sistemli araşdırılmasına və istehsalın təşkilinə dair müvafiq, səmərəli qərarların qəbul edilməsinə imkan yaradır.

İstehsalın təşkilinə və həyata keçirilməsinə dair konkret qərarların hazırlanması və analitik fəaliyyət mərhələsində seçilmiş informasiyanın işlənmə imkanlarının mövcudluğu xüsusi əhəmiyyət kəsb edir ki, bu da öz növbəsində informasiyanın təqdim edilmə (ötürülmə) formasından asılıdır.

Qəbul edilmiş qərarların reallaşdırılması üzrə təşkilati – praktik fəaliyyət zamanı informasiyanın ötürülməsi, ötürmənin sürəti və vaxtında həyata keçirilməsi, daxil olan (ötürülən) informasiyanın tamlığı və s. əsas rol oynayır.

İstehsal prosesinin təşkili və idarə edilməsi zamanı istifadə edilən informasiyalar ikili xarakter daşıyır. Bir tərəfdən istehsalın genişlənməsindən asılı olaraq informasiyanın həcmının artması idarəetmədə müəyyən çətinliklər yaradır. İdarəedən sistemi daha çox və artan informasiyanı işləmək, təhlil etmək məcburiyyəti ilə üzləşdirir. Müəyyən edilmişdir ki, istehsalın həcmi ilə informasiyanın həcmi arasında əlaqə xətti (düz proporsional) xarakter daşımır, belə ki, istehsalın ekstensiv artması nəticəsində informasiyanın həcminin artım tempi daha yüksək olur, çünki bu zaman istehsal və təsərrüfat əlaqələrinin sayı daha çox artır.

Eyni zamanda informasiyanın, xüsusilə də müasir elmi-texniki, texnoloji, iqtisadi informasiyanın həcmının artması istehsalın təşkilinin və idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsinə imkan yaradır. Yeni qanunların, qanunauyğunluqların mənimsənilməsi məhz ona görə qiymətlidir ki, istehsalın inkişafının idarə edilməsi üçün yeni perspektivlər açır.

Beləliklə, istehsalın təşkili və idarə edilməsi prosesində istifadə edilən informasiyanın həcminin artmasına birtərəfli yanaşmaq olmaz. O, idarəetmənin çətinliyi ilə bu çətinliyin aradan qaldırılmasının dialektik vəhdətini özündə əks etdirir.

İnformasiya təminatının təşkilində informasiya sisteminin yaradılmasının əhəmiyyəti

İstehsal sahibkarlığının informasiya təminatının təşkilində müəssisənin informasiya sisteminin yaradılması mühüm rol oynayır. İnformasiya sistemi dedikdə informasiyanın toplanmasına, saxlanmasına, ötürülməsinə, operativ axtarışına, işlənməsinə və təhlilinə, eləcə də onların nəticələrinin insan üçün məqbul formada və ya icraçı maşın və mexanizmlərə idarəedici təsir formasında verilməsinə imkan yaradan aparat-proqram kompleksi başa düşülür.

Müəssisənin informasiya sistemləri (İS) həm bütövlükdə müəssisə miqyasında, həm də onun ayrı-ayrı struktur bölmələrində idarəetmə qərarlarının qəbulu üçün lazım olan informasiyaların operativliyinin və keyfiyyətinin yüksəldilməsinin təmin edilməsi məqsədi ilə yaradılır.

İS-də informasiyaların işlənməsinin bütün prosesi texniki bazaya (EHM, informasiyanın toplanması, saxlanması və ötürülməsi vasitələri) və informasiyaların işlənməsinin müasir metodlarını reallaşdıran səmərəli hesablayıcı aparata əsaslanır. İnformasiyanın toplanması, ötürülməsi və işlənməsi, eləcə də bəzi qərarların qəbul edilməsi və idarəedici sərəncamların verilməsi kompüter vasitələrinin köməyi ilə yerinə yetirilir. Bu zaman insan idarəetmə sferasından kənarlaşdırılmır - İS insanın və texniki vasitələrin imkanlarını səmərəli birləşdirməyə şərait yaradan insan-maşın sistemidir.

İS-nin keyfiyyəti xeyli dərəcədə informasiya bazasının həcmindən, orada toplanan informasi-

yaların keyfiyyətindən asılıdır. İnformasiya bazası biliklərin, proqramların və göstəricilərin müəyyən qaydaya salınmış elə toplusudur ki, ona daxil olan istənilən informasiyanı asanlıqla tapmaq olur. Ona görə də, hər bir informasiya bazasının təşkili qarşısında bir sıra tədbirlər qoyulur ki, onlardan əsasları aşağıdakılardır:

- bazanın yaradılması üçün minimum vəsait sərfi;
- bazaya daxil olan informasiyaların axtarışının və yeniləşdirilməsinin sadəliyi;
- eyni informasiyanın istifadəçilər tərəfindən dəfələrlə istifadə edilməsi imkanının olması;
- lazımi məlumatları tez əldə etmək imkanının olması;
- bazada hansı göstəricilərin mövcudluğu haqqında informasiyanın olması;
- saxlanan informasiyanın həddindən çox olmasının azaldılması;
- informasiyaların dürüslüyünün təmini;
- daim işləməyə hazır olması;
- informasiyaların yanlışlıqlardan və onlara sanksiyalaşdırılmamış daxilolmalardan qorunması.

Qeyd edilən tələblərə cavab verən informasiya bazasına malik olan İS - nin yaradılması istehsal sahibkarlığının informasiya təminatının səmərəli şəkildə həyata keçirilməsinə imkan yarada bilər.

Nəticə və təkliflər

Yuxarıda qeyd edilənlər göstərir ki:

- istehsal sahibkarlığının təşkili və həyata keçirilməsində onun informasiya təminatı əhəmiyyətli rol oynayır;
- informasiyaların əldə edilmə mənbələrinin, onlardan səmərəli istifadə qaydalarının müəyyən edilməsi və istehsal prosesinin səmərəli təşkil edilməsi üçün onlar təsnifləşdirilməlidir;
- istehsal proseslərinin səmərəli təşkili və idarə edilməsi üçün həm müəssisədaxili, həm də müəssisəxarici informasiya mənbələrindən dolğun istifadə edilməlidir;
- istehsal sahibkarlığının informasiya təminatının həyata keçirilməsi məqsədi ilə müəssisənin informasiya sistemi yaradılmalı və bu zaman informasiya bazasının formalaşmasına xüsusi diqqət yetirilməlidir.

Qeyd etmək lazımdır ki, müstəqillik əldə etdikdən sonra bazar iqtisadiyyatı yolu seçmiş Azərbaycanda sahibkarlığın inkişafı sahəsində müəyyən müvəffəqiyyətlər əldə edilmişdir. Bununla yanaşı, Azərbaycanda sahibkarlığın ayrı-ayrı növlərinin inkişafı arasında kəskin fərqlər vardır. Respublikamızda kommərsiya sahibkarlığı nisbətən sürətlə inkişaf etdiyi halda, istehsal sahibkarlığının inkişafı yubanır. Xüsusilə qeyri-dövlət sektorunda istehsal sahibkarlığı ləng inkişaf edir [2, səh. 5]. İstehsal sahibkarlığının ləng inkişaf etməsinə bir sıra səbəblərlə yanaşı (sahibkarlığın inkişafının hüquqi bazasının təkmil olmaması, vergilərin sayının çoxluğu və vergi yükünün ağırlığı, maliyyə çatışmazlığı, bank kreditlərinin faizinin yüksəkliyi, sahibkarlıq fəaliyyətinə əsassız müdaxilələr və s.) sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olanların (və olmaq istəyənlərin) mövcud qanunlar, normativ-hüquqi aktlar, hansı sahibkarlıq növü ilə məşğul olmağın daha faydalı olması barədə kifayət qədər informasiyaya malik olmaması da təsir göstərir.

İstehsal sahibkarlığı ilə məşğul olanların və məşğul olmaq istəyən potensial sahibkarların, xüsusilə də, kiçik və orta bizneslə məşğul olmaq istəyənlərin, sahibkarlıq fəaliyyətinin təşkili və idarə edilməsi sahəsində lazımi biliklərə malik olmaması da bu fəaliyyət növünün ləng inkişaf etməsinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir [4, səh. 203].

Fikrimizcə, Azərbaycanda istehsal sahibkarlığının informasiya təminatının yaxşılaşdırılması üçün aşağıdakı istiqamətlərdə tədbirlərin həyata keçirilməsi məqsədəuyğun olardı:

- istehsal sahibkarlığının inkişafının prioritet istiqamətlərinin müəyyən edilməsi və bu barədə ictimaiyyətə mütəmadi və geniş informasiyanın çatdırılması;
- istehsal sahibkarlığının təşkilinin hüquqi bazasının təkmilləşdirilməsi, sahibkarları bu sahəni tənzimləyən qanunlarla, normativ-hüquqi aktlarla tanış və təmin etmək üçün rayon (şəhər) mər-

kəzlərində vaxtaşırı müvafiq kursların təşkil edilməsi;

• kiçik və orta bizneslə məşğul olmaq istəyən potensial sahibkarlar üçün regionlarda biznes kurslarının təşkili, bu kurslarda çox da mürəkkəb olmayan peşə və ixtisaslar üzrə müvafiq biliklərin verilməsi.

Ədəbiyyat

- 1.”İnformasiya, informasiyalaşdırma və informasiyanın mühafizəsi haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı, 3 aprel 1998-ci il.
2. Əliyev T.Q. İstehsal sahibkarlığının inkişafının social-iqtisadi problemləri. Bakı, “Elm”, 2007.
3. Əliyev T.Q. İnformasiyanın iqtisadiyyatı. Bakı, ADNA.2011.
4. Əliyeva Ş.T. Kiçik və orta biznesin inkişafı və məşğulluq problemləri. Bakı, “Elm”, 2005.

P.T.Алиев

Информационное обеспечение производственного предпринимательства

Резюме

В статье рассматриваются роль информационного обеспечения организации и осуществления производственного предпринимательства, источники информационного обеспечения, методы сбора информации, значение создания информационной системы предприятия в организации информационного обеспечения производственного предпринимательства. В статье также приводятся конкретные предложения и рекомендации, способствующие улучшению информационного обеспечения производственного предпринимательства в Азербайджане.

Ключевые слова: производственное предпринимательство, информация, обеспечение, источник, метод, анализ.

R.T.Aliyev

Information support of production business

Summary

In article the role of information support of the organization and implementation of production business are considered; sources of information support; methods of collection of information; value of creation of information system of the enterprise in the organization of information support of production business. Specific proposals and the recommendations promoting improvement of information support of production business in Azerbaijan also are given in article.

Keywords: production business, information, providing, source, method, analysis.

UOT 334.7

Afət Adil qızı QULIYEVƏ
Azərbaycan Kooperasiya Universitetinin doktorantı

SAHİBKARLIQ FƏALİYYƏTİNİN MƏZMUNU VƏ FUNKSİYALARI

Xülasə

Məqalədə sahibkarlıq fəaliyyətinin mahiyyəti və məzmunu aydınlaşdırılmış, sahibkarlıq strukturlarının yerinə yetirdiyi funksiyalar dəqiqləşdirilmişdir. Sahibkarlığın iqtisadi və tarixi kateqoriya kimi məzmununun zənginləşdirilməsi xronoloji ardıcılıqla nəzərdən keçirilmiş, bazar münasibətləri şəraitində ölkənin dayanıqlı inkişafının təmin olunmasında sahibkarlıq strukturlarının oynadığı rola aydınlıq gətirilmişdir.

Açar sözlər: bazar münasibətləri, sahibkarlıq strukturları, risk, azad seçim, rəqabət, dayanıqlı inkişaf, innovasiyalıq, şəxsi təşəbbüskarlıq.

Giriş

Aqrar sənaye sferasında sahibkarlığın inkişafı onun məzmununun və funksiyalarının düzgün başa düşülməsindən asılıdır. Məqalədə bazar iqtisadiyyatının mühüm atributu kimi sahibkarlığın məzmunu açıqlanır, onun sosial iqtisadi sistemdə oynadığı rola aydınlıq gətirilir, inkişafının nəzəri məsələləri işıqlandırılır və funksiyaları dəqiqləşdirilir.

Sahibkarlıq azadlığı bazar iqtisadiyyatının əsas atributu kimi

Bazar iqtisadiyyatına keçdikdən sonra Azərbaycanın aqrar-sənaye sferasının bütün sahələri, demək olar ki, tələb-təklif mexanizminin təsiri altında inkişaf edir. Aqrar-sənaye sferasının ayrı-ayrı sahələrinə dövlət tərəfindən müdaxilələr məhdud səviyyədə müşahidə olunur və bu sferanın inkişafını daha çox bazar mexanizmi müəyyənləşdirir. Bazar iqtisadiyyatının bütün atributları – xüsusi mülkiyyət, azad sahibkarlıq və azad seçim, şəxsi maraq, rəqabət, bazar qiymətləri və dövlətin iqtisadiyyatda məhdud rolu aqrar-sənaye sferasının bütün sahələrində özünü göstərir. Sadalanan atributları da tanınmış iqtisadçılar bazar iqtisadiyyatının əsas xarakterik cəhətləri kimi vurğulayırlar. Məsələn, tanınmış amerika iqtisadçıları K.R.Makkonell və S.İ.Bryu özlərinin "Ekonomiks" adlı məşhur dərsliyinin 51-ci səhifəsində bazar iqtisadiyyatının əsas xarakterik cəhətlərinin aşağıdakılardan ibarət olduğunu göstərir: xüsusi mülkiyyət; azad sahibkarlıq və azad seçim; şəxsi maraq; rəqabət; bazar qiymətləri və dövlətin iqtisadiyyatda məhdud rolu.

Bizim fikrimizcə, yuxarıda sadalanan atributlar bazar iqtisadiyyatının mahiyyətini bütün tərəflərdən açıb göstərir. Bu atributlara ayrı-ayrılıqda daha genişliyi ilə nəzər salmaq. Birinci atribut, qeyd etdiyimiz kimi, istehsal alət və vasitələri üzərində xüsusi mülkiyyətdir. Bazar iqtisadiyyatından fərqli olaraq, inzibati amirlik metodlarına əsaslanan planlı iqtisadiyyatda xüsusi mülkiyyət mövcud olmamışdır. Aqrar-sənaye sferasında islahatlar aparıldıqdan sonra planlı iqtisadiyyatda mövcud olan təsərrüfatçılıq formaları öz yerini xüsusi mülkiyyət münasibətlərinə əsaslanan təsərrüfatçılıq formalarına vermişdir. İslahatların da məqsədi məhz bundan ibarət idi. Belə ki, həmin dövrdə qəbul edilmiş "Sovxoz və kolxozların islahatı haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanununda deyilirdi ki, islahatların məqsədi bazar iqtisadiyyatına uyğun müxtəlif növlü təsərrüfat formaları yaratmaq və aqrar bölmədə sahibkarlığı inkişaf etdirməkdir. Aqrar-sənaye sferasının ən mühüm sahəsi kimi aqrar sahədə, demək olar ki, adı çəkilən qanunda nəzərdə tutulan məqsədə nail olunmuş və bu sahədə müxtəlif təsərrüfat formalarının yaradılması və onların fəaliyyəti təmin olunmuşdur. Təkcə bir faktı qeyd etmək kifayətdir ki, Azərbaycanın aqrar sferasında bir milyondan çox ailə öz pay torpaqlarına sahib olmuş, həmin torpaqlar əsasında öz təsərrüfatlarını yaratmış və bu təsərrüfatları özləri bildikləri kimi idarə edirlər. Aqrar sahədə fəaliyyət göstərən ailə təsərrüfatlarının müəyyən hissəsinin fəaliyyəti natural xarakterli olsa da, həmin təsərrüfatların xeyli

hissəsi də istehsal etdikləri məhsuldan mənfəət əldə olunmasını nəzərdə tuturlar və əslində sahibkarlıqla məşğul olan təsərrüfatlar kimi çıxış edirlər. Sözügedən təsərrüfatlar hüquqi şəxs kimi fəaliyyət göstərməyən təsərrüfatlardır. Aqrar sahədə hüquqi şəxs kimi fəaliyyət göstərən fərdi sahibkar təsərrüfatlarının sayı isə 2500-dən çoxdur. Bu təsərrüfat rəhbərləri öz şəxsi maraqlarını əsas götürməklə istehsal-satış prosesini təşkil və idarə edirlər. Onların fəaliyyətlərinə heç bir müdaxilə yoxdur və həmin təsərrüfatlar istehsalın strukturunun, istehsal olunan məhsulların növünün seçilməsində tamamilə sərbəstdirlər. Təsərrüfat rəhbərləri məhsullara qiymətləri sərbəst surətdə müəyyənləşdirirlər və həmin məhsulların reallaşdırılmasını özləri lazım bildikləri kanallar üzrə təmin edirlər. Bu sadalanan məsələlər isə aqrar sahədə sahibkarlıq azadlığı deməkdir. Bu məsələlər də tanınmış iqtisadçılar tərəfindən azad sahibkarlıq anlayışının məzmunu kimi nəzərdən keçirilir. Belə ki, əvvəldə qeyd etdiyimiz K.R.Makkonell və S.İ.Bryu azad sahibkarlıq anlayışının məzmununu xüsusi mülkiyyət və seçim azadlığı vasitəsi ilə aydınlaşdırırlar. Onlar azad sahibkarlığın xalis kapitalizm şəraitində müəssisələrin özlərinə lazım gələn iqtisadi resursları tamamilə sərbəst surətdə əldə etmək, həmin resurslardan istifadə etməklə öz seçimləri üzrə əmtəə və xidmətlərin istehsalını təşkil etmək və bazarda satmaq hüququ kimi aydınlaşdırırlar. Onların fikrincə, azad sahibkarlıq şəraitində hökumət fəaliyyət göstərmək üçün sahibkarlara bu və ya digər sahəyə daxil olmaq və həmin sahədən çıxmaq haqqında qərar qəbul etməyə maneçilik törətmir.

Dünyanın tanınmış iqtisadçıları bazar iqtisadiyyatının mühüm atributlarından biri kimi seçim azadlığını sahibkarlar tərəfindən maddi resursların və pul kapitalının həmin sahibkarların özlərinin bildikləri kimi istifadə etmələri şəklində izah edirlər. Lakin maddi resurslardan və pul kapitalından bazar iqtisadiyyatı şəraitində səmərəli istifadə olunmasının özü də bazar mexanizmi tərəfindən rəqabət yolu ilə tənzimlənir. Rəqabət şəraitində maddi resurslar və pul kapitalı o məhsulların və xidmətlərin istehsalına yönəldilir ki, bazarda həmin məhsullara və xidmətlərə ehtiyac olsun. Bu baxımdan, əlbəttə, xalis bazar iqtisadiyyatı şəraitində istehsalçıların sərəncamında olan resurslardan istifadəyə dair qərar qəbul etmələrinə, istehsalın ölçü və miqyaslarına rəqabət mübarizəsi bilavasitə təsir göstərir. Deməli, azad rəqabətin özü də bazar iqtisadiyyatının mühüm atributudur və azad sahibkarlıq şəraitində rəqabət mübarizəsi mövcuddur.

Sahibkarlığın nəzəri məsələləri və sahibkarlıq anlayışı

Sahibkarlığın iqtisadi nəzəriyyəsinin işlənilib hazırlanması uzun bir tarixi dövr ərzində baş vermişdir və sahibkarlıq fəaliyyəti iqtisadi kateqoriya kimi həmin tarixi dövr ərzində müxtəlif mənalar kəsb etmiş və hazırda da bu kateqoriya onun məzmunu ilə məşğul olan alimlər tərəfindən zənginləşdirilir. Araşdırmalar və tədqiqatlar göstərir ki, sahibkarlıq fəaliyyəti ilə bağlı nəzəriyyələr ilk dəfə kapitalizm cəmiyyətində meydana gəlmişdir. Sahibkarlıq xüsusi bir fəaliyyət növü kimi xüsusi mülkiyyətlə bağlı olmuş, ona görə də sözügedən fəaliyyət növü tarixi məzmun kəsb edir. Lakin onu da qeyd etmək lazımdır ki, xüsusi mülkiyyətin olduğu heç də bütün cəmiyyətlərdə sahibkarlıq fəaliyyəti olmamışdır. Belə ki, məsələn, quldarlıq və feodalizm cəmiyyətlərində də xüsusi mülkiyyətin olmasına baxmayaraq, həmin cəmiyyətlərdə sahibkarlıq bir fəaliyyət kimi inkişaf etməmişdir. Bunun özünün müəyyən səbəbləri var idi. Bu səbəblərdən birincisi kimi onu qeyd edə bilərik ki, sahibkarlıq fəaliyyəti bilavasitə bazarla əlaqədar olan fəaliyyətdir və sözügedən fəaliyyətin özünün müəyyən məcraya yönəldilməsində və tənzimlənməsində bazar mexanizmi müəyyən rola malikdir. Lakin həm quldarlıq, həm də feodalizm cəmiyyətləri natural təsərrüfat tipli olmaqla müəyyən mənada qapalı xarakterə malik olmuşlar və həmin cəmiyyətlərdə bazar münasibətləri sahibkarlığın inkişaf tapması üçün lazımı səviyyədə inkişaf etməmişdir. Ona görə də sadalanan cəmiyyətlərdə azad sahibkarlıq fəaliyyətindən danışmaq mümkün deyil. İkincisi, onu qeyd edə bilərik ki, sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsində başlıca məqsəd istehlakçıların ehtiyac və tələbatlarını ödəmək yolu ilə mənfəət əldə etməkdən ibarət olduğu halda quldarlıq və feodalizm cəmiyyətlərində təsərrüfatlar özlərinin inkişafı baxımından nə qədər say göstərsələr də, mənfəətin əldə olunmasını öz qarşılıqlarına məqsəd qoymurdular. Sonuncu səbəb

kimi isə onu qeyd edə bilərik ki, sahibkarlıq fəaliyyəti hüquqi cəhətdən azad olan insanların fəaliyyəti əsasında təşkil olunur. Quldarlıq və feodalizm cəmiyyətində hüquqi cəhətdən azad insanların mövcud olmasından danışmaq absurddur, ona görə də həmin cəmiyyətlərdə azad sahibkarlıq fəaliyyəti ola bilməzdi. Bu azadlıq kapitalizm cəmiyyətində mövcud olduğuna görə, həmin cəmiyyətdə azad sahibkarlıq fəaliyyəti inkişaf etməyə başlamış və iqtisadi sistemin inkişafında hərəkətverici qüvvəyə çevrilə bilmişdir.

“Sahibkarlıq” anlayışını ilk dəfə elmi dövriyyəyə XVIII əsrin əvvəllərindən Şotlandiya mənşəli ingilis iqtisadçısı Riçard Kontilyon daxil etmişdir. Riçard Kantilyona görə, sahibkar risk şəraitində fəaliyyət göstərən şəxsdir və sərvətin yeganə mənbəyi torpaq və əməkdir. Ondan sonra sahibkarlıq nəzəriyyəsinin inkişaf etdirilməsində J.B.Sey, A.Smit, F.Nayt, C.Keyns, Y.Şumpeter, A.Marşall, C.B.Klark və s. kimi alimlər çox böyük işlər görmüşlər.

Klassik iqtisadçılar və iqtisad elminin baniləri istehsal prosesində və ümumiyyətlə, cəmiyyətin inkişafında sahibkarların roluna çox da diqqət yetirməmişlər və onlar tərəfindən sahibkarlıq fəaliyyəti təhlil predmeti olmamışdır. Bu, onunla əlaqədar idi ki, həmin iqtisadçılar kapitalizm cəmiyyəti haqqında özlərinin baxışlarına malik idilər və həmin baxışlara görə bu cəmiyyətə öz-özünü tənzimləmə xüsusiyyəti xarakterikdir və həmin cəmiyyətdə yaradıcı sahibkar əməyini öyrənməyə ehtiyac yoxdur. Bütün bunlara baxmayaraq, Adam Smit özünün “Xalqların sərvətinin təbiəti və səbəbləri haqqında tədqiqat” əsərində sahibkarın xarakterik xüsusiyyətlərinə müəyyən qədər yer vermişdir. Ona görə kapitalın mülkiyyətçisi rolunu oynayan sahibkar kommersiya ideyasını reallaşdırmaq və mənfəət əldə etmək üçün riskə gedən şəxsdir. Adam Smitin gəldiyi qənaətə görə, sahibkar mənfəəti sahibkarın riskə getdiyinə görə əldə etdiyi mükafatdır. Göründüyü kimi, Adam Smit sahibkarı məhsul istehsalı üçün planlaşdırmanı sərbəst surətdə aparın, istehsalı sərbəst surətdə təşkil edən və onun nəticələrinə dair sərbəst surətdə qərar verən və nəhayət, mənfəət əldə etmək xatirinə kommersiya ideyasını reallaşdırmaq üçün riskə gedən mülkiyyətçi kimi səciyyələndirmişdir. Adam Smitdən sonra sahibkarlıq haqqında fikirlər Fransız iqtisadçısı J.B.Sey tərəfindən daha da inkişaf etdirilmiş və zənginləşdirilmişdir. O, özünün “Siyasi iqtisadın traktatı” adlı əsərində sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üçün üç klassik amilin – torpağın, kapitalın və əməyin olmasını əsaslandırmış və sözügedən fəaliyyətin əsasını əslində, sadalanan üç amilin təşkil etdiyini göstərmişdir. Bununla belə, Jan Batist Sey məhsulun yaradılmasında sahibkarın yaradıcı əməyini etiraf edir və yaradıcı əməkdən istehsal olunan məhsulun mükəmməlliyinin daha çox asılı olduğunu göstərir. O da sahibkarı məhsulun yaradılmasında öz hesabına riskə gedən şəxs kimi səciyyələndirmişdir. Deyilənlərlə yanaşı, J.B.Sey sahibkarın fəaliyyət göstərdiyi bazar mühitinə də müəyyən qədər diqqət yetirmiş və sahibkar mənfəətinin əldə edilməsi baxımından istehsal amillərinin az gəlirli sahələrdən daha çox gəlirli sahələrə «axa bilməsi» məsələlərini təhlil etmişdir.

Araşdırmalar və tədqiqatlar göstərir ki, sahibkarlıq fəaliyyətinin məzmunu haqqında fikirlər söyləmiş çoxsaylı tanınmış iqtisadçıların əksəriyyətinin bu anlayışın məzmununun açılmasında risk elementi birmənalı olaraq həmişə vurğulanır. “Bazar münasibətlərinin formalaşdırılmasına keçid şəraitində risk sahibkarlığın əsas, ən mühüm elementidir. Vaxtında risk etməyi bacaran sahibkar tez-tez mükafatlandırılmış olur” [3, s. 296].

Sahibkarlıq fəaliyyəti ilə əlaqədar iqtisadi təlim marksizm nəzəriyyəsində, demək olar ki, nəzərdən keçirilməmiş və sözügedən nəzəriyyədə sahibkara və onun fəaliyyətinə başqa aspektdən nəzər yetirilmişdir. Belə ki, ilk növbədə onu qeyd etmək lazımdır ki, K.Marks tərəfindən işlənib hazırlanmış iqtisadi nəzəriyyədə kapital və sahibkar anlayışları arasındakı məzmun fərqi dəqiqləşdirilməmişdir. K.Marks tərəfindən işlənib hazırlanmış nəzəriyyəyə görə istehsal ictimai xarakterə malikdir, lakin buna baxmayaraq, kapitalizm cəmiyyətində istehsalın nəticəsinin mənimsənilməsinin xüsusi kapitalist forması mövcuddur. Məhz istehsalın ictimai xarakteri ilə mənimsənmənin xüsusi kapitalist forması kapitalizm cəmiyyətinin dağılmasına gətirib çıxardan başlıca zid-

diyyətdir. Ona görə də bu nəzəriyyədə cəmiyyətin tərəqqisində sahibkarlıq strukturlarının rolu qiymətləndirilməmişdir. Sahibkara və sahibkarlıq strukturlarına bu münasibət inzibati-amirlik mətodlarına əsaslanan planlı iqtisadiyyatda da saxlanılmışdır. Yeni iqtisadi siyasət dövrü istisna olunmaqla keçmiş ittifaq dövlətinin mövcud olduğu zamanı sahibkarın yaradıcı əməyinə, sahibkarlıq strukturlarının ölkənin iqtisadi sistemində oynadığı hərəkətverici qüvvəyə, ən başlıcası isə, sahibkarların özlərinin şəxsi təşəbbüskarlığına diqqət yetirilməmişdir. Sahibkara və sahibkarlıq strukturlarına belə münasibətin nəticəsi cəmiyyət miqyasında mövcud olan resursların qeyri-səmərəli istifadəsinə gətirib çıxarmışdır ki, bu da son nəticədə insanların ehtiyac və tələbatlarının dolğun ödənilməməsi və məhsul çatışmazlığı ilə özünü büruzə vermişdir.

Aparılan tədqiqatlar və araşdırmalar göstərir ki, sahibkarlıq bir tərəfdən konkret hadisə kimi təzahür edir, başqa bir tərəfdən isə proses kimi özünü göstərir. Sahibkarlığın mahiyyətinə göstərilən hər iki aspektdən nəzər salınması onun bütün “çalarlarının” daha dərinədən başa düşülməsinə imkan verir. Sahibkarlıq konkret hadisə kimi sahibkar tərəfindən onun öz işinin təşkili, əmtəələrin istehsalı və mənfəətin əldə olunması ilə bağlı bütün münasibətlər sisteminin (iqtisadi, sosial, təşkilati, şəxsi və s.) məcmusunu əks etdirir. Sahibkarlıq hadisə kimi sahibkarların öz aralarında, sahibkarlarla istehlakçılar, sahibkarlarla xammal və material göndərənlər, sahibkarlarla banklar və başqa bazar subyektləri və nəhayət, sahibkarlarla dövlət orqanları arasında olan bütün münasibətlər sistemini (maliyyə, iqtisadi, sosial) əks etdirir. Sahibkarların və sahibkarlıq strukturlarının fəaliyyəti sadalanan subyektlərlə bilavasitə əlaqədardır, ona görə də sahibkarlıq fəaliyyəti nəticəsində bu subyektlər arasında münasibətlər sisteminin formalaşması qaçılmazdır. Burada onu da qeyd etmək lazımdır ki, aqrar-sənaye kompleksi sistemində fəaliyyət göstərən sahibkarlıq strukturlarının özlərinin əlverişli bazar mövqelərinin təmin olunması bu strukturlarla yuxarıda sadalanan subyektlər arasında əlverişli münasibətlərin formalaşdırılmasından çox asılıdır. Məsələn, sahibkarlıq strukturları öz istehlakçıların ehtiyac və tələbatlarını öyrənmədən onların tələblərinə cavab verə bilən məhsul təklif edə və lazımı məbləğdə mənfəət əldə edə bilməzlər. Ona görə də sahibkarlıq strukturlarının istehlakçıları ilə mütəmadi olaraq “təmasları” çox vacibdir və göstərilən bu iki subyekt arasında tərəfdaş münasibətlərin inkişaf etdirilməsi olduqca gərəklidir. Deyilən bu məsələlər sahibkarlıq strukturları ilə həmin strukturları xammal və materiallarla təmin edən başqa bazar subyektləri arasında münasibətlərə də aiddir. Belə ki, bazara məhsul təklif etmək istəyən istənilən sahibkarlıq strukturunun fəaliyyəti həmin strukturu istehsal amilləri ilə təmin edən başqa bazar subyektlərinin fəaliyyətindən asılıdır. Ona görə də sahibkarlıq strukturları onları xammal və materiallarla təmin edən bazar subyektləri ilə də tərəfdaş münasibətləri inkişaf etdirməli və özlərinə xammal və material göndərən qismində etibarlı tərəfdaş tapmalıdırlar. Konkret olaraq aqrar-sənaye sistemində fəaliyyət göstərən sahibkarlıq strukturlarına gəldikdə isə, ilk növbədə, onu qeyd etmək ki, həm bilavasitə kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçıların, həm də həmin məhsuldan xammal kimi istifadə edən qida sənayesi müəssisələrinin bazar fəaliyyətləri onların xammal təminatından əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır. Xammal və material əldə etmək baxımından sadalanan bu iki bazar subyektlərinin məhsulların alqı və satqısı zamanı mövqeləri bir-birindən kəskin fərqlənir. Belə ki, bilavasitə kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı ilə məşğul olan sahibkarlıq strukturları xammalların əldə olunmasında və istehsal etdikləri məhsulun satışında çox böyük çətinliklərlə qarşılaşdıqları halda, qida sənayesi müəssisələri özlərinə lazım gələn xammalların tədarükü baxımından, həm də məhsulların satışı zamanı ciddi çətinliklərlə üzləşmirlər. Belə vəziyyət, aqrar-sənaye sistemində fəaliyyət göstərən sahibkarlıq strukturlarının və bütövlükdə sözügedən sistemin harmonik inkişafına mane olur. Ona görə də, bu sistemdə sahibkarlıq strukturlarının normal məcrada və ölkənin ərzaq təhlükəsizliyinin yüksəldilməsinə gətirib çıxarda biləcək inkişafı həmin strukturların inkişafının dövlət tənzimlənməsindən bilavasitə asılıdır.

Əvvəldə qeyd etdiyimiz kimi, sahibkarlıq fəaliyyəti həm də proses kimi nəzərdən keçirilməlidir. «Sahibkarlıq proses kimi sahibkarların sahibkar ideyasının baş qaldırmasından başlamış, həmin

ideyanın konkret sahibkar layihəsinə çevrilməsi ilə nəticələnən məqsədyönlü fəaliyyətlərinin mürəkkəb "zənciri" şəklində özünü göstərir» [5, s. 24].

Bizim fikrimizcə, sahibkarlıq fəaliyyəti daha çox proses kimi nəzərdən keçirilməlidir. Belə ki, əgər biz, sahibkarı mənfəət əldə etmək üçün riskə gedən və yaradıcı təşəbbüskar şəxs kimi qəbul ediriksə, onda, sahibkarlıq fəaliyyətini də proses kimi nəzərdən keçirməliyik. Əslində, sahibkarın təşəbbüskarlığı və yaradıcılığı bu prosesin özündə görünür. Məsələn, əgər sahibkar özünü dinamik mühit kimi bürüzə verən bazara yeni məhsul təklif etmək istəyirsə, onda, ilk növbədə, həmin sahibkar öz yaradıcı təşəbbüslərini inkişaf etdirməli və yeni məhsulun planlaşdırılmasını və bazara təklif olunmasını mərhələlər ardıcılığı - proses kimi nəzərdən keçirməlidir. Bu prosesin özünə gəldikdə onun mərhələlər ardıcılığı aşağıdakı kimi olmalıdır: bazara məhsul təklifinə dair ideyaların verilməsi; ideyaların seçimi; məhsulun konsepsiyasının işlənib hazırlanması; iqtisadi təhlillərin aparılması; məhdud sayda məhsulların istehsalı; sınaq marketinqinin təşkili; məhsulların kommersiya realizasiyasına dair qərarın qəbul olunması.

Yeni məhsulun işlənib hazırlanmasının yuxarıda sadalanan mərhələlərindən görüldüyü kimi, mərhələnin hər birində, demək olar ki, sahibkardan bu və ya digər dərəcədə yaradıcılıq və şəxsi təşəbbüskarlıq tələb olunur. Belə keyfiyyətlərə malik olmayan sahibkarın və sahibkarlıq strukturunun bazarda qalıb fəaliyyətini davam etdirməsi və get-gedə daha çox bazar payına sahib olması, demək olar ki, mümkün deyil. Bu baxımdan, əlbəttə, biz də belə hesab edirik ki, sahibkarlıq bir fəaliyyət növü kimi öz mahiyyətini həmin fəaliyyətin həyata keçirilməsi prosesində, həm də sahibkarlarla digər bazar subyektləri və əlaqədar dövlət strukturları arasında meydana çıxan münasibətlər sistemində göstərir.

Sahibkarlığın funksiyaları

Sahibkarlığın mahiyyətinin geniş aspektdə başa düşülməsi həm də onun funksiyalarına nəzər salınmasını tələb edir. Bu sahəyə dair ədəbiyyatlarla tanışlıq göstərir ki, sahibkarlıq fəaliyyəti prosesində aşağıdakı funksiyalar icra olunur: ümumi iqtisadi funksiya; resurs funksiyası; yaradıcılıq-axtarış funksiyası; sosial funksiya; təşkilati funksiya.

Ümumi iqtisadi funksiya sahibkarların məhsul istehsal etmələri (işlər yerinə yetirmələri, xidmət göstərmələri) və həmin məhsulları konkret istehlakçılara – ev təsərrüfatlarına, başqa sahibkarlıq strukturlarına, dövlət orqanlarına və s. çatdırmada özünü bürüzə verir. Bununla yanaşı, onu da qeyd etmək ki, sahibkarlıq fəaliyyəti onun subyektləri tərəfindən bütün bazar iqtisadiyyatının qanunlarının (tələb və təklif, rəqabət, dəyər və s.) təsiri altında həyata keçirilir. Sahibkarlıq fəaliyyətinə bu qanunların təsiri sözügedən fəaliyyətin iqtisadi funksiyasının icra olunması prosesində özünü göstərir. Sahibkarlığın davamlı inkişafı ölkədə iqtisadi artımın, məcmu daxili məhsulun və milli gəlirin həlledici amili kimi çıxış edir ki, bu da özünü yenə də sahibkarlığın ümumi iqtisadi funksiyası vasitəsilə bürüzə verir.

Sahibkarlığın ən mühüm funksiyalarından biri resurs funksiyasıdır. Sahibkarlığın fəaliyyətinin inkişafı həm geniş təkrar istehsal olunan, həm də istehsal olunmayan və yaxud başqa sözlə desək, cəmiyyətdə olan məhdud resursların səmərəli istifadəsini tələb edir. Burada onu da qeyd etmək ki, resurs dedikdə istehsal prosesində istifadə olunan bütün maddi və qeyri-maddi amillər nəzərdə tutulur. Əlbəttə ki, sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsində sözün geniş mənasında əmək resursları, torpaq və təbii resurslar, sahibkarın bir yaradıcı şəxs kimi istedadı, həmçinin, elmi nailiyyətlər daha böyük rola malikdir. Əgər sürətlə dəyişən bazar mühiti şəraitində sahibkar müvəffəqiyyətlə və səmərəli fəaliyyət göstərmək istəyirsə, onda o, elmi-texniki ideyaları generasiya etməyi bacarmalı və fəaliyyət göstərdiyi sahədə yeniliklərin tətbiqinin təşəbbüskarını kimi çıxış etməlidir. Bütün bunlarla yanaşı, sahibkar kəskin rəqabət mübarizəsi şəraitində öz mövqeyini qoruyub saxlamaq və daha da yaxşılaşdırmaq istəyirsə, istehsal prosesinə yüksək ixtisaslı kadrları cəlb etməli və sərəncamında olan bütün resurslardan səmərəli istifadə etməlidir.

Sahibkarlığın ən mühüm funksiyalarından biri yaradıcılıq - axtarış və yaxud başqa sözlə desək,

innovasiyalılıq funksiyasıdır. Aqrar-sənaye kompleksinin ayrı-ayrı sahələrində fəaliyyət göstərən sahibkarlıq strukturlarının bazar fəaliyyətlərini davam etdirmələri onların innovasiyalılıq funksiyasının icra olunmasından bilavasitə asılıdır. Əvvəldə qeyd etdiyimiz kimi, dəyişən bazar mühiti şəraitində istehlakçının diqqətini cəlb edən və müəyyən dəyərə malik nəyinsə bazara təklif olunması sahibkarın həmişə axtarışda olmasını və onun öz fəaliyyətinin təşkili və genişləndirilməsi baxımından yaradıcı işlərlə məşğul olmasını tələb edir. Sahibkarlığın bu funksiyası onun başqa funksiyaları ilə güclü surətdə əlaqədardır və sahibkarlıq fəaliyyətinin subyektinin iqtisadi azadlığı ilə şərtlənir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində sahibkarlıq həm də sosial funksiya yerinə yetirir. Sahibkarlığın bu funksiyası hər bir iş qabiliyyəti olan fərdin mülkiyyətçiyə çevrilməsini, onun özünün fərdi istedadını və imkanlarını nümayiş etdirməyi nəzərdə tutur. Göstərilən xarakteristikalara malik fərdlərin və yaxud insanların formalaşması, əslində, işgüzar təşəbbüslərlə çıxış edən yeni insanlar təbəqəsinin meydana gəlməsinə - sahibkarlar sinfinin formalaşmasına gətirib çıxarır. Bu sinif cəmiyyətin sosial-iqtisadi dayaqlarının daha da möhkəmlənməsində mühüm rola malik olur və ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyinin təmin olunmasında əvəzsiz rol oynayır.

Sahibkarlıq strukturları nə qədər səmərəli fəaliyyət göstərirərsə, onlar tərəfindən dövlət büdcəsinə və büdcədənənar sosial fondlara ödəmələr də daha çox olur. Bu strukturların inkişafı cəmiyyətdə olan işsizliyin qarşısını alır, iş yerlərinin çoxalmasına və maddəli işçilərin sosial vəziyyətinin daha da yaxşılaşmasına gətirib çıxarır. Bu özünü Azərbaycanın aqrar-sənaye sisteminə fəaliyyət göstərən sahibkarlıq strukturlarının timsalında da büruzə verir. Belə ki, istər aqrar sahədə fəaliyyət göstərən fərdi sahibkar təsərrüfatlarında, istərsə də qida sənayesində fəaliyyətdə olan sahibkarlıq strukturlarında çalışan maddəli işçilərin sayı ilbəil artır və onların vəziyyəti əvvəlki illərlə müqayisədə daha da yaxşılaşır.

Sahibkarlığın ən mühüm funksiyalarından biri təşkilati funksiyadır. İstənilən sahibkarlıq strukturlarının təşkili və idarə olunması bu funksiyayı icra etmədən qeyri-mümkündür. Çoxsaylı sahibkarlıq strukturları öz işgüzar fəaliyyətlərini təşkil etmək, istehsal-satış fəaliyyətlərinə dair əsaslandırılmış qərar qəbul etməkdən ötrü çoxsaylı təşkilati xarakterli qərarlar qəbul etməli olurlar. Məsələn, sahibkarlıq strukturlarının fəaliyyətlərinin diversifikasiyasına, yeni bölüşdürmə və satış kanallarının təşkilinə, yeni strategiyaların işlənilib hazırlanmasına və s. dair qəbul olunan qərarlar həm də daha çox təşkilati xarakterlidir. Bu sadalanan məsələlər sahibkarlıq strukturlarında marketinqin təşkili ilə bağlıdır. Sahibkarlıq strukturlarında marketinqin təşkilinə nail olmadan həmin strukturların özünün normal idarə olunmasından söhbət gedə bilməz. “Bazar iqtisadiyyatının inkişaf etdiyi ölkələrdə marketinqə istehlakçı tələbi üzrə bilgilərə əsaslanmaqla müəssisənin istehsal və bazar üzrə strategiyasını müəyyən edən idarəetmənin aparıcı funksiyası kimi baxılır” [3, s. 333].

Müəssisənin özünün təşkilati strukturunun formalaşdırılması və müəssisədaxili və müəssisədənənar amillər nəzərə alınmaqla sözügedən strukturun dəyişdirilməsi də təşkilati xarakterli düzgün qərarların qəbul olunmasını tələb edir.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin yuxarıda sadalanan funksiyaları onun mahiyyətini, demək olar ki, bütün aspektlərdən və hərtərəfli surətdə açmağa imkan verir. Bu funksiyaların özlərinin icra olunması isə sahibkarlıq subyektlərindən asılıdır. Məhz göstərilən funksiyaların icra olunması sayəsində sahibkarlıq strukturlarının sərəncamında olan istehsal amillərinin bu və ya digər məhsulun istehsalı üçün əlverişli şəkildə əlaqələndirilməsinə və yaxud kombinasiyasına nail olunur.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin məzmununun zənginləşməsində sahibkarlıq strukturlarının yerinə yetirdiyi funksiyaların dəqiqləşdirilməsində fransız iqtisadçısı A.Marşall (1907-1968) və Amerika iqtisadçısı C.Klark da çox böyük əhəmiyyətə malik işlər görmüşlər. A.Marşall ilk dəfə olaraq sosial-iqtisadi sistemin inkişafında sahibkarlıq strukturlarının rolunu və əhəmiyyətini açıqlamış, C.B.Klark isə J.B.Seyin sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üçün tələb olunan istehsalın üç klassik amilinə (torpaq, əmək, kapital) dördüncü amili - sahibkarlıq fəaliyyətini və yaxud baş-

qa sözlə desək, sahibkarın istedadını əlavə etmişdir. Müasir dövrdə sahibkarlıq fəaliyyətinin elmi-nəzəri və təcrübi məsələləri ilə məşğul olan iqtisadçıların böyük əksəriyyəti sahibkarın istedadını və yaxıd onun məharətini də istehsal prosesində sadalanan üç amildən savayı dördüncü amil kimi nəzərdən keçirir. Bizim fikrimizcə, mürəkkəb sahibkarlıq mühiti şəraitində sahibkarlıq strukturlarının dinamikliyini məhz həmin strukturların işini təşkil edən sahibkar məharəti hesabına təmin etmək olar. Ona görə, əlbəttə, sahibkar yaradıcı olmalı və özünün sözügedən bu xüsusiyyətini daim təkmilləşdirməlidir.

Nobel mükafatı laureatı məşhur ingilis iqtisadçısı F.A.Xayek sahibkarlığın mahiyyətini fəaliyyət növü kimi deyil, davranış xarakteristikası kimi səciyyələndirmişdir. O, sahibkarlığın mahiyyətinə yeni iqtisadi imkanların axtarılması və öyrənilməsi və bununla əlaqədar olaraq davranış xarakteristikası kimi baxmışdır. Bizim fikrimizcə, sahibkarlıq fəaliyyətində innovasiyalılıq prinsipinə riayət olunması məhz sahibkarın özünün davranışından və bilik və bacarığının (kompetentliyinin) təkmilləşdirilməsindən asılıdır. Göründüyü kimi, sahibkarlıq fəaliyyəti bir anlayış kimi özünün çoxçalarlılığı ilə seçilir. Bu anlayışın məzmununun dərinləşdirilməsində ayrı-ayrı iqtisadçılar çox böyük rol oynamışlar və bu zaman onlar öz fikirlərini onlardan qabaq sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında araşdırmalarla məşğul olmuş iqtisadçıların fikirlərinin müəyyən mənada davamı kimi zənginləşdirmişlər.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin məzmunu və bu fəaliyyət növünə xas olan xüsusiyyətlər haqqında Azərbaycanın iqtisadçı alimləri də dəyərli fikirlər söyləmişlər. İqtisadçı alimlərimizdən T.Vəliyev və N.Məmmədov işləyib hazırladıqları "İzahlı iqtisadi terminlər" kitabında sahibkarlıq anlayışının məzmununu sahibkarın gəlir (qazanc) əldə etməsi naminə risk edərək bütün əmlakın cavabdehliyini və məsuliyyətini öz üzərinə götürən adamın (sahibkarın) işgüzar iqtisadi fəaliyyəti kimi səciyyələndirmişlər. Lakin onlar sahibkarı riskə getməyi bacaran şəxs kimi xarakterizə edir, onun təşəbbüskarlığı və yenilikçiliyi haqqında fikir söyləmişlər. Bizim fikrimizcə, sahibkarlıq fəaliyyətinin məzmununun açılmasında sahibkarın yenilikçilik xüsusiyyəti mütləq vurğulanmalıdır. Belə ki, bazar iqtisadiyyatı şəraiti dinamik bir şəraitdir və sözügedən mühitdə sahibkarlıq strukturları öz istehlakçılarının sayını artırmaq və onları qoruyub saxlamaq üçün daim yeniliyə meyl etməlidirlər.

Nəticə

Aparılan araşdırmalar və tədqiqatlar göstərir ki, aqrar sənaye sferasında sahibkarlıq fəaliyyətinin proses kimi nəzərdən keçirilməsi daha məqsədemüvafiqdir. Sahibkar mənfəət əldə etmək üçün riskə gedən yaradıcı və təşəbbüskar şəxs kimi özünü göstərdiyindən, o, qarşısına qoyduğu məqsədə çatmaq üçün fəaliyyətinin ayrı-ayrı aspektləri üzrə hansı mərhələlərdən keçməli olduğunu dəqiq müəyyənləşdirməlidir. Deməli, sahibkarlıq fəaliyyəti proses kimi nəzərdən keçirilməli, planlaşdırılmalı və həyata keçirilməlidir.

Ədəbiyyat

1. Кэмпбелл Р. Макконнелл, Стенли Л.Брю. Экономикс. I часть. Баку. Издательство: "Азербайджан", 1992, 399 с.
2. Кэмпбелл Р. Макконнелл, Стенли Л.Брю. Экономикс. II часть. Баку. Издательство: "Азербайджан", 1992, 400 с.
3. Курс предпринимательства / Под редакцией проф. В.Я.Горфинкеля, проф. В.А.Швандра. Москва: "Финансы", Издательское объединения и ЮНИТИ, 1997. - 432 с.72.
4. Серова Е.В. Аграрная экономика. Москва, 1999. – 476 с.
5. Лапуста М.Г., Поршнева А.Г., Старостин Ю.Л., Скамай Л.Г. Предпринимательство. Учебник. Москва: ИНФРА – М., 2004. – 532 с.
6. Хоскинг А. Курс предпринимательства. М., 1993, с. 76.

Afat Adil kızı Guliyeva

**Концепции повышения конкурентоспособных структур
предпринимательской деятельности**

Резюме

В данной статье исследовано влияние условия приобретения прибыли в условиях соперничества в структуре предпринимательства, также методы нейтрализации этих сил. Статья также проясняет характеристику стратегии по реализации для изучения и сохранения в конкуренции предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: рыночные отношения; структуры предпринимательства; риск; конкуренция; устойчивое развитие; стратегия; рынок; дифференциация производства; лидерство по расходам.

Afat Adil Guliyeva

The conceptions of the raising the struggles of the ownership structures

Summary

In this article the affecting to the possibilities which gets a profit in the conditions of the struggle competition of the ownership structure is investigated and the neutralizing of these forces were proposed. The structures and their characteristic features which could be realized were explained in order to preserve and improve the position of the ownership structures in the struggle competition.

Keywords: market relations, ownership structures, risk, struggle, sustainable development, strategy, market nest, differences of products, leadership in expenses.

UOT 334.7

Röya Nəsimi qızı NƏSİBOVA
Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti

İNTELLEKTUAL MÜLKİYYƏT VƏ VENÇUR KAPİTALININ QARŞILIQLI ƏLAQƏSİ. AZƏRBAYCANDA İNTELLEKTUAL MÜLKİYYƏT VƏ VENÇUR SAHİBKARLIĞI

Xülasə

Yeni yaranan vençurların uğur qazanması faktorlarının müəyyən edilməsi olduqca mürəkkəb məsələlərdəndir. Texnologiyanın iqtisadi artım və səmərəliliyin zəmanətçisinə çevrildiyi bir zamanda intellektual mülkiyyət texnologiya əsaslı vençurların yaranması üçün tələb olunan kapitalın cəlb olunması baxımından olduqca böyük əhəmiyyətə malikdir. Ümumiyyətlə, intellektual kapital sistemindən istifadə rəqabət, stabillik və investisiya riskinin minimuma endirilməsi üçün güclü alət hesab olunur. Bu baxımdan məqalədə intellektual mülkiyyətin vençur biznesilə qarşılıqlı əlaqəsi araşdırılır və qeyri-maddi aktivlərin yeni kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin fəaliyyətinə təsiri təhlil olunur.

Açar sözlər: İntellektual mülkiyyət, vençur sahibkarlığı, patent.

Giriş

Yeni vençurların uğur qazanması üçün tələb olunan mühüm amillərdən biri də intellektual mülkiyyətdir. İntellektual kapitalın bu tip kompaniyalara təsirinin öyrənilməsi mühüm məsələlərdəndir. Ümumiyyətlə, xüsusən inkişaf etmiş ölkələrdə vençur sahibkarlığı kiçik sahibkarlığın vacib ünsürü kimi daha çox tədqiq olunan obyekt hesab olunur. Bu, əsasən bu sahənin yeni iş yerlərinin yaradılmasında prinsipial mexanizm olması və ölkələrin iqtisadiyyatının çiçəklənməsinin təkanverici qüvvəsi kimi çıxış etməsilə bağlıdır. Bununla belə, qeyd edilməlidir ki, yeni biznesə başlama olduqca mürəkkəb proses olub müxtəlik mülkiyyət amillərinin cəlbini və müxtəlif təşəbbüsləri nəzərdə tutur. Məlumdur ki, hər hansı yeni ideya ilə çıxış edən, onu insan kapitalı-intellektual mülkiyyətin bir məhsulu hesab edən və onu gerçəkləşdirməyə çalışan kəsə sahibkar deyilir. İdeya isə yalnız müəyyən sahibkarın şəxsi vəsaitə malik olduğu halda onun özü tərəfindən reallaşdırıla bilər. Əks halda ideyanı dəstəkləyəcək partnyor axtarışına çıxmaq lazım gəlir. Lakin bu halda ideya sahibi çox zaman itirə bilər. Belə ki, sahibkar öz ideyasının başqaları tərəfindən mənimsənilərək, artıq ona ehtiyac olmayacağından çəkinir. Buradan isə belə nəticəyə gəlmək mümkündür ki, sahibkarlıq fəaliyyəti həmişə qoyulmuş kapitalın itirilməsi riski ilə əlaqədardır. Buna görə də, sahibkarın yaratdığı məhsula - onun intellektual mülkiyyətinə olan hüquqlarına təminatın verilməsi olduqca mühüm məsələlərdəndir. Bu məqalədə intellektual mülkiyyət, vençur sahibkarlığı və intellektual mülkiyyətin qarşılıqlı əlaqəsi, o cümlədən, intellektual mülkiyyətin vençur müəssisələrin fəaliyyətinə təsiri araşdırılır.

İntellektual mülkiyyət və vençur kapitalının qarşılıqlı əlaqəsi

Ümumiyyətlə, "intellektual mülkiyyət" dedikdə, insanın (və ya insan qrupunun) intellektual fəaliyyət prosesində yaratdığı hər şey başa düşülür. İntellektual mülkiyyət yaradıcılıq fəaliyyəti olub hər hansı sahəvi, təşkilati, peşəkar və digər çərçivələrlə məhdudlaşmır. Məsələn, sənayedə buraxılan məhsulun xarici görünüşü, yəni sənaye nümunəsi və ya məhsulun qablaşdırılması həm təmiz bədii fikir, həm də texniki estetikanın əlamətlərini özündə əks etdirir, burada o həm sənaye nümunəsi və/və ya əmtəə nişanı ola bilər. Bütün bunlar öz əsasına görə İM obyektidir, lakin onların arasında müəllif hüquqları obyektləri (ədəbiyyat, musiqi, incəsənət, elm və memarlıq əsərləri) və

sənaye mülkiyyəti obyektlərini seçirlər. Sənaye mülkiyyəti obyektlərinə aşağıdakılar aiddir:

- ixtiralar (üsullar, qurğular, maddələr, mikroorqanizm ştamlları, bitki və heyvan hüceyrələri, eləcə də adı çəkilmiş obyektlərin yeni təyinat üzrə tətbiqi);
- faydalı modellər (qurğular və onların hissələri, eləcə də onların yeni təyinat üzrə tətbiqi);
- sənaye nümunələri (məmulatın xarici görünüşünün bədii-konstruktor icrası);
- əmtəə nişanları (sözlər, adlar, hərflər, rəqəmlər, rəsm elementləri, qablaşdırma forması, şəkil və ya malın rəngi və bu elementlərin istənilən variantda uyğunlaşdırılması) [1].

İntellektual kapital həm də istehlakçı ilə partnyorlar arasındakı əlaqə, innovasiya cəhdləri, firmanın infrastrukturunu, təşkilat üzvlərinin bilik və bacarıqları kimi izah oluna bilər. İntellektual kapital özündə gələcək mənfəəti, ideyanı, ixtiraları, texnologiyaları, layihələndirməni, prosesual və informatik proqramları ehtiva edir. O, toxunulmazdır və sadəcə firma üçün qazanc gətirir. Bir sözlə, intellektual mülkiyyət heç bir fiziki və ya maddi forması olmayan, lakin gələcəkdə dəyər qazana bilən vəsaitdir.

Ümumiyyətlə, iqtisadi ədəbiyyatlara müraciət edərkən, 20-ci əsrin sonlarından başlayaraq firmalarda intellektual kapitalın önəminin daha da artdığını şahidi oluruq. Tədqiqatçılar hesab edirlər ki, rəqabətqabiliyyətlilik axtarışında olan hər bir vençur firmasının yaşaması üçün intellektual mülkiyyət daha məqsəduyğun kapitaldır. İntellektual kapital konsepsiyası ilk dəfə 1969-cu ildə Con Kenneth Galbraith tərəfindən Michael Kaleckiyə olan məktubda qeyd olunub. Lakin konsepsiya 1991-ci ildən başlayaraq Tom Stewart tərəfindən “Fortune Magazine” jurnalında onun “Brainpower: How intellectual capital is becoming America’s most valuable asset-Beyngücü (İntellektual mülkiyyət): İntellektual mülkiyyət Amerikanın ən dəyərli kapitalına necə çevrilir” adlı məqaləsi çap olunduqdan sonra məşhurlaşmağa başladı [4, səh. 356-364].

Son 10-15 il ərzində strateji menecment ədəbiyyatında əsas etibarlı ilə intellektual mülkiyyətin vençur sənayesində biznesin əsas rəqabətqabiliyyətlilik amili olduğu ön plana çəkilir. Bu baxımdan Thornhill və Gellatly [2] kimi tədqiqatçılar da intellektual mülkiyyəti vençur sahibkarlığının inkişafında mühüm amil hesab edirlər. Lakin aparılan tədqiqatlardan da məlum olur ki, hətta vençur sənayesinin inkişaf etdiyi ölkələrdə belə yaranan startapların heç də hamısı intellektual mülkiyyətin mahiyyətini anlamır və ya onlardan düzgün istifadə etmək qabiliyyətində deyillər. Bunu nəzərə alaraq, Azərbaycan iqtisadiyyatında vençur biznesinin prioritet inkişafına dəstək məqsədilə əcnəbi ədəbiyyatlarda rast gəlinən intellektual kapitalın növlərinə də nəzər salmaq. Bunlar əsas etibarlı ilə 3-dür: insan kapitalı, struktur kapital və nisbi kapital [3].

İnsan kapitalı. Bu, çoxları tərəfindən elmtutumlu iqtisadiyyatdakı firmalar üçün fundamental rolunu alan ən əsas qeyri-maddi resurs və intellektual kapitalın digər iki növü- struktur və nisbi kapital üçün baza hesab olunur. İnsan kapitalı, bir sözlə, firma üçün innovasiya və ideyaların yaranması baxımından böyük potensial rolunu oynayır. Qeyri-maddi resursun firma üçün əsas aspektləri:

- *Sahibkarın bilik və bacarığı.* Yeni vençurlarda bilik, xüsusən də sahibkarın qabiliyyəti firmanın əsas inkişaf amili kimi görülür. Bununla belə, firma üçün zəruri olan know-how-nun spesifik mənbələrini müəyyənləşdirmək və firmanı idarə etmək olduqca çətin məsələdir. Bu baxımdan belə hesab olunur ki, sahibkarın biliyi nə qədər çox olsa, firmanın ilk fəaliyyət illərində uğur qazanma imkanı bir o qədər yüksək olacaqdır.

- *Sahibkarın motivasiyası.* Sahibkarı biznes fəaliyyətinə vadar edən motiv ya əlavə dəyər yarada bilər və ya firmaya mənfəəti təsir göstərə bilər. Bu baxımdan Gatewood, Van Praag, Cramer, Pena, Collins-Dodd kimi bir çox müəlliflərin əsərlərində motivasiyanın firmanın uğuruna və təşkilati prosesə təsiri öyrənilir. Belə nəticəyə gəlinir ki, sahibkarın öz biznesini yaratmaq üçün xarici motivasiyası nə qədər güclü olarsa, firmanın fəaliyyətinin ilk illərində uğur qazanma ehtimalı bir o qədər aşağı olacaqdır.

- *Sahibkarın öhdəliyi və qərarvermə qabiliyyəti.* Sahibkarın işə can yandırması ilə biznesin uğur

qazanma səviyyəsi arasında müsbət əlaqə vardır. Belə ki, ağır iş rejimi, həmçinin, məsuliyyətlik və qərar qəbulunda qətiyyət yeni vençurların əsas inkişaf amillərindəndir. Yəni, sahibkarın vençurla bağlı öhdəliyi nə qədər yüksək olarsa, müəssisənin ilk illərdə uğur qazanma şansı da bir o qədər yüksək olar. Həmçinin, qətiyyətlik nə qədər yüksək olarsa, biznesin uğur qazanma gözləntisi də yüksək olacaqdır.

- *Sahibkarın sosial qabiliyyəti*. Yeni vençur yaratmaq üçün sahibkar hər şeydən əvvəl sosial adaptasiyaya hazırlılıq istedadına malik olmalı, o cümlədən, insanların müxtəlif xarakterli, məqsədli və motivli olmalarını anlamalıdır. Sahibkarın sosial adaptasiya bacarığı nə qədər yüksək olarsa, müəssisənin uğur qazanması da gözləniləndir. O cümlədən, sahibkar nə qədər anlayışlı olarsa, müəssisə də uğurla üzləşəcəkdir.

- *Menecment komandası arasında qarşılıqlı əlaqə*. Komanda üzvləri arasındakı sağlam münasibətlər firmanın əsas uğur qazanma amillərindəndir. Üzvlər arasındakı əlaqələr nə qədər yaxşı olarsa, firmanın uğuru da bir o qədər yaxşı olar.

Struktur kapital. İntellektual kapitalın ikinci növü struktur kapitaldır ki, bu bilavasitə firmanın mülkiyyəti olub müəssisənin bütün növ mədəniyyət və ya daxili proseslərdən tutmuş informasiya sistemi və məlumat bazasınadək qeyri-insan resurslarını ehtiva edir. Struktur kapital təşkilatın daxili resurslarını təşkil edən mülkiyyət adlandırılmaqla buraya patentlər, fəaliyyət strukturları, administrativ və informasiya quruluşu, mədəni mühit və təşkilati mühit daxildir. Yeni vençurlarda bu tip kapitalın qiymətləndirilməsi çox mürəkkəbdir, hər şeydən əvvəl ona görə ki, onlar qısa müddət ərzində hələ möhkəmlənməyiblər və müəssisə onların biliyə çevrilmə prosesini mənimsəməyibdir. Buna görə də, intellektual kapitalın əsas təməl xüsusiyyəti onun insan və nisbi kapital kimi ünsürlərinin təşkilati struktura və proseslərə daxil olan biliyə çevrilməsi və firmanın mülkiyyət xüsusiyyətini almasıdır. Beləliklə də, yeni vençurlarda struktur kapitalı təşkil edən vəsaitin dəyəri nə qədər yüksək olarsa, müəssisənin ilk fəaliyyət illərində uğur ehtimalı bir o qədər yüksək olar.

- *Qayda (Routines)*. Firmada gündəlik fəaliyyəti müəyyənləşdirən qaydalara nə qədər çox önəm verilsə, biznesin bir o qədər uğurlu olması gözləniləndir.

- *İnnovasiya*. İnnovasiyadan danışarkən, mütləq yeni məhsul və ya xidmət yada düşür. Belə ki, yeni vençurlar çox hallarda yeniliklə biznes arenasına daxil olurlar. Yeni məhsulla yanaşı, yeni texnologiyanın birləşməsi də vençurlar üçün olduqca əhəmiyyətlidir. Yəni təşkilatda innovasiya nə qədər yüksəkdirsə, onun uğuru da qaçılmazdır.

- *İstehsalatda məhsul və xidmətin effektivliyi*. Səmərəlilik və effektivlik intellektual kapitalda mühüm amillərdəndir. Məhsul-xidmət yaratma prosesinin effektivliyi nə qədər yüksək olarsa, təşkilatın uğur qazanma şansı da bir o qədər yüksək olar.

- *Mədəni aspekt*. Kannan və Aulbur hesab edirdilər ki, [5] təşkilati mədəniyyətin təhlili təşkilatda intellektual kapitalın mənimsənilməsi baxımından olduqca mühüm məsələdir. Əsas etibarlı ilə təşkilati mədəniyyətin 3 əsas formalaşma mənbəyi vardır: (1) inam, firma təsisçisinin dəyər və gümanları; (2) təşkilat üzvlərinin qazanılmış təcrübələri və (3) yeni liderlər və üzvlər tərəfindən təşkilata təqdim olunan güman və dəyərlər. Yeni yaranmış firmada işçilərin fəal iştirakı, asan uyğunlaşması, daxili qarşılıqlı əlaqənin möhkəmliyi nə qədər yüksək olarsa, təşkilatın uğurlu olması da bir o qədər gözləniləndir.

Nisbi kapital. Nisbi kapital anlayışı müəssisənin qeyri-təcrid sistemi ideyasına əsaslanır. Bu tip kapital təşkilatların mühitə uyğun olaraq bütün istehlakçılar, təchizatçılar və səhmdarların (daxili və xarici olmaqla) hamısı ilə əlaqəli olmağını tələb edir. Məsələn, tədqiqatçı Sveiby bu əlaqələrə istehlakçılar, təchizatçılarla yanaşı, məhsulun adı, qeydiyyat nişanı, məşhurluğu və imicinin də aid olduğunu və bununla belə, bu tip mülkiyyətə sərmayə etməyin etibarlı olmadığını qeyd edirdi; məsələn, firmanın imicinin möhkəmləndirilməsi üçün sərmayə yatırımının uğurlu olacağını demək çətinidir [6, s. 348 – 360]. Beləliklə, təşkilatın nisbi kapitalını əmələ gətirən aktivlərin dəyəri nə qədər yüksək olarsa, təşkilatın uğur qazanma ehtimalı da yüksək olar.

- *Qeyri-formal şəbəkələrdən müdafiə.* Sahibkar qeyri-rəsmi şəbəkələrdən nə qədər yüksək səviyyədə dəstək görərsə, onun müəssisəsinin uğuru da qaçılmaz olacaqdır.

- *Reputasiya.* Təşkilatın şöhrəti nə qədər yüksəkdirsə, onun uğuru da yüksəkdir.

- *Konnektivlik.* Digər çoxsaylı firmalarla qarşılıqlı əlaqəlilik yeni biliyin, məlumatın əldə edilməsi, yeni bazarların mənimsənilməsində müstəsna əhəmiyyətə malidir. Təşkilatın konnektivliyi nə qədər yüksək olarsa, uğuru da bir o qədər gözlənilən olar.

- *Əlyətənlilik, tədarükçünün profili* də təşkilatın uğur qazanması üçün mühüm amillərdəndir.

Azərbaycanda intellektual mülkiyyət və vençur sahibkarlığı.

Azad bazar prinsipləri, o cümlədən, kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı prioritet hesab edilən hər bir ölkədə intellektual fəaliyyətin tənzimlənməsi üçün müvafiq normativ-qanunverici baza yaradılır. Dünyada inkişaf tempri, o cümlədən, beynəlxalq əmtəə bazarı (intellektual məhsul da əmtəədir) bu məsələlərin dövlətlərarası tənzimləmə mexanizmlərinin yaradılmasını zəruri etdi ki, nəticədə 1967-ci ildə beynəlxalq təşkilat ÜİMT - Ümumdünya İntellektual Mülkiyyət Təşkilatı (WIPO - The World Intellectual Property Organization) yaradıldı. ÜİMT –nin əsas məqsədi balanslı və effektiv beynəlxalq intellektual mülkiyyət sistemi vasitəsilə dünya üzrə bütün ölkə iqtisadiyyatlarında innovasiya və yaradıcı layihələri dəstəkləmək, o cümlədən, ölkələrin sosial və mədəni inkişafına töhfə verməkdən ibarətdir. Təşkilatın 186 üzvü var və Azərbaycan da bu təşkilatın üzvüdür. Respublikada azad bazara keçiddən sonra iqtisadiyyat, elm və istehsalın sərbəst inkişafına start verilmiş, təbii olaraq mədəni dəyərlərin qorunmasına başlanılmışdır. Bu baxımdan ölkədə:

- 1996-cı ildə “Müəlliflik hüququ və əlaqəli hüquqlar haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu;

- 1997-ci ildə “Patent haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu;

- 1998-ci ildə “Əmtəə nişanları və coğrafi göstəricilər haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu;

- “Əqli mülkiyyət hüquqlarının təminatı və piratçılığa qarşı mübarizə haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu (11.07.2012);

- "Əmtəə nişanları və coğrafi göstəricilər haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanununda dəyişikliklər edilməsi barədə Azərbaycan Respublikasının Qanunu (11.07.2012)

- "Patent haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanununda dəyişikliklər edilməsi barədə Azərbaycan Respublikasının Qanunu (11.07.2012) və s. qəbul olunmuşdur.

Bununla yanaşı, intellektual mülkiyyət hüquqları bilvasitə olaraq, başqa qanunvericilik aktlarına da daxil edilmişdir. Məsələn, patent-lisenziya hüquqlarının, əmtəə nişanları, firma adları, hazır məhsul, onun xarici görünüşü və qablaşdırılması sahiblərinin hüquqlarının pozulması haqqında Azərbaycan Respublikasının “Haqsız rəqabət haqqında” Qanununda qeyd olunur. AR “Antiinhisar fəaliyyət haqqında” Qanununda isə konkret olaraq göstərilir ki, öz məhsuluna inhisarın yeganə şərti patentin təsiri müddətində patent sahibində ola bilər, Azərbaycanda isə bu müddət ixtiralar üçün 20 ilə, faydalı modellər və sənaye nümunələri üçün 10 ilə bərabərdir. Bu, qanuna əsasən inhisarçı olmaq imkanı üçün yetərinə uzun müddətdir.

Əmtəə nişanlarına gəldikdə isə, burada şəhadətnamənin təsir müddəti əməli olaraq qeyri-məhdududur, belə ki, əmtəə nişanına 10 il müddətinə şəhadətnamə verərkən qanun bunun nişan sahibi üçün zəruri olduğu halda onu hər dəfə 10 il uzatmağı nəzərdə tutur. Bu müdafiə variantı ən sadə, etibarlı və uzunmüddətli variantlardan biridir və şəhadətnamə ilə təsdiqlənir. Bu növ müdafiənin məziyyəti elan edilmiş işarələrin ekspertizasını keçirən uyğun dövlət orqanı tərəfindən təsdiqlənən hüquqların müstəsnalığıdır. Burada dövlət orqanı müxtəlif şəxslərə eyni bir mal və ya xidmətə müstəsna hüquqlar əldə etməyə imkan verməyəcək. Lakin həmişə onu nəzərdə saxlamaq lazımdır ki, hüquqlar öz nişanının qeydiyyatdan keçməsi üçün ərizəni tez verənə çatacaq.

Təbii ki, malının keyfiyyətinə əmin olan, mal və xidmətlər bazarında öz yerini tutmağı arzulayan sahibkar başqalarının onun patentlərini və özünün də özgə patentlərini pozmasına yol ver-

məməyə, həm də onun məhsulunu dərhal tanıdan şəxsi əmtəə nişanı əldə etməyə çalışacaq.

Ümumiyyətlə, hər kəs öz ixtira, faydalı model, sənaye nümunəsi və əmtəə nişanlarının patentləşdirilməsinə çalışacaq. Hər hansı səbəblərə görə bunu etmək mümkün olmadığı və ya bunun iqtisadi cəhətdən məqsədəuyğun olmadığı, bazarın isə bu məhsula tələbatının həyatqabiliyyətli qaldığı halda lisenziyaların verilməsi və/və ya əmtəə nişanlarına olan hüquqların kiməsə güzəştə gedilməsi haqda danışıqlar başlanacaq. Patentləşdirmədə sahibinə növbəti patentlə qabaqlananlar sırasında olmaq əvəzində ayrılmış müddət ərzində inhisarçı olmaq imkanı verən həcmdə hüquqları düzgün seçmək, təsvir etmək və hüquqi cəhətdən təsbit etmək qabiliyyətinin yeri həmişə var. Həm də öz əmtəə nişanının təkrarlanması və ya şəklinin dəyişdirilməsinə daim nəzarət etmək lazımdır, belə ki, bu, mal və xidmətlər bazarında öz yerinin itirilməsinə gətirib çıxara bilər [7].

Hər hansı ideyası və ya kommersiya dəyəri olan, lakin müdafiə qabiliyyəti olmayan və ya hüquqi müdafiənin arzu edilməz olduğu halda hansısa obyekt haqqında bilikləri olan sahibkarların və mütəxəssislərin maraqlarının müdafiəsində başqa çətinliklər də var. Bu halda Nou-hauya ("Know-how" ingilis sözündən "Necə etməyi bilmək") patentsiz lisenziyaların verilməsi təcrübəsi qüvvəyə minir. Bu lisenziyalar hər-hansı bir proses və ya məmulat haqqında biliklərin ötürülməsini nəzərdə tutur. Onlar patent lisenziyalarının verildiyi və ya patent və ya əmtəə nişanlarına olan hüquqların ötürüldüyü halda çox vaxt müşayiətedici olurlar.

İqtisadiyyatı inkişaf etmiş bir çox ölkələrdə bu gün geniş yayılmış qarışıq lisenziya növlərindən biri fransayzinqdir [8]. Bu işgüzar əməkdaşlıq formasına görə bazarda məşhur adı olan şirkət bu bazara çıxmaq istəyən sahibkarlara öz əmtəə nişanı ilə yanaşı, məhsul istehsalı və ya göstərilən xidmətlərinin texnologiyası ilə çıxmaq hüququ verir.

Bəzi qiymətləndirmələrə görə xaricdə, məsələn ABŞ-da az qala hər ikinci kiçik biznes müəssisəsi fransayzinq müqaviləsi əsasında işləyir və bu fəaliyyət forması nüfuzlu sayılır. Təbii ki, bu, bazarın bu mal və xidmətlərlə hələ tam doymadığı halda məqsədəuyğundur.

Fransayzinq əsasında işləyərkən sahibkar aşağıdakı imtiyazlar əldə edir:

1. Yoxlanılmış və genişləndirilməyə ehtiyacı olan biznes sistemi və populyar əmtəə nişanı altında işləmək imkanı olan fransayzinq (yəni fransayzinq müqaviləsi üzrə hüquq-əldə edən) yeni işin açılması ilə bağlı kommersiya riskini azaldır.

2. Fransayzi və onun əməkdaşları hüquq sahibinin müəssisələrində onun yoxlanmış metodikası üzrə hazırlıq vasitəsilə biznesin səmərəli idarə olunması ilə bağlı zəruri bilik və bacarıqlar əldə edir. Bu halda fransayzi öz problemləri ilə təkbətək qalmır, belə ki, hüquq sahibinin-fransayzerin şirkəti tərəfindən daim dəstək, o cümlədən, zəruri xammal və komplektləşdiricilərin tədarükü və təchizatı üzrə onun işlənmiş əlaqələri, fransayzerin reklam tədbirlərinin üstünlüklərindən yararlanaraq istehlak bazarında hazır yer əldə edir. Bundan başqa, banklar fransayzinq çərçivəsində işləyən müəssisələri daha həvəslə maliyyələşdirir, kredit və onun şərtləri fransayzi üçün əlçatandır, belə ki, bu fəaliyyət maliyyələşdirən instansiyalar üçün artıq aydındır və onun səmərəsini prinsipcə təzə malın səmərəsi və riskini müəyyənləşdirməkdən daha asandır [8].

Bazara yeni mal və xidmətlərin çıxarılması həmişə aktualdır. İstehlakçıların təbii olaraq artan tələbatı bunu tələb edir və bunsuz inkişaf və düzgün rəqabət mübarizəsi mümkün deyildir. Bu baxımdan patent yolu ilə yaranan istehsala qoyulan vəsaitin təhlükəsizliyini təmin etmək zərurəti vardır. Sahibkarlar öz maraqlarının müdafiəsini tək yerli şəraitdə deyil, həm də ölkə hüdudlarından kənar da təmin etmək üçün müxtəlif beynəlxalq patent təşkilatlarına ərizə verə bilərlər. Belə təşkilatlara misal olaraq aşağıdakıları qeyd etmək olar:

- Patent kooperasiyası haqqında müqavilə - PCT (Patent Cooperation Treaty) - ÜİMT nəzdində təsiri bu müqaviləyə qoşulmuş bütün dövlətlərə şamil olan ixtiralara beynəlxalq ərizələri qeydiyyatdan keçirən xidmətdir. Bu müqaviləyə 150-dən çox dövlət qoşulmuşdur, Azərbaycan da onların sırasındadır.

- Avropa patent təşkilatı - EP (European Patent) - ancaq Avropa dövlətlərinin daxil olduğu

patent idarəsidir;

- Avrasiya patent təşkilatı EAPO - EA (Eurasian Patent) - ərəzicə Avropa və Asiyada yerləşən dövlətlərin birləşdirilməsi üçün yaradılmış patent idarəsidir. Bu idarəyə Azərbaycan da daxildir.

- Nişanların beynəlxalq qeydiyyatdan keçməsi haqqında Madrid sazişi - təsiri razılığa gəlmiş bütün dövlətlərə, o cümlədən, Azərbaycana şamil olan əmtəə nişanlarına beynəlxalq ərizələrin qeydiyyatı üzrə beynəlxalq bürodur.

- Nişanların beynəlxalq qeydiyyatdan keçməsi haqqında Madrid sazişinə protokol - (Madrid protokolu) Madrid sazişinə uyğun təşkilatdır, lakin Azərbaycan bu gün ona qoşulmamışdır.

SSRİ-nin tərkibindən çıxandan sonra Azərbaycanda bir müddət dövlət patent orqanı olmayıb. O, yalnız 1993-cü ildə yaradılmış, ərizələrin qeydiyyatına isə 1994-cü ildən başlanmışdır. Bu gün xarici ərizəçilər Avrasiya patent idarəsinə ərizə verməyi daha üstün tuturlar. Belə ki, Avrasiya patenti Azərbaycanın ərazisində də qüvvədə olur. Buradan belə bir nəticə çıxarmaq olar ki, EAPO-ya daxil olarkən Azərbaycan iqtisadi cəhətdən iri valyuta daxilolmalarından məhrum oldu. Bu vəsait patent ərizələrinin hazırlanması və onların müşayiət olunması ilə məşğul olan, patentlərin bütün təsiri müddətində onları dəstəkləyən və onlarla əlaqədar başqa işləri görən (ərizələrin Azərbaycan dilinə tərcümə edilməsi, poçtla göndərmə, valyuta əməliyyatlarına görə bank xidmətləri, rabitə xidmətləri və s.) mütəxəssislərin əməyinin ödənilməsinə yönəldilirdi. Daha mürəkkəb vəziyyət Azərbaycan Madrid sazişini imzaladıqdan sonra yarandı. Azərbaycanlı ərizəçilər üçün Avrasiya ərizələrini verərkən böyük imtiyaz -rüsumların ödənilməsində 90%-li güzəşt var. Bu, Avrasiya patentlərinin alınmasına sahibkarların əksəriyyəti üçün çox cəlbədidir, belə ki, bu, yerli sahibkarlığın tək ölkə daxilində deyil, həm də ondan kənarında inkişafı deməkdir [9].

Son illər intellektual mülkiyyətdən istifadənin normativ-hüquqi bazasının yaradılması sahəsində bir sıra addımlar atılmışdır. İndi əsas məsələ intellektual mülkiyyət bazarını formalaşdırmaqdır. Bu bazarda satmaq üçün Milli Elmlər Akademiyasının kifayət qədər məhsulu vardır. Belə ki, Milli Elmlər Akademiyasında 1971-88-ci illərdə hər il 100-350 ixtiraya görə şəhadətnamə, 10-30 patent alınıb, 30-80 elmi nəticə SSRİ Elmlər Akademiyası tərəfindən mühüm elmi nailiyyət kimi qəbul olunub. Bu işlərin hamısı hazırda MEA institutlarının rəflərindədir. Bundan başqa, AMEA-da çalışan böyük kadr potensialını hər hansı layihənin həyata keçirilməsinə cəlb etmək lazımdır.

Milli Elmlər Akademiyasındakı elmi-texniki işləmələrin, yeni texnologiyaların, ixtiraların və digər elmi-texniki yeniliklərin bankının yaradılmasına başlanıb. Bu bankda kommersiya baxımından maraqlı olan 1000-ə yaxın iş barədə məlumat toplanmışdır. Elə işlər var ki, çox cüzi vəsait sərf etməklə onlardan xeyli gəlir əldə etmək mümkündür. Odur ki, ölkəmizə cəlb olunan investisiyaların bu işlərin realizasiyasına yönəldilməsi uğurlu nəticələr verə bilər və vençur kapitalının cəlb olunmasına ehtiyac vardır.

Ümumiyyətlə, vençur firmalarının yaradılması mexanizminin tətbiq edildiyi halda donor firmalardan vençur kapitalının alınmasında müsbət nəticənin əldə edilməsinə təklif olunan layihənin patent müdafiəsinin olması yetərincə təsir edir. Vençur firmalarının yaradılması ixtira və ya başqa orijinal layihə müəllifinin başlanğıc üçün lazımı vəsaitinin olmadığı, bank və ya investorlarına vəsait qoyuluşunun miqdarını və yeni işin rentabelliyini müəyyənləşdirə bilmədiyi üçün kredit vermədiyi halda yeni istiqamətlərin inkişafının ciddi və çox maraqlı yoludur (www.rorujov.az).

Nəticə

Vençur kapitalistləri, o cümlədən, potensial investorlar hər zaman ixtira, yeni ideya və innovasiyanın potensial rəqiblər və mövcud iqtisadi konyukturda qazanacağı uğur və gətirəcəyi gəlir, həmçinin, riski minimuma endirmək haqqında düşünürlər. Bu baxımdan yüksək risk və uğur qazanılacağı təqdirdə adekvat mənəfət vəd edən vençur layihəsindən maksimum fayda və minimum itkilə çıxmağın ən səmərəli yolu intellektual mülkiyyətdən istifadə ola bilər. Azərbaycan iqtisada

diyyatı üçün yüksək inkişaf və perspektivli gəlir vəd edən, ölkədə yeni formalaşmağa başlayan vençur sahibkarlığının inkişafı məqsədilə potensial investorlar və təşəbbüskarlar qrupunun həvəsləndirilməsi və sözügedən sənaye sahəsinin fundamental mövcudluğuna dəstəklərinin verilməsi üçün onların intellektual mülkiyyətin faydaları və səmərəliliyi barədə daha da maarifləndirilməsinə ehtiyac vardır.

Ədəbiyyat

1. Koalisiya-Azərbaycan İqtisadi İslahatlar uğrunda, Bakı 2003, № 6, səh-27-28.
2. Stewart Thornhill, Guy Gellatly, *International Entrepreneurship and Management Journal* 1, June 2005, Volume 1, Issue 2, pp 135-148 -Intangible Assets and Entrepreneurial Finance: The Role of Growth History and Growth Expectations-[http:// link. springer. com/ article/ 10.1007/s11365-005-1125-7](http://link.springer.com/article/10.1007/s11365-005-1125-7).
3. Esther Hormiga, Rosa M. Batista-Canino, Agustnn Sbnchez-Medina *International Entrepreneurship and Management Journal*, March 2011, Volume 7, Issue 1, pp 71-92 The role of intellectual capital in the success of new ventures -<http://link.springer.com/article/10.1007/s11365-010-0139-y>.
4. *European Management Journal* Volume 14, Issue 4, August 1996, Pages 356–364. The Epistemological Challenge: Managing Knowledge and Intellectual Capital. Developing a model for managing intellectual capital Leif Edvinsson (Vice President), Intellectual Capital at Skandia, Assurance and Financial Services, Stockholm, Sweden, Patrick Sullivan (President), Law and Economics Consulting Group Inc., California, USA-[http://dx.doi.org/10.1016/0263-2373\(96\)00022-9](http://dx.doi.org/10.1016/0263-2373(96)00022-9)How to Cite or Link Using DOIPermissions & Reprints
5. Gopika Kannan, Wilfird G.Aulbur, (2004) "Intellectual capital: Measurement effectiveness", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 5 Iss:3, pp. 389-413. <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=884030&show=abstract>
6. Steven Firer, S. Mitchell Williams, (2003) "Intellectual capital and traditional measures of corporate performance", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 4 Iss: 3, pp.348 – 360-<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?article>.
7. Koalisiya-Azərbaycan İqtisadi İslahatlar uğrunda, Bakı 2003, № 6, səh-29-30.
8. Professor James Otieno-Odek, Managing Director, Kenya Industrial Property Institute (KIPI), Nairobi. The role of intellectual property in franchising arrangements. Seminar on intellectual property and franchising for small and medium sized enterprises organized by the WIPO in cooperation with The Kenya Private Sector Alliance, January 18 and 19, 2006, page 1-7. http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sme/en/wipo_kepsa_ip_nbo_06/wipo_kepsa_ip_nbo_06_3.pdf
9. Koalisiya-Azərbaycan İqtisadi İslahatlar uğrunda, Bakı 2003, № 6, səh-30-31.
10. <http://www.wipo.int/sme/en/documents/franchising.htm>.
11. http://www.wipo.int/sme/en/documents/guides/in_good_company.html.
12. <http://www.sunzu.com/articles/franchise-intellectual-property-what-is-it-96307/>.
13. <http://www.iprhelppdesk.eu/node/1417>.
14. <http://en.wikipedia.org/wiki/Franchising>.
15. <http://www.mondaq.com/x/101956/Heart+and+Soul+of+Franchising+or+Intellectual+Property+Rights+in+Franchise+Agreements>

*Р.Н.Насибова
Азербайджанский Государственный
Экономический Университет
докторант*

**Взаимодействие интеллектуальной собственности и венчурного капитала.
Интеллектуальная собственность и венчурное предпринимательство в Азербайджане**

Резюме

Определение факторов успеха новых предприятий является очень трудной и сложной задачей. Принимая во внимание важность экономического роста и эффективности технологий, интеллектуальная собственность может считаться очень ценным фактором в привлечении капитала для создания предприятия на основе технологий. В целом, использование интеллектуального капитала, считается важным инструментом для системной конкуренции, стабильности и минимизации инвестиционных рисков. В связи с этим, данная статья исследует взаимодействие интеллектуальной собственности и венчурного предпринимательства и анализирует влияние нематериальных активов на деятельность малых и средних венчурных предприятий.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, венчурный бизнес, патент.

*R.N.Nasibova
Azerbaijan State Economic University
PhD*

**Interaction of intellectual property and venture capital. Intellectual property
and venture entrepreneurship in Azerbaijan**

Summary

Determining the factors of the new ventures success is a very difficult and challenging task. Taking into account the importance of technology in economic growth and efficiency, the intellectual property can be considered very valuable factor in attracting capital for the creation of technology-based ventures. In general, the use of intellectual capital system is considered to be a powerful tool for competition, stability and minimizing investment risk. In that respect, this paper investigates the interaction of intellectual property and venture business and analyses the influence of intangible assets to the small and medium-sized venture enterprises' activity.

Key words: intellectual property, venture business, patent.

XARİCİ İQTİSADI ƏLAQƏLƏR VƏ DÜNYA TƏCRÜBƏSİ

UOT 339.5

Şahin Əsədulla oğlu HƏBULLAYEV
t.e.n., dosent,
Azərbaycan Kooperasiya Universiteti

İDXAL-İXRAC ƏMƏLİYYATLARI VƏ XARİCİ TİCARƏT DÖVRIYYƏSİNİN İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ

Xülasə

Məqalədə, Azərbaycan iqtisadiyyatının dünya iqtisadiyyatına inteqrasiya imkanlarının artdığı, Dünya Ticarət Təşkilatı kimi nüfuzlu ümumdünya şəbəkəsinə qoşulmağa hazırlaşdığı, qloballaşmaya məruz qaldığı müasir zamanda ölkədə xarici ticarət dövriyyəsinin inkişaf istiqamətlərinin öyrənilməsi aktual məsələ kimi qarşıya qoyulmuşdur. Azərbaycan gömrüyündə aparılan idxal-ixrac əməliyyatları təhlil edilərək müəyyən nəticələrə gəlinmiş və təkliflər verilmişdir.

Açar sözlər: konsiqnasiya, illik ticarət dövriyyəsi, təsərrüfat subyektləri, malların təkrar ixracı, ixrac imkanları, xarici ticarət balansı.

Giriş

Azərbaycanın xarici bazarlara ixrac imkanları hal-hazırda daha da genişləndirilmiş, bununla bağlı müvafiq qanunvericilik bazası təkmilləşdirilmiş, ixrac mallarının istehsalı stimullaşdırılmış, ixracın infrastruktur təminatı yaxşılaşdırılmış, o cümlədən, sənaye şəhərciklərinin, potensial ixrac bazarı ölkələrində Azərbaycan ticarət evlərinin yaradılması və digər vacib istiqamətlərdə zəruri işlər aparılmışdır.

Azərbaycanda istehsal olunan məhsullar xarici ölkələrdə təşkil olunan sərgilərdə uğurla nümayiş etdirilir və böyük maraqla qarşılanır. Bu il Rusiyanın Moskva, Almaniyanın Berlin, Fransanın Leql, Belçikanın Brüssel, Özbəkistanın Daşkənd və s. şəhərlərində keçirilmiş sərgilərdə ölkəmiz geniş çeşidli məhsullarla təmsil olunmuşdur. Göründüyü kimi, Azərbaycan regional əməkdaşlığa xüsusi önəm verir və bu istiqamətdə çox sayda uğurlu layihələr həyata keçirir.

Xarici ticarət əlaqələrinin inkişafı ayrı-ayrı ölkələrin milli iqtisadiyyatının beynəlxalq təsərrüfat miqyasında inteqrasiyasının sürətləndirilməsinin əsas şərtidir. Ölkələr iqtisadi inteqrasiya axınlarına qoşularaq bu yolla öz istehsal güclərini, istehsalın səmərəliliyini və bütün bunların nəticəsində isə əhəlinin ümumi rifah səviyyəsini artırmağa çalışırlar.

Beynəlxalq əmək bölgüsünün üstünlüklərindən maksimum istifadə edilmədən, xarici iqtisadi əlaqələrin bütün formaları intensiv şəkildə genişləndirilmədən ölkə iqtisadiyyatının inkişafında əsaslı dönüş yaratmaq mümkün deyildir. Dünya ölkələrindən heç biri öz inkişafını xarici ölkələrdən təcrid olunmuş şəkildə təmin edə bilmədiyinə görə, öz aralarında beynəlxalq və regional səviyyədə iqtisadi əlaqələr yaratmağa çalışırlar [3, s. 4].

Dövlətimizin xarici ticarət siyasəti beynəlxalq iqtisadi münasibətlər sisteminin mühüm təzahür forması olub, məhsul və xidmətlərin valyuta əldə etmək məqsədilə ölkə sərhədlərindən xaricə, cəmiyyət üzvlərinin və müəssisələrinin tələbatını ödəmək məqsədilə ölkə daxilinə hərəkətini təsbit edən tədbirlərin məcmusudur.

Həmçinin, dövlətin xarici ticarət siyasəti hətta iqtisadi sistemlərin tipindən və xarakterindən asılı olmayaraq, bütün dövrdə dövlətin strateji maraqlarının qorunmasına xidmət etməlidir. Xarici

iqtisadi siyasətin müvəffəqiyyəti nəticə etibarilə dövlətin iqtisadi təhlükəsizliyinin təmin edilməsi ilə şərtlənməlidir.

Məhz bu baxımdan inkişaf etmiş dünya dövlətin təhlükəsizlik maraqları üzərində qurur və iqtisadiyyatın ahəngdar inkişafını təmin edirlər [1, s 323-324].

Ölkənin ən aktual məsələlərindən biri – xarici iqtisadi fəaliyyətin tarif və qeyri-tarif tənzimlənməsinin metod və qaydalarını işləyib hazırlayan, mühüm beynəlxalq institut olan Ümumdünya Ticarət Təşkilatı (ÜTT) ilə sıx əlaqələrin yaradılmasıdır.

ÜTT-nin əsas prinsiplərindən biri, iştirakçı ölkələrin öz iqtisadiyyatlarını beynəlxalq səviyyədə ancaq gömrük siyasəti vasitəsilə müdafiə etmələrindən ibarətdir. Xüsusən, gömrük rüsumunun səviyyəsi qarşılıqlı danışıqlar əsasında aşağı salınmalı və azaldılan rüsum dərəcələrinin gələcəkdə yenidən artmasının qarşısı alınmalıdır.

Azərbaycanın ÜTT-nin tələblərinə uyğunlaşdırılması prosesinin daha da sürətləndirilməsi bu gün qarşıya ən vacib məqsəd kimi qoyulur. Xarici ticarət siyasəti istehsal olunmuş məhsulların ixracı üçün əlverişli şəraitin yaradılmasına yönəlməlidir.

Hazırda Azərbaycan 146-dan artıq ölkə ilə əməkdaşlıq edir. Bu əməkdaşlığın qurulması DGK tərəfindən həyata keçirilir. Statistik baxımdan Azərbaycanın idxal və ixracını xarakterizə edən rəqəmlər mütəmadi olaraq DGK-nın lazımı qurumları tərəfindən təhlil edilir.

Ölkəmizin xarici iqtisadi əlaqələrinin getdikcə genişlənməsi ticarət dövriyyəsində də özünü qabarıq büruzə verir. Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına əsasən, təhlillər zamanı 1993-cü ildən başlayaraq illik ticarət dövriyyəsi və büdcə proqnozunun dinamikasına nəzər yetirsək görərik ki, əgər 1993-cü ildə ticarət dövriyyəsi cəmi 863,7 milyon ABŞ dolları həcmində idisə, 1994-cü ildə 1 038,4 milyon ABŞ dollarına qədər artmış, 1996-cı ildə 1 681,04 milyon ABŞ dolları təşkil etməklə, 1993-cü illə müqayisədə 194,6 faiz artmışdır. Bu dövrlər ərzində ticarətin asanlaşdırılması məqsədilə normativ-hüquqi aktlar qəbul etməklə illik ticarət dövriyyəsinin daha da artmasına nail olunmuşdur [1, s. 33-34].

Belə ki, 2000-ci ildə illik ticarət dövriyyəsi 2 923,1 milyon dollar, 2001-ci ildə 3 751,9 milyon dollar təşkil etmiş, daha sonrakı illərdə, o cümlədən, 2003-cü ildə bu göstərici 5 200,5 milyon, 2005-ci ildə 8 567,5 milyon, 2007-ci ildə 11 771,8 milyon ABŞ dollarına qədər artmaqla, 1993-1994-cü illərlə müqayisədə böyük artım müşahidə olunmuşdur.

Göstərilən illər ərzində ölkəmizin dünya iqtisadiyyatına inteqrasiyası və milli gömrük xidmətinin modernləşdirilməsi istiqamətində aparılan məqsədyönlü tədbirlərin nəticəsi olaraq 2008-ci ildə ölkəmizin idxal-ixrac əməliyyatları üzrə illik ticarət dövriyyəsi artaraq 54 925,5 milyon ABŞ dollarına çatmışdır. 2011-ci il ərzində bu göstərici 36 326,9 milyon ABŞ dolları məbləğində olmaqla, 1994-cü illə müqayisədə 35 239,8 milyon ABŞ dolları məbləğindən artıq olmuşdur.

Ölkə iqtisadiyyatının artım sürətinə görə Azərbaycan dünya ölkələri arasında ön sıralardadır. 2000-2011-ci illərdə Azərbaycan dünyada ən sürətlə inkişaf edən ölkə olmuş və iqtisadiyyatın inkişaf səviyyəsini səciyyələndirən əsas makrogöstərici olan ümumi daxili məhsul (ÜDM) bu dövr ərzində 4,5 dəfə və ya hər il orta hesabla 13,3 faiz artmışdır.

2011-ci ildə ölkədə 51,2 milyard manatlıq ümumi daxili məhsul istehsal edilmiş, onun hər nəfərə düşən həcmi 5650,8 manat və ya 7155,7 ABS dolları təşkil etmişdir. 2011-ci ildə əvvəlki illə müqayisədə bütün dünya üzrə ÜDM-in artımı 3,9 faiz (2010-cu ildə 5,3), MŞAÖ ölkələri üzrə - 1,8 faiz (3,2), Avropa Birliyi ölkələri üzrə - 1,6 faiz (2,0), MDB ölkələri üzrə ÜDM 4,7 faiz (4,7) təşkil etmişdir [2].

Bu qənaətə gəlinmişdir ki, 1993-2012-ci illər üzrə gömrük-tarif tənzimlənməsi sistemi vasitəsi ilə dövlət büdcəsinə toplanılan gömrük vergi və rüsumlarının da həcmi dinamik xətlə artmış, büdcə gəlirlərində gömrük ödənişlərinin xüsusi çəkisi ilbəlil yüksəlmişdir.

Statistik göstəricilərin müqayisəli təhlilindən görünür ki, əgər 1994-cü ildə dövlət büdcəsinə

cəmi 3 479,8 min manat gömrük ödənişləri toplanmışdırsa, bu göstərici artaraq 1998-ci ildə 112 330,6 min manat, 2000-ci ildə 143 921,3 min manat, 2003-cü ildə 212 246, 9 min manat, 2006-cı ildə 515 959,4 min manat, 2008-ci ildə 1 110 373,8 min manat, 2011-ci ildə 1 141 528,5 min manat olmuşdur. 2012-ci il "Dövlət büdcəsi haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununa əsasən Dövlət Gömrük Komitəsi üçün 1 200 000,0 min manat illik büdcə proqnozu müəyyənləşdirilmişdir.

Maliyyə Nazirliyi 2013-cü il üçün dövlət büdcəsinin ilkin layihəsini açıqlayaraq məlumat vermişdir ki, büdcədə gəlirlər 19 154 mln. manat, xərclər 19 810 mln. manat, kəsir isə 656 mln. manat səviyyəsində nəzərdə tutulub.

İcmal büdcəsinin gəlirləri 2013-cü il üçün 20 723,7 mln. manat, xərcləri 24 460,1 mln. manat, kəsiri isə 3 736,4 mln. manat səviyyəsində proqnozlaşdırılır.

Keçən dövr ərzində gömrük xidmətinin inkişafı və modernləşdirilməsi istiqamətində də böyük uğurlar qazanılmışdır.

2013-cü ildə Milli Məclisdə "Gömrük tarifi haqqında" yeni qanun layihəsi qəbul olunub. Ölkənin iqtisadi, milli təhlükəsizliyi baxımından qanunun böyük əhəmiyyəti vardır.

İldən-ilə gömrük rüsumlarından gələn gəlirlərin dövlət büdcəsində çəkisi artmaqdadır. Əgər müstəqilliyimizin ilk vaxtlarında bu rüsumların həcmi 200 milyona bərabər idisə, indi bu məbləğ 1 milyard manatı keçir.

İqtisadi siyasət komitəsinin sədri Ziyad Səmədzadənin sözlərinə görə, layihə gömrük tarifinin formalaşdırılması, tətbiqi, həmçinin, gömrük sərhədindən keçirilən mallardan gömrük rüsumlarının tutulması qaydalarını müəyyən edir.

Sənədin qəbul olunmasında əsas məqsəd, idxalın əmtəə strukturunu tənzimləmək, valyuta gəlirlərinin və xərclərinin əlverişli nisbətini təmin etmək, ölkə iqtisadiyyatını xarici rəqabətin mənfi təsirlərindən qorumaq, dünya iqtisadiyyatına interqrasiyasına şərait yaratmaqdır. Sənəddə göstərilir ki, ixracat və idxalatın operativ tənzimlənməsi məqsədi ilə müəyyən hallarda mövsümi rüsumlar tətbiq oluna bilər. Bu sənəddə malın gömrük dəyərinin bəyan edilməsi, məlumatın məxfiliyinin qorunması, bəyannaməçinin hüquq və vəzifələri, gömrük orqanının hüquq və vəzifələri, malların sövdələşmə qiyməti üsulları, gömrük rüsumlarından azadolma və tarif güzəştləri də öz əksini tapmışdır.

Azərbaycan son dövrdə səmərəli gömrük siyasəti keçirərək dünyanın 140-dan çox ölkəsi ilə xarici siyasət sahəsində böyük irəliləyiş əldə etmişdir. Araşdırmalar nəticəsində məlum olmuşdur ki, son 10 ildə respublikamızda xarici iqtisadi əlaqələrin xarakteri, forma və miqyası, ticarət dövriyyəsinin quruluşu, həmçinin, coğrafi istiqamətləri xeyli dəyişmişdir [1, s. 348].

2010-2012-ci illərdə olan xarici ticarət dövriyyəsinə dəyişikliklərə nəzər yetirərkən məlum olur ki, Dövriyyə (min ABŞ dollar) - 2010-cu ildə 27960821.8; 2011-ci ildə 36326867; 2012-ci ildə 33560854.3 təşkil etmişdir. 2011-ci ildə Azərbaycanın xarici ticarət dövriyyəsi 2010-cu illə müqayisədə 29,92% artaraq 36,326 mlrd. dollar təşkil etmişdir. Ölkədən ixrac edilən malların həcmi 26,57 mlrd. dollar təşkil edib ki, bu da 2010-cu ilin göstəricilərindən 24,39% çoxdur. İdxal həcmi isə 9,755 mlrd. dollara bərabər olmuşdur. Bu isə 2010-cu ilin göstəricisindən 47,81% artıq olmuşdur. Ümumilikdə, 2011-ci ildə Azərbaycandan 2082 adda məhsul ixrac, 6233 adda məhsul isə idxal olunmuşdur. Əmtəə dövriyyəsində müsbət saldo 16,814 mlrd. dollara bərabər olmuşdur.

Azərbaycanda dövlət səviyyəsində həyata keçirilən bir sıra zəruri tədbirlər, strateji məhsulların idxalında və ixracında bütün fiziki və hüquqi şəxslərin bərabər hüquqlarının təmin olunması və inhisarçılığın qarşısının alınması istiqamətində görülən işlər, daxili bazarın marketinqinin düzgün müəyyən edilməsi, gömrük əlaqələrinin sadələşdirilməsi, xarici ticarətin liberallaşdırılması, eləcə də əlverişli investisiya mühitinin yaradılması xarici ticarət dövriyyəsinin həcmində gələcəkdə də artacağına zəmin yaradır.

Göründüyü kimi, xarici ticarət dövriyyəsi 2011-ci ildə, 2012-ci illə müqayisədə nisbətən çox

olmuşdur. 2012-ci ildə xarici ticarət dövriyyəsinin göstəriciləri ölkə qrupları üzrə (milyon ABŞ dollar) aşağıdakı cədvəldə verilmişdir.

Cədvəl 1

| Ölkə qruplarının adı | Xarici ticarət dövriyyəsi | İdxal | İxrac | Ticarət balansı |
|----------------------------------|---------------------------|---------|----------|-----------------|
| Cəmi | 33 560,9 | 9 652,9 | 23 908,0 | 14 255,1 |
| ondan: | | | | |
| MDB ölkələri | 3 630,0 | 2 378,0 | 1 252,0 | -1 126,0 |
| Mərkəzi və Şərqi Avropa ölkələri | 1 779,1 | 276,0 | 1 503,1 | 1 227,1 |
| Avropa İttifaqı | 12 276,2 | 2 333,7 | 9 942,5 | 7 608,8 |

2013 Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi

Cədvəldən göründüyü kimi, 2012-ci ildə Avropa İttifaqı ölkələri ilə xarici ticarət dövriyyəsi (12 276,2), MDB ölkələri (3 630,0) və Mərkəzi və Şərqi Avropa ölkələri (1 779,1) ilə müqayisədə çoxluq təşkil etmişdir.

Tədqiqatlar əsasında, eyni zamanda, Azərbaycanda xarici ticarətin xarakteristikası verilib, 16 ölkə ilə qarşılıqlı ticarət barədə həm Azərbaycanın rəsmi, həm də xarici ölkələrin yerli statistikasına əsaslanan məlumatlar əldə edilib. 01.01.2013 – 31.03.2013 tarixli hesabat dövrü üçün verilən Azərbaycan Respublikası Xarici Ticarətinin Gömrük Statistikasının məlumatına əsasən ticarət dövriyyəsində əsas ölkələr aşağıdakı cədvəldə verilmişdir

Cədvəl 2

| № | Ölkələrin adı | Min ABŞ dolları | Ümumi dövriyyəyə nisbətən %-lə |
|----|----------------------------|-----------------|--------------------------------|
| 1 | İtaliya | 1 513 270.85 | 17.68 |
| 2 | Rusiya Federasiyası | 646 884.37 | 7.56 |
| 3 | Tailand | 601 891.62 | 7.03 |
| 4 | İndoneziya | 582 347.44 | 6.81 |
| 5 | Almaniya | 539 113.83 | 6.30 |
| 6 | Türkiyə | 435 690.45 | 5.09 |
| 7 | Tayvan | 359 856.98 | 4.21 |
| 8 | Amerika Birləşmiş Ştatları | 315 932.29 | 3.69 |
| 9 | Hindistan | 312 407.19 | 3.65 |
| 10 | Böyük Britaniya | 308 193.28 | 3.60 |
| 11 | Fransa | 246 690.51 | 2.88 |
| 12 | Portuqaliya | 227 713.39 | 2.66 |
| 13 | İsrail | 217 894.71 | 2.55 |
| 14 | Gürcüstan | 189 046.12 | 2.21 |
| 15 | Çexiya Respublikası | 159 669.21 | 1.87 |
| 16 | Digər ölkələr | 1 900 311.94 | 22.21 |
| | Cəmi | 8 556 914.19 | 100.00 |

Buradan məlum olur ki, ticarət dövriyyəsində əsas ölkələr sırasında birinci yerdə - İtaliya (17,68%) durur, Rusiya Federasiyası (7,56%) və Tailand (7,03%) isə ikinci və üçüncü yerləri bölüşürlər.

2012-ci ildə mal qrupları üzrə xarici ticarət dövriyyəsi növbəti cədvəldə öz əksini tapmışdır.

Cədvəl 3

| Qrupların adı | İdxal, min ABŞ dollar | % | İxrac, min ABŞ dollar | % |
|---|-----------------------|-------|-----------------------|-------|
| Cəmi | 9 652 870,6 | 100,0 | 23 907 983,7 | 100,0 |
| Diri heyvanlar və heyvan mənşəli məhsullar | 113 791,2 | 1,2 | 682,3 | 0,0 |
| Bitki mənşəli məhsullar | 500 125,7 | 5,2 | 308 055,5 | 1,3 |
| Heyvan və ya bitki mənşəli piylər və yağlar | 107 217,3 | 1,1 | 221 766,0 | 0,9 |
| Hazır ərzaq məhsulları, spirtli və spirtsiz içkilər, sirkə, tütün | 721 279,1 | 7,5 | 301 703,3 | 1,3 |
| Mineral məhsullar | 307 686,3 | 3,2 | 22 281 145,2 | 93,2 |
| Kimya sənayesi məhsulları | 662 506,0 | 6,9 | 174 585,0 | 0,7 |
| Plastik kütlələr, kauçuk, rezin, onlardan hazırlanan məmulatlar | 427 263,5 | 4,4 | 108 989,0 | 0,5 |
| Emal olunmamış gön, aşılانmış dəri, təbii xəz, onlardan məmulatlar | 4 474,2 | 0,0 | 14 091,7 | 0,1 |
| Oduncaq, mantar və onlardan məmulatlar, hörmə məhsulları | 274 864,7 | 2,8 | 2 017,9 | 0,0 |
| Oduncaqdan hazırlanan kütlə, kağız və karton, onlardan məmulatlar | 114 063,0 | 1,2 | 12 264,1 | 0,1 |
| Toxuculuq materialları və məmulatları | 80 093,4 | 0,8 | 52 573,6 | 0,2 |
| Ayaqqabı, baş geyimləri, çətirlər, çəliklər, lələklər, süni güllər | 9 380,7 | 0,1 | 494,7 | 0,0 |
| Daş, gips, sement, asbest, slyuda, keramika və şüşə məmulatları | 235 902,2 | 2,4 | 2 691,1 | 0,0 |
| Mirvari, qiymətli daş və metallar, onlardan hazırlanan məmulatlar | 16 068,2 | 0,2 | 81 536,5 | 0,3 |
| Az qiymətli metallar və onlardan hazırlanan məmulatlar | 1 467 525,8 | 15,2 | 218 426,3 | 0,9 |
| Maşınlar, mexanizmlər, elektrotexniki avadanlıqlar, aparatlara | 2 629 257,3 | 27,2 | 53 946,2 | 0,2 |
| Quru nəqliyyat vasitələri, uçan aparatlar, üzən nəqliyyat vasitələri | 1 414 854,2 | 14,7 | 42 380,6 | 0,2 |
| Optik, topoqrafik, ölçü, nəzarət, tibbi alət və aparatlar, saatlar və musiqi alətləri | 344 213,8 | 3,6 | 5 641,7 | 0,0 |
| Müxtəlif sənaye malları | 212 349,2 | 2,2 | 2 327,3 | 0,0 |
| İncəsənət əsərləri, kolleksiya əşyaları və antikvariat | 239,1 | 0,0 | 869,4 | 0,0 |

Məlumatlardan görünür ki, 2012-ci ildə (ABŞ dolları ilə) idxal olunan məhsullardan əsas yerləri - maşınlar, mexanizmlər, elektrotexniki avadanlıqlar, aparatlara (27,2%); az qiymətli metallar və onlardan hazırlanan məmulatlar (15,2%); Quru nəqliyyat vasitələri, uçan aparatlar, üzən nəqliyyat vasitələri (14,7%) , ixrac olunan məhsullardan isə əsas yeri – Mineral məhsullar (93,2%) tutur.

Beləliklə, mineral məhsullar istisna olmaqla, 2012-ci ildə digər mal qrupları üzrə xarici ticarət dövriyyəsi aşağı səviyyədə olmuşdur.

2010-2013-cü illər ərzində ən çox idxal- ixrac olunan malların siyahısı isə növbəti cədvəllərdə verilmişdir.

Cədvəl 4

2010-2013-cü illər ərzində ən çox ixrac olunan mallar (min ABŞ dolları)

| № | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|--------------------------------|------------|-----------------|----------------------------|---------------------------|-------------|---|--|---------------|-------------------------|---------------------------------|
| Malların adı | Xam neft | Neft məhsulları | Tütün və tütün məmulatları | Kimya sənayesi məhsulları | Pambıq lifi | Qara metallar və onlardan hazırlanan məmulatlar | Alüminium və ondan hazırlanan məmulatlar | Meyvə-tərəvəz | Bitki və heyvan yağları | Alkoqollu və alkoqolsuz içkilər |
| 2010-cu il ərzində | 18453204,9 | 1283973,2 | 6830,0 | 47886,69 | 5249,6 | 112182,79 | 2683,93 | 154805,9 | 188255,5 | 15142,24 |
| 2011-ci il ərzində | 22911044,6 | 1527661,3 | 9307,03 | 120123,5 | 4975,4 | 204136,15 | 12689,56 | 231272,5 | 173756,9 | 15727,03 |
| 2012-ci il ərzində | 0232597,8 | 1321209,8 | - | 174585,0 | 8156,1 | 113422,47 | 94929,43 | 264326,5 | 221765,9 | 21304,91 |
| 2013-cü ilin ilk 6 ayı ərzində | 9939941.23 | 639963.95 | | 32061.14 | 12163 | 57 586.28 | 43 424.80 | 91371.00 | 116169.0 | 14366.14 |

Azərbaycan Respublikası Xarici Ticarətinin Gömrük Statistikasının bu məlumatına əsasən 2010-2013-cü illər ərzində ən çox ixrac olunan mallar sırasına əsasən -xam neft, neft məhsulları, kimya sənayesi məhsulları, qara metallar və onlardan hazırlanan məmulatlar, meyvə-tərəvəz, bitki və heyvan yağları və alkoqollu – alkoqolsuz içkilər daxildir

Cədvəl 5

2010-2013-cü illər ərzində ən çox idxal olunan mallar (min ABŞ dolları)

| № | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
|--------------------------------|--------------------|---|---|---|--|------------------------|-------------------------|----------------------|
| Malların adı | Yeyinti məhsulları | Maşın, mexanizm, elektrik aparatları, avadanlıqlar və onların hissələri | Nəqliyyat vasitələri və onların hissələri | Qara metallar və onlardan hazırlanan məmulatlar | Oduncaq və ondan hazırlanan məmulatlar | Xalq istehlakı malları | Mebel və onun hissələri | Əczaçılıq məhsulları |
| 2010-cu il ərzində | 965747,80 | 1902649,96 | 796718,30 | 787186,40 | 164648,85 | 49877,17 | 51737,17 | 152128,34 |
| 2011-ci il ərzində | 1081536,94 | 3036636,41 | 1689778,16 | 1171946,18 | 257807,67 | 61317,95 | 73502,94 | 243031,01 |
| 2012-ci il ərzində | 1064000,58 | 2629611,10 | 1414435,65 | 1310518,41 | 274100,80 | - | 100297,30 | 241735,25 |
| 2013-cü ilin ilk 6 ayı ərzində | 510 068.24 | 1 343 249.66 | 780 544.89 | 649 534.07 | 158 811.82 | | 37 773.71 | 120 750.00 |

2010-2013-cü illər ərzində ən çox idxal olunan mallar qrupuna isə - Yeyinti məhsulları; Maşın, mexanizm, elektrik aparatları, avadanlıqlar və onların hissələri; Nəqliyyat vasitələri və onların hissələri; Qara metallar və onlardan hazırlanan məmulatlar aiddir.

2013-cü ilin yanvar-fevral aylarında Azərbaycanın xarici ticarət dövriyyəsinin həcmi \$5,6 mlrd. olub. Bu, bir il öncəkindən 4,3% çoxdur. Xarici ticarət balansının müsbət saldosu \$2, 750 mln. təşkil edib.

Dövlət Gömrük Komitəsinin məlumatına görə, bu ilin yanvar-fevralında Azərbaycandan \$4 183,8 mln məbləğində mal ixrac edilib. Bu, 2012-ci ilin eyni dövrü ilə müqayisədə 3,3% çoxdur. İxracın 45%-i Aİ-nin payına düşür (\$1,9 mlrd). İxrac portfelində dövlət sektorunun payı 95,3%-dir (\$4 mlrd).

Deyilən dövrdə ölkəyə \$1 433 mln məbləğində mal idxal edilib. Bu, 2012-ci ilin eyni dövründəkindən 7,5% çoxdur. Aİ ölkələrindən idxal \$400 mln və ya 28%-dir. İdxalda dövlət sektorunun payı 31%-dir. İxracın çoxu (93,6%) enerji resurslarıdır.

2013-cü ilin başlanğıcından etibarən, Azərbaycanın təsərrüfat subyektləri 113 ölkədən olan tərəfdaşları ilə idxal-ixrac əməliyyatları həyata keçiriblər. 769 adda mal ixrac edilib, 3 955 adda mal idxal olunub. 2,7 min sahibkarlıq subyekti idxal-ixrac əməliyyatı ilə məşğul olub. Onların 2 mini hüquqi şəxsdir. 153 subyekt dövlət sektoruna aiddir.

2013-cü ilin 1-ci rübündə dövlət büdcəsinin mədaxili 3565,3 mln. manat proqnoza qarşı 4669,6 mln. manat və ya 31,0 faiz, ötən ilin eyni dövrü ilə müqayisədə isə 1 181,8 mln. manat və ya 33,9 faiz çox olmuşdur.

Azərbaycan Respublikası Vergilər Nazirliyi mədaxil proqnozu 103,2 faiz icra edilməklə dövlət büdcəsinə 1523,5 mln. manat vəsait təmin edilmişdir ki, bu da proqnoza nisbətən 47,2 mln. manat, ötən ilin eyni dövrü ilə müqayisədə 133,0 mln. manat və ya 9,6 faiz çoxdur.

2013-cü ilin 1-ci rübündə Azərbaycan Respublikası Dövlət Gömrük Komitəsi proqnoza 100,3 faiz əməl edərək büdcəyə 289,5 mln. manat vəsait təmin edilmişdir ki, bu da ötən ilin eyni dövrü ilə müqayisədə 15,0 faiz və yaxud 37,8 mln. manat çoxdur.

2013-cü ilin yanvar-iyun ayları ərzində Azərbaycan Respublikasının xarici ticarət dövriyyəsinin həcmi 17.144,52 mln. ABŞ dolları, o cümlədən idxalın həcmi 5.174,47 mln. ABŞ dolları, ixracın həcmi isə 11.970,05 mln. ABŞ dolları təşkil etmişdir. Bu dövr ərzində Azərbaycan Respublikası 137 ölkə ilə ticarət sahəsində qarşılıqlı əməkdaşlıq etmiş və xarici ticarət saldosu müsbət 6.795,58 mln. ABŞ dolları olmuşdur. İxrac əməliyyatlarında dövlət sektorunun payı 11.253,29 mln. ABŞ dolları (94,01%), özəl sektorun payı 620,10 mln. ABŞ dolları (5,18%), fiziki şəxslərin payı 96,66 mln. ABŞ dolları (0,81%) təşkil etmişdir. İdxal əməliyyatlarında isə qeyd olunan dövr ərzində dövlət sektorunun payı 1.602,56 mln. ABŞ dolları (30,97%), özəl sektorun payı 3.304,87 mln. ABŞ dolları (63,87%), fiziki şəxslərin payı 267,04 mln. ABŞ dolları (5,16%) təşkil etmişdir.

Xüsusilə vurğulayırıq ki, Azərbaycanla MDB ölkələri arasında ticarət dövriyyəsi bu ilin səkkiz ayı ərzində 2 mlrd. 596 mln. 708 min dollar təşkil etməklə, 2012-ci ilin eyni dövrü ilə müqayisədə 17% artıb. Dövriyyənin 1 mlrd. 724 mln. 550 min dolları Azərbaycanın MDB ölkələrindən idxalının, 872 mln. 157 min dolları isə bu ölkələrə ixracının payına düşüb. MDB ölkələrinə ixrac ötən ilin eyni dövründən 21%, bu ölkələrdən idxal isə 15% artıq olub. Azərbaycanın MDB ölkələrindən idxal etdiyi məhsulların həcmi səkkiz aydakı ümumi idxalının 24%-ni, MDB ölkələrinə ixrac isə ümumi ixracın cəmi 5%-ni tutub. MDB ölkələri arasında Azərbaycanın ən çox ticarət əməliyyatı apardığı ölkə Rusiya olub. Bu ölkə ilə hesabat dövründə 1 mlrd. 756 mln. 671min dollar məbləğində ticarət əməliyyatı aparılıb. Rusiya Azərbaycanın ən çox ticarət apardığı üçüncü ölkə olub. Bu ölkə həm də 1 mlrd. 015 mln. 955 min dollar məbləğində Azərbaycana mal ixrac etməklə Azərbaycanın ən çox mal aldığı ölkə olub.

İqtisadi təsnifata uyğun olaraq cari ilin 1-ci rübündə dövlət büdcəsi xərclərinin 25,8 faizi və ya 1164,0 mln. manatı sosialyönümlü xərclərin (əməyin ödənişi fondu, təqaüd və sosial müavinətlər, dərman və ərzaq xərcləri) maliyyələşdirilməsinə yönəldilmişdir.

Bütün bunlar onu deməyə əsas verir ki, respublikanın xarici ticarət əlaqələrinin inkişafı istiqamətində aparılan məqsədyönlü islahatlar ölkə iqtisadiyyatının dünya təsərrüfat sistemində inteqra-

siyasına aparıb çıxaracaq və Azərbaycanın xarici ticarət əlaqələrinin coğrafiyasını genişləndirəcək.

Nəticə

Azərbaycan xarici ticarətin strukturunda idxal və ixrac potensialına görə daha çox mütləq üstünlüyə malikdir. Azərbaycanın dünya iqtisadiyyatından və dünya bazarından asılılığı güclənən prosesə çevrilmişdir ki, bunun nəticəsi olaraq xarici ticarət dövriyyəsinin ümumdünya iqtisadiyyatında xüsusi çəkisi son üç ildə kifayət qədər yüksəkdir.

Ədəbiyyat

1. ARTN, BDU, AR DGK; -AR DGK-nın 20 illik yubileyinə həsr edilmiş “Qloballaşma mühitində iqtisadi təhlükəsizliyin təmin olunmasında gömrük tənzimlənməsinin rolu” Beynəlxalq elmi praktik konfransın materialları. Bakı-2012.
2. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları, 2010 – 2013.
3. Bayramov V. Azərbaycanın xarici iqtisadi-ticarət əlaqələri getdikcə genişlənir. “Xalq qəzeti” 24.08. 2011, səh. 4.

*Шахин Асадулла оглы Габуллаев
доцент, Азербайджанский Университет Кооперации*

Резюме

В статье рассматриваются возможности интеграции Азербайджанской Республики во Всемирную Торговую Организацию, исследованы актуальные вопросы расширения и основные тенденции развития внешнеторгового оборота. На основе анализа исследованы экспортно-импортные операции, даны определенные рекомендации.

Ключевые слова: Консигнация, годовой оборот торговли, хозяйствующие субъекты, реэкспорт товаров, экспортные возможности, внешнеторговый баланс.

*Shahin Asadullah Habullayev
Associate Professor,
Azerbaijan Cooperation University*

Summary

In the article the investigating of foreign trade turnover's growth trends has been put forward as an actual problem in the time of increasing the integration opportunities of Azerbaijan economy into the world economy, in the time of joining to the World Trade Organization and undergoing to the globalization. The import and export operations in Azerbaijan customs have been analyzed, certain conclusions have been come and suggestions have been given.

Keywords: consignment, the annual trade turnover, economic entities, reexport goods, export opportunities, the foreign trade balance.

UOT 339.924

Şəhla Hüseyn qızı İBRAHİMOVA
Az. ETKTİ və Tİ-nin aparıcı elmi işçisi,
coğrafiya üzrə fəlsəfə doktoru

BEYNƏLXALQ İQTİSADİ İNTEQRASIYA PROSESLƏRİ

Xülasə

Dünyanın müxtəlif regionlarında müxtəlif dövlətlər qrupu milli iqtisadiyyatların daha dərin qarşılıqlı əlaqəsini təmin etməyə ximət edən cürbəcür inteqrasiya layihələri və təşəbbüslərini irəli sürmüşlər. Məqalədə müasir dünyada əsas inteqrasiya prosesləri işıqlandırılmışdır. Müasir inteqrasiya prosesləri bütün qitələr və regionlara yayılaraq qlobal xarakter daşıyır və dünya siyasi inkişafının ayrılmaz hissəsidirlər.

Açar sözlər: inteqrasiya qrupu, regional siyasət, inkişaf, ümumi siyasət, iqtisadiyyat, beynəlxalq inteqrasiya prosesləri, ticarət siyasəti.

Giriş

Dövlətlərin inteqrasiya qruplarında birləşməsi bir çox iqtisadi vəzifələri birgə həll etməyə imkan verir. Qruplaşmalara müxtəlif inkişaf səviyyəli ölkələr daxil olurlar və demək olar ki, onlar eyni məqsədləri daşıyırlar. İnteqrasiya hər şeydən əvvəl birbaşa xarici investisiyanın daxil olması deməkdir ki, o da yeni texnika və qabaqcıl texnologiya hesabına məhsul istehsalının həcmi artırmağa imkan verir. İnteqrasiya milli sənaye sahələrinin rəqabətqabiliyyətliliyinə yardım edir, bu isə milli bazardan daha geniş regional bazara çıxmağa imkan yaradır. Dövlətlərin birləşməsi az inkişaf emiş iştirakçı ölkələrin daha çox inkişaf etmiş üzvlərin kapitalının istifadəsi, texnologiyası və bazar təcrübəsi hesabına inkişaf tempini yüksəltməyə imkan verir. Təqdim olunan tədqiqat işinin aktuallığı ondan ibarətdir ki, inteqrasiya proseslərinin inkişafı müasir dünya təsərrüfatının mühüm xüsusiyyətlərindəndir. Əsasən ticarətə əsaslanan adi iqtisadi əməkdaşlıqdan fərqli olaraq iqtisadi inteqrasiya zamanı ayrı - ayrı ölkələrin istehsal proseslərinin birləşməsi, hərtərəfli əlaqələrin sonrakı dərinləşməsi baş verir. Ölkəmizin dünyaya inteqrasiyasının hərtərəfli inkişafımız üçün vacib şərt olduğunu nəzərə alaraq məqalədə hazırda dünyada gedən inteqrasiya proseslərinə qısa nəzər salmağı qarşıya məqsəd qoymuşuq.

İnteqrasiya anlayışı və ona elmi baxışlar

"İnteqrasiya" termini latınca integratio-ayrı-ayrı hissələrin bütövlüyünün bərpası sözündən götürülmüşdür. İnteqrasiya müxtəlif sahələrdə-iqtisadi, siyasi, sosial və s. sahələrdə, həm makroiqtisadi (dövlətlərarası), həm də mikroiqtisadi (firma) səviyyədə baş verir. İnteqrasiya təşkilati model (dövlətlərin imzaladığı müqavilə çərçivəsində) və yumşaq modelə (yüksək iqtisadi qarşılıqlı asılılıq və qarşılıqlı əlaqə nəticəsində təşkilati tərtibat olmadan) malik ola bilər. Həmçinin, səthi inteqrasiya (yalnız bazar sferasını əhatə edir) və dərin inteqrasiyanı (həm də istehsal sahəsində də olan) da ayırırlar [1, s.164].

İqtisadi inteqrasiya deyəndə iki və ya bir neçə ölkənin artan iqtisadi qarşılıqlı asılılığı, milli əmtəə, xidmət, kapital və işçi qüvvəsi bazarlarının birləşməsi və vahid valyuta-maliyyə sistemi, vahid əsas hüquqi sistemlə, uyğun dövlətlərin sıx daxili və xarici iqtisadi siyasətinin koordinasiyası ilə beynəlmilləşmənin ən yüksək dərəcəsi başa düşülür [4, s. 17].

XX əsrin ikinci yarısında müxtəlif ölkələrin siyasi və iqtisadi münasibətlərdə qarşılıqlı asılılığı dərin və hərtərəfli xarakter daşımağa başlamışdır. İkinci Dünya müharibəsindən sonra iqtisadi siyasət sahəsində inteqrasiya inkişafı nəzəriyyəsi iki əsas dövr keçmişdir. XX əsrin 50-ci illərinin başlanğıcından 60-cı illərin ortalarına qədər olan birinci dövrdə əsasən mövcud gömrük ittifaqlarının dünya istehsal prosesinə, ticarət axınlarına və istehlaka təsir mexanizmi təhlil edilirdi. 50-ci

illərin əvvəllərində Niderland iqtisadçısı Y. Timberqen inteqrasiya proseslərinin iki tipini ayırmışdır: 1. “mənfə inteqrasiya”; 2. “müsbət inteqrasiya”. Birinci tipdə yalnız mövcud maneələrin aradan qaldırılması, ikincidə isə ticarətin sadə liberallaşması sərhəddindən kənara çıxan siyasətin əməli razılaşması ilə müşahidə edilir. Birinci tip dövlətlərarası qarşılıqlı fəaliyyət əsrlərin dərinliyinə gedir, tamamilə ənənəvidir və tez-tez rast gəlinir. İkinci tip daxili iqtisadi siyasətin qarşılıqlı birləşməsi və qarşılıqlı uyğunlaşmasıdır. 60-cı illərdən başlayan ikinci dövrdəki tədqiqatlarda təkcə regional iqtisadi qruplaşmaların çərçivəsində iştirakçı ölkələrinin məqsədlərini başa düşməyə cəhd deyil, həm də üzv olmayan ölkələrə qarşı uyğun siyasəti həyata keçirmək izlənilir. Bu vaxt alimlər belə bir fikrə gəlmişlər ki, regional liberallaşma siyasəti birliklərin bütün üzvlərinə eyni dərəcədə əlverişli təsir edir [3, s.11]. İqtisadi inteqrasiya nəzəriyyəsinin, xüsusən də gömrük ittifaqları nəzəriyyəsinin yaranmasını Kanada alimi C.Vaynerin adı ilə əlaqələndirirlər. Təhlilin əsasında hər bir ölkənin öz gömrük tarifi olması şəraitində və onlar arasında gömrük tarifi razılaşması bağlandığı şəraitdəki ölkələr arasında ticarətin müqayisəsi durur. C.Vaynerin gömrük ittifaqı nəzəriyyəsinə görə, onu yaradarkən iqtisadiyyatda iki tip effekt baş verir: 1. Statik effekt-gömrük ittifaqını yaradandan dərhal sonra birbaşa onun nəticəsi kimi üzə çıxan iqtisadi nəticədir; 2. Dinamik effekt-gömrük ittifaqının daha gec mərhələlərində özünü göstərən iqtisadi nəticədir. Statik effektlər içərisində ən çox əhəmiyyətə ticarətin yaradılması və ticarətin rədd edilməsi effekti malikdir. Ticarətin yaradılması - gömrük ittifaqı nəticəsində istehlakçıların idxal rüsumlarının aradan qaldırılması nəticəsində az effektiv daxili mənbədən daha effektiv idxal mənbəyinə istiqaməti dəyişməkdir. Ticarətin rədd edilməsi effekti-gömrük ittifaqı çərçivəsində idxal rüsumlarının aradan qaldırılması nəticəsində yerli alıcıların inteqrasiya daxili az effektiv mənbəyə nisbətən interqrasiyadan kənarda olan daha effektiv mənbədən almağa istiqamətini dəyişməsidir [2, s. 370-372].

Regional əməkdaşlıq prosesinin nəzəri əsası bir qayda olaraq iki məktəb çərçivəsində formalaşmışdır- realizm və neoliberalizm məktəbləri. Neoliberalar regional əməkdaşlığı hətta fəal lider olmadan da tamamilə mümkün hesab edirdilər. Bu onunla əlaqədardır ki, ölkələr mütləq üstünlük qazanmaq üçün əməkdaşlığa can atırlar. Problemlərin kollektiv həlli başlayır ki, birgə rəhbərlik zamanı əməkdaşlıq möhkəmlənir. Realistlər bu fikirlə razılaşmışdılar ki, dövlətlər mütləq üstünlük ilə deyil, nisbi üstünlüklə üzləşirlər və verilən şəraitdə əməkdaşlığın ehtimalı azdır. Bütünlüklə XX əsrin II yarısında və xüsusən də XX və XXI əsrlərin kəsişməsində dünya iqtisadi məkanı, tədqiqatçıların əksəriyyətinin fikrincə, aşağıdakı əsas tərkib hissələrinə və mürəkkəb quruluşa malik olmuşdur:

1. Tərəflərin davranışlarını və onların regional və ya qlobal razılaşmalarla əhatə olunmayan qarşılıqlı güzəştlərini tənzimləyən çoxlu ikitərəfli ticarət-iqtisadi razılaşmalar;

2. Ya əsasən dünyanın inkişaf etməkdə olan regionlarında iştirakçı ölkələrin maraqlarını təhlükəsizləşdirmək və onların inteqrasiyaya keçid dövründə bir-biri ilə real inteqrasiya mərhələsində mövqelərini möhkəmləndirən yeni yaranan kiçik və orta regional qruplaşmalar, ya da daha çox inkişaf etmiş ölkələr qrupu ilə inteqrasiya;

3. Qərbi Avropa, Şimali Amerika və Cənub-Şərqi Asiyanın yüksək inkişaf etmiş ölkələrinin başçılığı ilə üç nəhəng blok ki, onun çərçivəsində milli təsərrüfatların birləşməsi baş vermiş və onların yarımövlət iqtisadi orqanizminə çevrilməsi prosesi fəal baş vermişdir [3, s. 15-16].

Eyni zamanda, XX əsrin II yarısında dünyada gedən prosesləri qiymətləndirərkən mütəxəssislər “dünya iqtisadiyyatının qloballaşması” anlayışının yaranmasına şərait yaranan müəyyən şərtlərin yaranmasını göstərirdilər. Qlobal səviyyədə mümkün əməkdaşlığın təhlili zamanı iki əsas ssenari ayrılırdı. Birinci ssenariyə görə müxtəlif regional rejim şəbəkələrinin daha da bir-birinə qarışması prosesi ehtimal kimi götürülürdü. Bu tezis ona əsaslanırdı ki, regionlararası ticarət ikitərəfli münasibətlərdən daha işlək coxtərəfli ticarət şəbəkəsinədək inkişaf edir. Bu mövqeyə görə əməkdaşlıq dərəcəsi iştirakçı tərəflərin sayının artmasına görə azalma meylinə malik olur. İkinci ssenariyə görə, qarşılıqlı bir-birini istisna edən rejimlərin əsasında ölkələrin qütbləşməsi nəticəsində re-

gional əməkdaşlıq rəqabəti kəskinləşdirə bilər. Buna baxmayaraq, məhz XX əsrin ikinci yarısında ölkələr arasında əmtəə və xidmətlərin mübadiləsi prosesi beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin ən dinamik inkişaf edən elementi olmuşdur. Bu zaman əvvəllər olmayan və ya zəif gözə çarpan xüsusi şərtlər meydana çıxmışdır. Bu şərtlər aşağıdakılardır:

1. XX əsrin birinci yarısında inkişaf etmiş ölkələrin milli sərvətlərinin hərbi məqsədlərə sərf olunduğu dövrlə müqayisədə fərqli olan qlobal dünyanın həddən artıq uzun dövrü (XX əsrin ikinci yarısında münaqişələr daha az inkişaf edən ölkələr arasında lokallaşmışdır);

2. Müharibədən sonrakı dövrdə milli emaledici sənayenin yaranması prosesinin çoxdan sona çatması və onun yeni sahələrinin müdafiəsinə ehtiyacın azalması ilə əlaqədar olaraq sənayecə inkişaf etmiş ölkələr arasında davamlı ticarətin liberallaşması ənənəsi müşahidə olunur;

3. İnkişaf etmiş ölkələrin iqtisadiyyatının yenidən qurulması hesabına beynəlxalq əmək bölgüsünün xarakteri ciddi dəyişir. İnkişaf etmiş ölkələr hazır məhsul göndərən ölkələrdən ixtisaslı və kapitaltutumlu xidmətlər və texnologiyaların ixracçısına çevrilmişlər;

4. Texnoloji inqilab ona gətirib çıxarmışdır ki, təkcə məhsullar deyil, həm də onların hazırlanması və yayılması prosesi əmtəə olmuşdur. Beynəlxalq istehsal kooperasiyasının yüksək texnoloji sahələrinin inkişafı başlamışdır ki, nəhəng gələcək hazır məhsulların hissələrinin beynəlxalq yerləşməsi üçün maksimal azadlıq tələb edir;

5. Texnologiyanın inkişaf etmiş ölkələrdə yerləşən kompaniyaların gəlirinin getdikcə daha çox dəyərli tərkib hissəsi olmasına görə onlar tədqiqatlar və innovasiyalar tətbiq edərək əsasən daha çox mürəkkəb və dəqiq məhsulların istehsalını öz əllərində saxlayırlar. İnkişaf etməkdə olan ölkələr xammal və ərzaq ixracçısından hazır məhsullar ixracçısına çevrilirlər. Əgər əvvəllər dünyanı “şəhər” (Şimal) və “kənd” (Cənub) olaraq bölürdülərsə, sonralar onu “ofis və laboratoriya” (Şimal), “şəhər” (Şərqi və Cənubi Asiya, Latın Amerikasası) və “kənd” (Tropik Afrika) olaraq bölürlər;

6. Milli təsərrüfat subyektlərinin maraqları milli-dövlət çərçivəsindən kənara çıxır, transmilli iqtisadi və maliyyə quruluşunun yaradılması və onların fəaliyyət sferasının genişlənməsi baş verir;

7. Dünya iqtisadi məkanında sənayeləşmənin yayılması prosesində milli iqtisadiyyatların xarici iqtisadi mühitlə qarşılıqlı münasibətləri ciddi dəyişir, onlar daha fəal və əsaslı olaraq xarici mühitlə qarşılıqlı əlaqədə olurlar və buna görə də təkrar istehsal və ticarət-iqtisadi inkişafda daha açıq olurlar;

8. Şəxsi, milli iqtisadi problemlər dünya təsərrüfat maraqlarını, dünya ehtiyatlarının səfərbərliyini tələb edən qlobal, dünya səviyyəsinə qalxmışlar;

9. Qlobal dünya və texnoloji yenidənqurma şəraitində ölkələr arasında çoxtərəfli razılaşma və müqavilələr xüsusi əhəmiyyət qazanmışlar. Bu XX əsrin birinci yarısında olan ticarət əməliyyatlarındakı diskriminasiya, məhdudiyətdən qaçmağa kömək etdi. Bu, qloballaşmanın milli iqtisadiyyat və maliyyə siyasətindən ümumdünya miqyasında koordinasiyanı tələb edirdi və dünya iqtisadi inkişafının sabitliyi şərti kimi vahid dünya qaydalarının vacibliyini tələb edirdi. XX əsrin sonlarında daha çox hökumətlər və dövlətlər tərəfindən qlobal ticarətin milli və millidən yüksək səviyyədə yardımı hiss olunmağa başlamışdır. Ölkələr BVF, Aİ, ASEAN, NAFTA, ASİƏF (Asiya Sakit okean İqtisadi Əməkdaşlıq Forumu) kimi bu məqsədlə yaradılmış təşkilatlara daxil olmaqla öz fəaliyyətlərini həyata keçirməyə başladılar; 10. QATT-ın Uruqvay raundunun qərarı və xüsusən də ÜTT-nin fəaliyyəti beynəlxalq ticarət münasibətlərinin səviyyəsini ciddi yüksəltmiş, yeni şəraitdə tərəflərin qarşılıqlı fəaliyyət təşkilatları və müasir qaydaları işlənilib hazırlanmışdır. Regional, subregional, qlobal səviyyələrin birləşməsi, dövlətlər üçün ÜTT-nin normalarına və mübahisələrin həlli mexanizminə əsaslanan açıq, qeyri-diskriminasiya siyasət yeritməyin vacibliyini göstərdi. ÜTT-də tərəflərlə çoxsəviyyəli hüquq və öhdəliklər sistemində iştirak edən hökumətlər regional qruplaşmalardakı tərəflərdə olduğu kimi dünya və regional səviyyədə razılaşmaların qarşılıqlı təsirini nəzərə almalı idilər. QATT-ın XXIV maddəsi

iştirakçı ölkələrin Gömrük İttifaqı və Azad ticarət zonalarının yaradılması zamanı əldə rəhbər tutacağı prinsiplərdən ibarətdir [3, s. 16-17].

Beynəlxalq iqtisadiyyat çərçivəsində inteqrasiya onun ticarətin böyük azadlığına yol olduğu və yaxud ticarət axınlarına məhdudiyyətlər yaratması nöqtəyi-nəzərindən qiymətləndirilir. QATT/ÜTT-nin qaydalarına görə (XXIV maddə) inteqrasiya qruplaşması yaradandan qabaq uzun müddət “keçid razılaşmaları” mümkündür ki, onlar da üzvlər arasında ticarət sədləri (demək olar ki, hər şeyə) aradan qaldırılsa ya gömrük ittifaqı, ya da azad ticarət zonasının yaranmasına gətirib çıxarmalıdır. 90-cı illərin birinci yarısında bir sıra müstəqil tədqiqatçılar və Dünya Bankının mütəxəssisləri hansısa bir inteqrasiya qrupunun bütövlüklə beynəlxalq iqtisadiyyatın maraqlarına uyğunluğunu qiymətləndirmək üçün meyarlar formalaşdırmışlar. Onlar aşağıdakılardır: 1. Regional ticarət razılaşmaları iqtisadiyyatın bütün sahələrini istisnasız əhatə etməlidir; 2. Keçid dövrü 10 ili ötməməlidir və ayrı-ayrı sahələrdə ticarətin liberallaşmasının aydın qrafiki olmalıdır; 3. Daha Əlverişli Rejim (DƏR-QATT-ın XXIV maddəsi) şərtlərilə ticarətin liberallaşması hansısa yeni inteqrasiya qruplaşmasının yaranması üçün ilkin zəminlə müşahidə olunmalıdır. 4. Gömrük İttifaqı çərçivəsində tətbiq olunan ümumi gömrük tarifi uyğun sahənin ən aşağı olduğu ölkədəki tarifi, və ya DƏR çərçivəsindəki ən aşağı tarifi ötməməlidir; 5. İnteqrasiya razılaşmasına yeni üzvlərin qəbulu tamamilə liberal olmalıdır və onların genişlənməsinə mane olmamalıdır; 6. Əmtənin ölkə mənbəyinin müəyyənləşdirilməsi qaydaları şəffaf olmalıdır və qruplaşma daxilində proteksionizm aləti olmamalıdır; 7. Daha inkişaf etmiş inteqrasiya formalarına sürətli keçid vacibdir, belə ki, onlar istehsal amillərinin daha səmərəli paylanması və istifadəsini təmin edirlər; 8. İnteqrasiya qrupu yaranandan sonra onun üzvləri arasında antidempinq qaydası tətbiq edilməməlidir, üçüncü ölkələrə münasibətdə isə onun tətbiqi üçün aydın qaydalar müəyyənləşdirilməlidir [2, s. 370].

İnteqrasiya amilləri və ilkin zəminlər

Yeni inteqrasiya birliklərinin yaranmasının strateji, siyasi və coğrafi səbəbləri vardır. Birliklərin strateji formalaşması mümkün ticarət mübahisələrinin əksinə olaraq yeni əməkdaşlıq çərçivələri müəyyənləşdirməyə istiqamətlənmişdir. İqtisadi cəhətdən inteqrasiya ümumi bazarın yaradılması, istehsal xərclərinin azaldılması, xarici kapital qoyuluşunun artımı, iqtisadiyyatın yenidən qurulması kimi tədbirlər həyata keçirməklə əhalinin vəziyyətini yaxşılaşdırmaq məqsədi güdür. Coğrafi səbəblərə görə isə qonşu ölkələrlə ticarət investisiya əlaqələrini qarşılıqlı genişləndirmək məqsədi qarşıya qoyulur [1, s. 164].

İnteqrasiya üçün ilkin zəminləri aşağıdakı kimi qruplaşdırırlar: 1. İqtisadi inkişaf səviyyəsinin və inteqrasiya olan ölkələrin bazar yetkinliyi dərəcəsinin yaxınlığı. Nadir istisnaları çıxmaqla dövlətlərarası inteqrasiya əsasən ya sənayeləşmiş ölkələr, ya da inkişaf etməkdə olan ölkələr arasında inkişaf edir; 2. İnteqrasiya olan ölkələrin coğrafi yaxınlığı, əksərən ümumi sərhəddin və tarixən formalaşan iqtisadi əlaqələrin olması. İnteqrasiya birliklərinin böyük hissəsi bir qitədə yerləşən, eyni dilli, nəqliyyat kommunikasiyasına malik olan bir neçə qonşu ölkədən başlamışdır; 3. Ölkələr qarşısında duran inkişaf, maliyyələşmə, iqtisadiyyatın tənzimlənməsi, siyasi əməkdaşlıq və s. kimi iqtisadi və digər problemlərin ümumiliyi. İqtisadi inteqrasiya inteqrasiya olan ölkələr qarşısında duran konkret problemlər dəstini həll etməlidir; 4. Nümayiş effekti. Adətən inteqrasiya olan ölkələrdə müsbət iqtisadi nəticələr olur ki, bu da başqa ölkələrə psixoloji təsir edir; 5. “Domino effekti”. Ölkələrin çoxunun hansısa bir inteqrasiya birliyinin üzvü olmasından sonra inteqrasiyadan kənar qalan ölkələr bir-biri ilə qrupda olan ölkələrlə iqtisadi əlaqələrin yeni istiqaməti ilə əlaqədar bəzi çətinliklər hiss edirlər. Bəzi ölkələr hətta inteqrasiya üçün ilkin marağa malik olmadıqları halda ondan kənar qalmaqdan qorxaraq inteqrasiya proseslərinə qoşulurlar [2, s.362-363].

İnteqrasiyanın formaları və üstünlükləri

Nəzəriyyəyə görə, iqtisadi inteqrasiyanın beş formasını ayırırlar: **1. Azad ticarət zonası** - gömrük rüsumları və qarşılıqlı ticarətdə kəmiyyət məhdudiyyətlərini aradan qaldırmaq üçün ölkələrin birliyidir, lakin üzv olmayan ölkələrə qarşı xarici ticarət siyasətini həyata keçirərkən

müxtariyyət saxlanılır. Bu, azad ticarət zonasının klassik anlamıdır. Hazırda fəaliyyət göstərən azad ticarət zonalarının əksəriyyəti rüsumsuz əmtəə ticarəti prinsipindən çox irəli gedərək qeyri-tarif məhdudiyyətləri uyğunlaşdırır, xidmət ticarətini, ümumi investisiya siyasətini kapitalın azad hərəkətinə və sairəyə qədər liberallaşdırırlar; **2. Gömrük İttifaqı** - üştirakçı ölkələrə qarşı ümumi gömrük tarifi əsasında eyni xarici ticarət siyasətini həyata keçirən ölkələr qrupudur; **3. Ümumi bazar və ya dörd azadlıq prinsipi** - əmtəələrin, xidmətlərin, kapitalın və şəxslərin azad hərəkətinə nail olmağı nəzərdə tutur; **4. İqtisadi və valyuta ittifaqı** - dörd amilin azad yerdəyişməsinə, vahid iqtisadi və siyasi siyasətin - o cümlədən, sənaye, kənd təsərrüfatı, nəqliyyat, energetika, valyuta-maliyyə sahəsində, vahid emissiya mərkəzi ilə vahid pul-kredit siyasətinin tətbiqini nəzərdə tutur; **5. Tam inteqrasiya** - vahid valyuta, iqtisadi və siyasi ittifaqın formalaşması, o cümlədən, ümumi xarici siyasətin, ədliyyə və daxili işlər sahəsində vahid siyasətin həyata keçirilməsi və vahid vətəndaşlığın tətbiqini nəzərdə tutur [1, s. 165].

İnteqrasiya üzv ölkələrə iqtisadi üstünlük verir. Onlardan: 1. Ölkələrin daxili bazarlarının həcmninə dağınıq milli bazarların birləşməsi hesabına genişlənməsi, bu da öz növbəsində birliyin ümumi ÜDM-inin artımına stimül yaradır; 2. Əhalinin adambaşına düşən gəlirlərinin alıcılıq qabiliyyətinin yüksəlməsinə paralel artması və əmtəələrin qiymətlərinin enməsi; 3. İstehsalın rəqabət qabiliyyətinin və effektivliyinin yüksəlməsi; 4. İstehsalın "miqyasının effekti" və ixtisaslaşmanın dərinləşməsi; 5. İştirakçı ölkələrin hər birinin müqayisəli üstünlüyü nəzərə alınmaqla istehsalın daha səmərəli tərkibinin yaradılması; 6. Bazarların birləşməsi, dörd amilin azad yerdəyişməsi, məhsuldarlığın yüksəlməsi və hər bir dövlətdə gəlirlərin artımı hesabına investisiya cəlbediciliyinin yüksəldilməsi; 7. İqtisadi inkişaf tempinin sürətlənməsi [1, s. 165].

Nəticə

Müasir dünya iqtisadiyyatı inteqrasiya proseslərinin dərinləşməsi və genişlənməsi ilə fərqlənir. Demək olar ki, ÜTT-nin bütün ölkələri bir və ya bir neçə regional inteqrasiya birliyinə daxildirlər. Regional səviyyədə ən çox qruplaşma Avropada yaradılmışdır ki, onlar daha dərin inteqrasiya forması ilə fərqlənirlər. 1990-2000-ci illərdə formalaşan inteqrasiya birlikləri 1960-1980-ci illərdəki razılaşmalardan inteqrasiya tədbirlərinin əhatəsi, xarici iqtisadi inkişaf modelinə, iqtisadi inkişaf səviyyəsinə görə ölkələrin iştirakı, həmçinin, coğrafi amilə görə həddən artıq fərqlənirlər. 1990-cı illərin ikinci yarısından başlayaraq azad ticarət zonaları haqqında regionlararası razılaşmaların sayı, xüsusən də müxtəlif kontinentlərin bu prosesə cəlb edilməsi ilə artır.

Beynəlxalq iqtisadi inteqrasiya XX əsrin sonlarında regional iqtisadiyyatların inkişafının sürətlənməsinin və inteqrasiya olan ölkələrin dünya bazarlarında rəqabət qabiliyyətinin artmasının güclü aləti olmuşdur. Hazırda müxtəlif ölkələrin iqtisadiyyatlarının bir-birindən asılılığı daha çox artır, milli təsərrüfatlar xarici aləm üçün daha açıq olurlar və nəticədə inteqrasiya meyilləri güclənir və tədricən regional təsərrüfat kompleksləri yaranır.

Ədəbiyyat

1. Костюнина Г.М. Интеграционные объединения мира / Г.М. Костюнина, Н.Н.Ливенцев // Мировая экономика и международные экономические отношения : учебник / под ред. А.С. Булатова и Н.Н. Ливенцева. – М., Магистр, 2008. – с.164-187.
2. Киреев А.П. Международная экономика. В 2-х ч. Т.1. Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства: Учеб. пособие для вузов. – М.: Международные отношения, 1997. с.416.
3. Мировые интеграционные процессы и международные организации : учебное пособие / под ред. А.Г. Тимошенко, Е.Б. Цоя. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2006. – с. 256.
4. Шишков Ю.В. Интеграционные процессы на пороге XXI века. Почему не интегрируются страны СНГ// - М., НП "III тысячелетие", 2001 -с. 241.

*Шахла Гусейн кызы Ибрагимова
Аз. НИИЭ и ОСХ
ведущий научный сотрудник,
кандидат географических наук*

Международные экономические интеграционные процессы

Резюме

В различных регионах мира различные группы государств инициировали разнообразные интеграционные проекты и инициативы, призванные обеспечить более глубокую взаимосвязь национальных экономик. В данной работе освещены основные интеграционные процессы в современном мире. Современные интеграционные процессы, распространившись на все континенты и регионы, носят глобальный характер и являются неотъемлемой частью мирового политического развития.

Ключевые слова: интеграционная группировка, региональная политика, развития, общая политика, экономика, международной интеграционные процессы, торговая политика.

*Shahla Huseyn Ibrahimova
Az. SRIE and OA
The leading research assistant,
candidate of geographical science*

International economic integration processes

Summary

In various regions of the world various groups of the states initiated various integration projects and the initiatives, urged to provide deeper interrelation of national economies. In this work the main integration processes are covered in the modern world. Modern integration processes, having extended on all continents and regions, have global character and are an integral part of world political development.

Keywords: integration group, regional policy, developments, general policy, economy, international integration processes, trade policy.

UOT 339.9

Məmməd Abbas oğlu MƏMMƏDOV
*ADİU-nun dissertantı***AZƏRBAYCANIN XARİCİ NƏQLİYYAT ƏLAQƏLƏRİNİN PERSPEKTİV İNKİŞAFI****Xülasə**

Məqalədə Azərbaycanın nəqliyyat sisteminin beynəlxalq nəqliyyat sisteminə inteqrasiyasının sürətlənməsi, ölkədə daha keyfiyyətli nəqliyyat infrastrukturunun yaradılması, irimiqyaslı regional layihələrin həyata keçirilməsinin zəruriliyinə nəzər salınır.

Azərbaycanın əlverişli coğrafi mövqedə yerləşməsi Avropadan Asiyaya mühüm nəqliyyat dəhlizi kimi, dünya ölkələrinin ciddi marağına səbəb olmuş və yenə də olmaqdadır. Bununla əlaqədar məqalədə Azərbaycanda beynəlxalq nəqliyyat əlaqələrinin inkişafının proqnozu verilir.

Açar sözlər: nəqliyyat əlaqəsi, inteqrasiya, regional layihə, reallaşma istiqaməti.

Bu gün Azərbaycanda geniş vüsət almış iqtisadi inkişaf nəqliyyat sektorunun yenidən qurulmasına, ölkə əhalisinin bütün növ nəqliyyat xidmətlərinə olan tələbatının ödənilməsinə və respublikamızın tranzit potensialının artırılmasına səbəb olmuşdur.

Belə ki, son illərdə ölkə iqtisadiyyatının bütün sahələrində, o cümlədən də nəqliyyat infrastrukturunda müşahidə olunan irəliləyişlər 2012-ci ildə də davam etmişdir. Bu baxımdan ölkə Prezidenti İlham Əliyevin göstərişi əsasında işlənib hazırlanmış dövlət proqramının icrası bütün sahələrdə olduğu kimi yol nəqliyyat kompleksində, xüsusi ilə avtomobil və dəniz yolu sahəsində özünü aydın şəkildə göstərir. Prezident İlham Əliyev yol nəqliyyat infrastrukturunun yeniləşməsinə ölkəmizin inkişafının mühüm əlaməti kimi qiymətləndirərək qeyd etmişdir: "Neft sektorundan sonra nəqliyyat ölkə üçün ən mühüm sahədir və burada inkişaf perspektivləri çox gözəldir. Biz bütün imkanlarımızdan istifadə edərək nəqliyyat sektorunu daha sürətlə inkişaf etdirəcəyik. Azərbaycan Şərq - Qərb və Şimal - Cənub nəqliyyat dəhlizləri layihələrinin həyata keçirilməsində fəal rol oynayır. Gələcəkdə tranzit ölkə kimi bizim bölgədəki və dünyadakı mövqelərimiz daha da güclənəcəkdir".

Elə bunun nəticəsidir ki, ölkəmiz bir çox beynəlxalq əhəmiyyətli layihələrin iştirakçısıdır. Təkcə 2012-ci ildə Avropa-Qafqaz Asiya nəqliyyat dəhlizinin Azərbaycan hissəsində 56.8 mln. ton yük daşınmışdır ki, onun da 25%-ni tranzit daşımalar təşkil etmişdir. Ümumiyyətlə, ölkənin nəqliyyat sektorunda daşınan bütün yüklərin 30.7 faizi Avropa-Qafqaz-Asiya nəqliyyat dəhlizində cəmlənmişdir. Yüklərin daşınmasında isə 56% dəmir yolu nəqliyyatının, 30.1 faiz avtomobil nəqliyyatının, 12.6 faiz isə digər nəqliyyatın payına düşür. Tranzit yükdaşıma əməliyyatlarının aparılmasında isə göstərici bir qədər fərqlidir. Belə ki, dəmir yolunda yük daşımalarının 21,1%-i, dəniz nəqliyyatında isə 88,5%-i tranzit yüklərin hesabına həyata keçirilmişdir.

Araşdırmalardan məlum olur ki, 2012-ci ildə Avropa-Qafqaz-Asiya nəqliyyat dəhlizinin Azərbaycan hissəsində 260.9 mln. nəfər sərnişin daşınmışdır ki, bu da 2000-ci illə müqayisədə 108.8 mln. nəfər sərnişin çox deməkdir. Sərnişindaşımanın 97%-i avtomobil nəqliyyatı vasitəsi ilə, 2.9%-i dəmir yolu, 0,1%-i dəniz nəqliyyatı ilə həyata keçirilmişdir. Avropa - Qafqaz - Asiya nəqliyyat dəhlizinin Azərbaycan hissəsində 2012-ci ildə yük və sərnişin daşımalarından 535.1 mln. manat və ya 2000-ci illə müqayisədə 403 mln. manatdan çox gəlir əldə edilmişdir ki, onun da 62.5%-i dəmir yolunun, 19.1%-i dəniz, 18.1%-i isə avtomobil nəqliyyatının payına düşür.

Qeyd etmək lazımdır ki, bütün nəqliyyat növləri üzrə yük və sərnişin daşımalardan əldə edilən gəlirlər dinamik artıma malik olmuşdur. Bu barədə daha ətraflı məlumata malik olmaq üçün Avropa-Qafqaz-Asiya nəqliyyat dəhlizində nəqliyyat növləri üzrə yük və sərnişin daşımalarından

əldə edilən gəlirlərin dinamikasına nəzər salmaq lazımdır.

2012-ci il ərzində Avropa-Qafqaz-Asiya nəqliyyat dəhlizinin Azərbaycan hissəsində yük və sərnişin daşımalarının vəziyyətinə nəzər salsaq burada da ciddi irəliləyişlərin olduğunu görürük. Belə ki, qeyd olunan dövr ərzində 27.8 milyon ton və ya 2000-ci illə müqayisədə 1.8 dəfə çox yük və 108 milyon nəfər çox sərnişin daşınıb. Yük daşınmasında isə dəmir yolu nəqliyyatının payı 54,7%, avtomobil nəqliyyatının payı 31,3%, dəniz nəqliyyatının payı 14% təşkil etmişdir. Dəhlizdə bu nəqliyyat növləri ilə daşınmış yüklər isə ölkənin nəqliyyat sektorunda daşınmış bütün yüklərin 27.0%-ini təşkil edir. Ölkə ərazisindən ötürülmüş tranzit yüklərin həcmi 15.0 milyon ton olub.

Cədvəl №1

Avropa-Qafqaz-Asiya nəqliyyat dəhlizində nəqliyyat növləri üzrə yük və sərnişin daşımalarından əldə edilən gəlirlərin inkişaf dinamikası (milyon manatla)

| Nəqliyyat növləri | 2000 | 2005 | 2010 | 2011 | 2012 |
|-------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Yük daşımalarından | | | | | |
| orta hesabla, cəmi | 114.0 | 192.0 | 322.2 | 382.0 | 443.1 |
| O cümlədən, dəmir yolu | 73.4 | 122.4 | 131.6 | 153.6 | 183.2 |
| Dəniz | 28.8 | 50.6 | 75.8 | 80.5 | 87.5 |
| Avtomobil | 11.7 | 18.7 | 114.8 | 147.5 | 172.4 |
| Sərnişin daşımalarından | | | | | |
| Orta hesabla, cəmi | 19.3 | 22.8 | 61.5 | 82.9 | 91.9 |
| O cümlədən, dəmir yolu | 1.0 | 1.8 | 1.6 | 2.3 | 2.6 |
| Dəniz | 0.3 | 0.7 | 1.1 | 4.2 | 1.5 |
| Avtomobil | 18.0 | 20.2 | 58.7 | 76.4 | 87.8 |

*Mənbə: Azərbaycanın nəqliyyatı - 2012

Azərbaycanın əlverişli coğrafi mövqedə yerləşməsi, Avropadan Asiyaya mühüm nəqliyyat dəhlizi kimi dünya ölkələrinin ciddi marağına səbəb olmuş və yenə də olmaqdadır. Bu baxımdan ölkədən xam neft ixracatını həyata keçirmək üçün Bakı-Supsa, Bakı-Tbilisi-Ceyhan neft boru kəmərlərinin çəkilməsi, Avropa-Qafqaz-Asiya nəqliyyat dəhlizinin yaradılması, qədim tarixi İpək Yolunun bərpası, Cənubi Qafqaz (Bakı-Tbilisi-Ərzurum) qaz kəmərinin 2007-ci ildən istismara verilməsi mühüm rol oynayır. Beləliklə, Avropanın və Asiyanın 30-dan çox ölkəsini birləşdirən bu mühüm nəqliyyat dəhlizinin vaxtında istifadəyə verilməsi, Azərbaycana bir tranzit ölkə kimi lazımı effekt verməklə, onun sosial-iqtisadi inkişafına əsaslı təsir göstərir.

Bakı - Tbilisi - Qars dəmir yolunun çəkilişi də ölkəmiz üçün böyük siyasi-iqtisadi əhəmiyyətə malikdir. Bu dəmir yolu Azərbaycanı Türkiyə, Avropa ilə birləşdirməklə yanaşı, Orta Asiyanı da Azərbaycan vasitəsilə Avropaya birləşdirəcəkdir.

Azərbaycan Respublikasının nəqliyyat sisteminin beynəlxalq nəqliyyat sistemə inteqrasiyasının sürətlənməsi, ölkədə daha keyfiyyətli nəqliyyat infrastrukturunun yaradılmasını, irimiqyaslı regional layihələrin həyata keçirilməsini zəruri edir. Odur ki, bu istiqamətdə aparılan danışıqların real nəticəsi olaraq, regionda çox böyük və tarixi əhəmiyyətli Bak - Tbilisi - Qars yeni dəmir yolu xətti layihəsinin Gürcüstan hissəsinin 2007-ci ilin noyabrından tikintisinə başlanmış, Türkiyə ərazisində tikinti işlərini həyata keçirəcək podratçı şirkət müəyyənləşdirilmişdir. Bakı - Tiflis - Qars yeni dəmir yolunun layihəsinin həyata keçirilməsi ilə əlaqədar tədbirlər haqqında Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin 2007-ci il 21 fevral tarixli sərəncamının icrası olaraq “Azərbaycan Dövlət Dəmir Yolunun 2008-2011-ci illərdə inkişafına dair” Dövlət Proqramı layihəsinin işlənib həyata keçirilməsi, ölkənin dəmir yollarında artan yük həcmının daşınması və “Şərq-Qərb” nəqliyyat dəhlizinin Azərbaycan ərazisindən keçən hissəsində dəmir yolu infrastrukturunun yenidən qurulması ilə bərabər, dəhlizin rəqabət qabiliyyətinin gücləndirilməsinə, yüklərin çatdırılma

müddətinin xeyli dərəcədə asanlaşdırılmasına və hərəkətin təhlükəsizliyinin təmin olunmasına tam xidmət edəcəkdir.

Beləliklə, Azərbaycan, Türkiyə və Gürcüstanın dördüncü ən iri regional layihəsi olan Bakı-Tbilisi - Qars dəmir yolu xəttinin ərazi və miqyas baxımından böyüyərək, daha geniş geocoğrafi məkanı əhatə edəcəyi nəzərdə tutulur. Belə ki, bu dəmir yolunun Mərmərə dənizindən uzadılması nəzərdə tutulur. Yəni Qarsdan Bosfor boğazından olan mövcud dəmir yolu şəbəkəsi vasitəsilə Bakı-Tbilisi-Qars dəmir yolunu birləşdirəcək və vahid sistem yaradılacaqdır. Bundan sonrakı mərhələdə isə Bosfor boğazında dənizin altı ilə tunel çəkilməsi həyata keçiriləcək və dəmir yolu digər dəmir yolu ilə birləşdiriləcək. Beləliklə, Bakı - Tbilisi - Qars dəmir yolu Avropa - Asiya arasındakı keçid dəniz dəhliz rolunu oynayacaq. Daha sonra Bakı - Tbilisi - Qars dəmir yolunun əhatəsi daha da genişləndiriləcəkdir, Çindən başlayaraq Baltik regionuna kimi xeyli dövlətlərin ərazisini özündə birləşdirəcək. Eləcə də Çinin, Hindistanın öz mallarını bu tranzit xəttinə cəlb etməsi nəzərdə tutulur. Odur ki, Bakı-Tbilisi-Qars dəmir yolu Mərkəzi və Şərqi Avropa regionu ilə bərabər, Asiyanın inkişaf etmiş dövlətlərinin yerləşdiyi ərazini də əhatə edəcək. Qazaxıstanın, Türkmənistanın, Çinin, Hindistanın və digər dövlətlərin dəmir yolundan istifadə etməsi gələcəkdə Bakı-Tbilisi-Qars dəmir yolunu dünya əhəmiyyətli layihəyə çevirmiş olacaq. Odur ki, bu layihə ancaq iqtisadi əlaqələr üçün kommunikasiya-nəqliyyat xətti deyil, ən əsası budur ki, Bakı-Tbilisi-Qars dəmir yolu Avropa və Asiya regionunun iqtisadi və siyasi münasibətlərinin daha da yaxşılaşdırılmasına səbəb olmaqla bərabər, Avrasiya məkanında trans-nəqliyyat sistemlərinin qovşağını yaratmaqla yanaşı, Asiya və Avropa dövlətləri ilə inteqrasiyanın daha da dərinləşməsinə səbəb olacaqdır. Daha doğrusu Çindən başlayaraq Mərkəzi Avropaya, oradan Böyük Britaniyaya qədər dəmiryol xəttinin uzanması bu marşrutun iqtisadi və geosiyasi əhəmiyyətini daha da artıracaq. Təxmini hesablamalara görə bu layihənin ümumilikdə "Şərqi-Qərb" marşrutu sistemində ən çox rentabelli nəqliyyat dəhlizinə çevrilməsinə çox böyük imkanların olmasını göstərir. Proqnozlara görə, Bakı-Tbilisi-Qars dəmir yolu ilə ilk mərhələdə bir milyon sərnişin, təxminən 7 milyon ton yük daşınacaq, ikinci mərhələdə, yəni 2020-ci ildən sonrakı dövrlərdə dəmir yolunun gücü daha da artacaq və regionda ən rentabelli, iqtisadi cəhətdən sərfəli, xüsusilə təhlükəsizlik baxımından daha təminatlı nəqliyyat sistemi olacaqdır. Bakı-Tbilisi-Qars dəmir yolu ilə yükdaşımaların həcmnin 20 milyon tona, sərnişindaşımaların isə 3 milyon nəfərə çatacağı gözlənilir.

"Şimal-Cənub" beynəlxalq nəqliyyat dəhlizinin reallaşması istiqamətində də Azərbaycan Respublikası, Rusiya Federasiyası və İran İslam Respublikası dəmiryol rəhbərləri bir neçə dəfə üçtərəfli görüşlər keçirmişdir. Azərbaycan Respublikasının Prezidenti Cənab İlham Əliyev ölkəmizin bu dəhlizdə iştirakının birmənalı tərəfdarı olduğunu bildirmişdir. Ümumiyyətlə, hər üç ölkə "Şimal-Cənub" beynəlxalq nəqliyyat dəhlizinin reallaşmasında maraqlıdır. Son nəticə etibarlı ilə yükdaşımaların həcmnin artması, ölkələr arasında əməkdaşlığın daha da genişləndirilməsi kimi vacib amillər bu layihənin reallaşacağı halda perspektivdə özünü qabarıq şəkildə büruzə verəcəkdir.

Ümummilli Liderimiz Heydər Əliyevin müdrik və məqsədyönlü siyasəti nəticəsində ölkədə siyasi və iqtisadi sabitlik respublikanın, o cümlədən, nəqliyyatın sosial-iqtisadi inkişafının mühüm şərtlərindən biridir və bu siyasət bu gün də uğurla davam etdirilir. Beynəlxalq təşkilatların işində Azərbaycanın fəal iştirakı və global layihələrə cəlb edilməsi onun etibarlı tərəfdaş olmasını göstərir. Azərbaycan bunu TRASEKA proqramında fəal iştirakı ilə sübut etmişdir. Böyük "İpək Yolu"nun bərpası üzrə layihənin reallaşmasında aparıcı rola malik olan Azərbaycan dəmir yolu nəqliyyatı üzərinə düşən vəzifələrin yerinə yetirilməsinin öhdəsindən tamamilə gəlir.

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti Cənab İlham Əliyev tərəfindən Azərbaycan Respublikası regionlarının 2004 - 2008-ci və 2009 - 2013-cü illər üçün sosial - iqtisadi inkişaf proq-

ramının təsdiq edilməsi haqqında fərmanın imzalanması və Astara (Azərbaycan) - Astara (İran) yeni dəmir yolu xəttinin çəkilişinin ora daxil edilməsi də buna əyani sübutdur.

Eyni zamanda, “Şimal - Cənub” nəqliyyat dəhlizinin tam gücü ilə fəaliyyət göstərəcəyi təqdirdə Avropa ölkələrinin, Rusiyanın, Orta Asiya və Qafqaz regionunun Fars körfəzinə və Hindistana çıxışına, Xəzəryanı ölkələrin dəniz limanları ilə ticarət əlaqələrinin intensivləşdirilməsinə şərait yaradacaqdır. Həmin dəhliz Avropa - Cənubi Asiya - Yaxın Şərq arasında dəniz yolu daşınmalarının, müvafiq olaraq dəniz yolunun istər yerli, istərsə də tranzit daşınmalarından əldə etdiyi gəlirləri artırmağa imkan verəcəkdir. Digər tərəfdən, sabit gəlir mənbəyi kimi əhalinin məşğulluğunun tənzimlənməsində, işsizliyin aradan qaldırılmasında “Şimal - Cənub” nəqliyyat dəhlizi mühüm rol oynayacaq. Regional əməkdaşlıq sahəsində ölkələrarası əlaqələrin daha da genişləndirilməsində dəhlizin inkişafının mühim rol oynayacağı da şübhəsizdir. Fəaliyyətə başlayacağı ilk illərdə daşıma proqnozlarına əsasən Azərbaycan sahəsi üzrə yük axınının həcmnin 5-7 milyon ton artacağı gözlənilir. Daha sonralar isə Azərbaycan sahəsində yükdaşımaların həcmnin ildə 15 milyon tondan çox artacağı proqnozlaşdırılır. Azərbaycan tərəfi həmçinin Yalama-Astara dəmir yolu sahəsində (uzunluğu 511 kilometrdir) bu layihə çərçivəsində xeyli yenidənqurma, abadlıq və bərpa işləri aparmağı nəzərdə tutmuşdur. O cümlədən, Yalama stansiyası rekonstruksiya olunmalı, Osmanlı - Astara sahəsində Xəzər dənizinin səviyyəsinin uzun illər qalxması nəticəsində yuyulub dağılmış enerji təchizatı xətləri, rabitə qurğuları yenidən qurulmalıdır. Artıq bu sahədə bir sıra zəruri tədbirlər görülür. Hazırda MDB ölkələri sırasından rəsmi olaraq Qazaxıstan, Azərbaycan və Belarus Respublikaları “Şimal - Cənub” beynəlxalq nəqliyyat dəhlizinə qoşulmuşdur. Daha bir neçə ölkə - Tacikistan, Oman, Suriya, Ukrayna, Bolqarıstan, Ermənistan, Bəhreyn, Filippin, İndoneziya da bu dəhlizə qoşulmaq niyyətindədir.

Ölkədə nəqliyyat sektorunun iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsində Xəzər dənizi hövzəsindən yük və sərnişin daşımalarında istifadə istiqamətləri daha da genişləndirilməlidir. Hər şeydən əvvəl respublikamızın Müstəqil Dövlətlər Birliyi üzvü olan ölkələrarası iqtisadi əlaqələrin inkişafında Xəzər dənizi ilə daşımaların həcmi getdikcə artırılmalıdır. Nəzərə alsaq ki, dünyada yeganə dənizdir ki, ilin bütün fəsillərində imkanlar vardır. Qış fəslində onun səthi buzlaşmır. Belə ki, Xəzərin sahilində yerləşən Rusiya, Türkmənistan, Özbəkistan və Qazaxıstan Respublikaları ilə Azərbaycanın iqtisadi nəqliyyat əlaqələrinin daha da intensivləşdirilməsində ən əlverişli imkanlardan hələ də tam istifadə edilmir. Bu baxımdan qeyd edilən ölkələrlə yanaşı Qara dəniz, Aralıq dənizi, Sakit, Atlantik və Hind okeanları hövzəsi ətrafındakı dövlətlərlə də iqtisadi – ticarət əlaqələrini bir neçə dəfə artırmağa real imkanlar və şərait vardır.

Araşdırmalar və dünya təcrübələri sübut edir ki, dəniz vasitəsilə ən ağır və iri qabaritli yüklərin daşınması ən ucuz başa gəlir. Təhlil göstərir ki, nəqliyyat növləri ilə müqayisədə istər yük və istərsə də sərnişin daşımalarında ən ucuz nəqliyyat növü dəniz nəqliyyatı hesab edilir. Bu baxımdan ölkəmizdən ixrac edilən və xarici ölkələrdən Azərbaycana idxal edilən sənaye malları, xüsusilə maşın, avadanlıqlar, tikinti materiallarının, əsasən dəniz yolu ilə daşınması iqtisadi cəhətdən daha sərfəlidir. Araşdırmalar göstərir ki, son illərdə dəniz yolu ilə daşımaların xüsusi çəkisi xeyli azalmışdır. Halbuki, buna heç cür yol vermək olmaz, bu mühüm nəqliyyat növündən maksimum istifadə edilməlidir.

Bizə belə gəlir ki, nəqliyyat sektorunun iqtisadi səmərəliliyinin daha da yüksəldilməsi məqsədilə bütün nəqliyyat növlərindən qarşılıqlı tam istifadə etmək lazımdır. Məlum məsələdir ki, hər bir nəqliyyat növünün özünəməxsus üstünlükləri və çatışmayan cəhətləri də vardır. Odur ki, istər yük və istərsə də sərnişin daşımalarında, nəqliyyat növləri düzgün seçilməlidir. Daha doğrusu, elə planlaşdırmaq lazımdır ki, hər ton-kilometr məsafəyə çəkilən xərclər az olmuş olsun. Dünya təcrübəsində avtomobil nəqliyyatının bir sıra üstünlükləri məlumdur. Bu üstünlüklərdən ən başlıcası bu nəqliyyatla daşınan yük və sərnişinlərin birbaşa nəzərdə tutulan nöqtəyə maneəsiz olaraq çatdırılmasıdır. Bu nəqliyyat növü ilə əlverişli yol şəraitində yaxın və uzaq məsafələrə əlavə

əməliyyatlar aparmadan daşımalar (yük və sərnəşin) əsasən öz vaxtında nəzərdə tutulmuş məntə-qələyə çatdırılmış olur.

Bir sözlə, Respublikamızın Prezidenti cənab İlham Əliyevin nəqliyyat sahəsinə göstərdiyi mütəmadi diqqət və qayğısı ilə bundan sonra da beynəlxalq əhəmiyyətli iri layihələr həyata keçiriləcəkdir.

Ədəbiyyat

1. "Nəqliyyat haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu. 11 iyun 1999-cu il. №683-İQ.
2. "Avtomobil Nəqliyyatı haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu. 01 aprel 2008-ci il.
3. "Avropa - Qafqaz-Asiya" dəhlizinin inkişafı üzrə beynəlxalq nəqliyyat haqqında Əsas Çoxtərəfli Sazişin təsdiq edilməsi barədə Azərbaycan Respublikasının Qanunu. 30 oktyabr 1998-ci il, № 535-İQ.
4. "Azərbaycan Respublikası ərazisində beynəlxalq avtomobil daşımalarını tənzimləyən icazə sistemi haqqında" Əsasnamə. 1997-ci il.
5. Маликов О.Б., Павлов В. Е. Концепция Программы развития транспортной системы Северо-Западного региона России. СПб: Российская Академия Транспорта. 1997 г. 150 стр.

М.А.Мамедов

dissertant Azərbaycan Dövlət İqtisadiyyat və Ticarət Universiteti

Перспектива развития иностранных транспортных связей Азербайджана

Резюме

В статье рассматриваются основные направления дальнейшего развития международных транспортных связей Азербайджана и путей интеграции в мировое общество. В работе отмечается, что возможности совершенствования и развития транспортных инфраструктур в стране. Наряду с этими отмечается, что геостратегическое расположение республики позволяет ему быть выгодным местом для транзитных перевозок разнообразных грузов между государствами Европы, Центральной Азии и Ближнего Востока. В этой связи в работе даются прогнозы до 2015 года для дальнейшего развития международных транспортных связей в Азербайджане.

Ключевые слова: транспортные связи, интеграция, региональные проекты, направления реализации.

М.А.Маммадов

*Azerbaijan State Economic University
Candidate for degree*

Prospects of development of foreign transport relations of Azerbaijan

Summary

The article analyses main directions of the further development of international transport relations of Azerbaijan and ways of integration with the world community. It is noted in the work that capabilities of improvement and development of transport infrastructure in the country increase. Along with that it is noted that geostrategic location of the republic allows it to be an advantageous place for transit transportations of various cargos between states of Europe, Central Asia and Middle East. Forecasts of the further development of international transport relations in Azerbaijan till 2015 are given thereupon.

Key words: transport condition, integration, regional project, realising direction.

UOT 339.924

Vasif Vaqif oğlu QURBANOV

AZƏRBAYCANIN DÜNYA İNTEQRASIYA PROSESİNƏ QOŞULMASININ MÜASİR VƏZİYYƏTİ

Xülasə

Məqalədə mövzuya dair mövcud ədəbiyyatların öyrənilib ümumiləşdirilməsi əsasında beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin iştirakçıları və formalarının təşkili, onların əlamətlərinə görə təsnifatı şərh edilmiş, çoxillik statistik məlumatlardan istifadə edərək Azərbaycanın dünya inteqrasiya prosesinə qoşulmasının, eləcə də xarici ticarət əlaqələrinin Türkiyə və ölkə qrupları üzrə müasir vəziyyəti təhlil edilib qiymətləndirilmiş, müvafiq ehtiyat imkanları aşkar edilərək, onlardan səmərəli istifadə olunmasına dair təklif və tövsiyələr işlənmişdir.

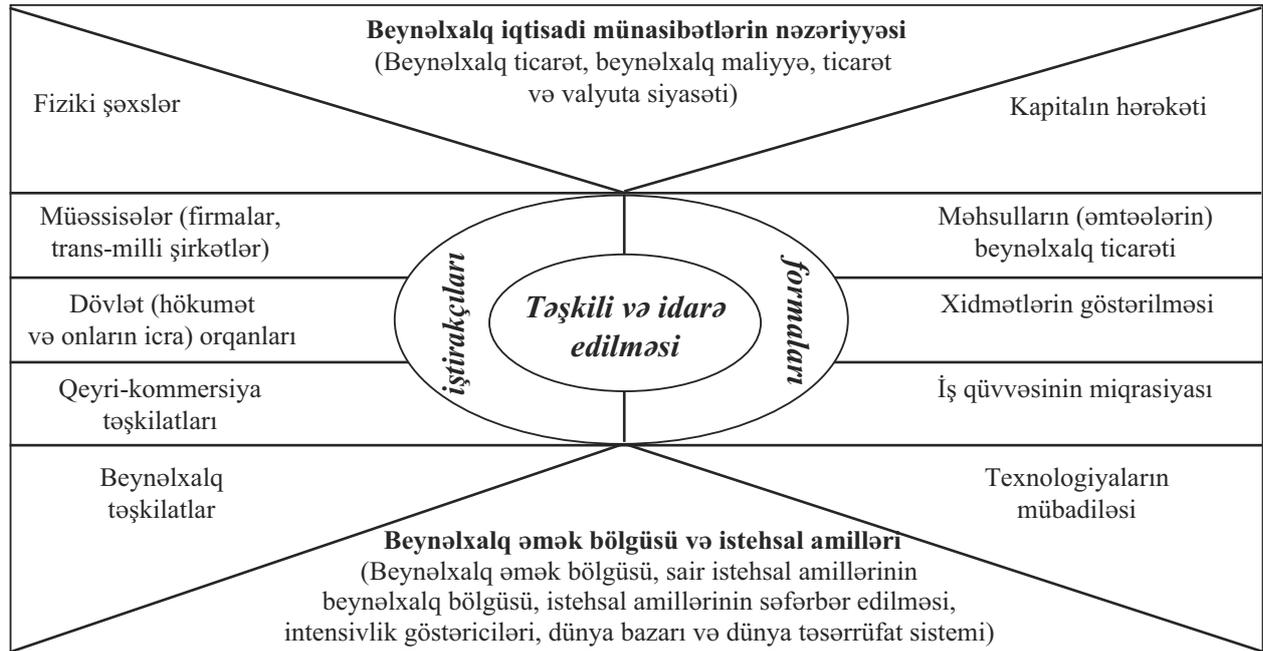
Açar sözlər: inteqrasiya prosesi, xarici ticarət əlaqələri, ölkə qrupları.

Giriş

Müasir şəraitdə ölkəmizdə aparılan elmi-nəzəri tədqiqatların başlıca vəzifəsi Azərbaycanın bazar subyektlərinin dünya təsərrüfatı sistemində qovuşmasının strategiyasını və taktikasını işləyib hazırlamaqdan ibarətdir. Bu baxımdan ölkəmizin xarici iqtisadi əlaqələri onun iqtisadiyyatının inkişafında müstəsna rol oynayır ki, bu da qlobal islahatlar prosesini həyata keçirmək və inkişaf etdirmək imkanı yaratmışdır. İnkişafın milli strategiyasının formalaşması xarici əlaqələrdə özünü parlaq surətdə nümayiş etdirir. Əgər 2000-ci ildə Azərbaycan dünyanın 122 ölkəsi ilə xarici ticarət əlaqəsi aparmışdırsa, 2012-ci ildə onların sayı 156-ya çatmış və həmin dövrdə xarici ticarət dövriyyəsinin həcmi 11,5 dəfə artmış və uzun illərdir ki, bu sahədə yüksəl saldo əldə edilmişdir. Lakin hələ də ölkəmizə gətirilən məhsulların sayı ixrac edilən məhsulların sayını bir neçə dəfə üstələyir. Azərbaycanın Türkiyənin də daxil olduğu İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı ilə xarici ticarət əlaqəsinin ixrac prosesindəki xüsusi çəkisi ildən-ilə azalmaqdadır. Ölkəmizin regionları üçün irimiqyaslı sənayenin inkişaf proqramları ləng həyata keçirilir. İnteqrasiya prosesinin sürətləndirilməsi üçün zəruri olan, ölkələrarası əlaqələrdə müstəsna rol oynayan transmilli strukturların yaradılmasında da xeyli boşluqlar qalmaqdadır ki, bu da iqtisadiyyatın diversifikasiyalasdırılmasına və istehsal infrastrukturunun yeniləşməsinə, mütərəqqi texnika və texnologiyaların cəlb edilməsinə mənfi təsir göstərir. Azərbaycanda müştərək fəaliyyətin təşkili prosesində də bəzi uyğunsuzluqlara yol verilir. Odur ki, qeyd edilən istiqamətlərdə mövcud geriliyi aradan qaldırmaq üçün konkret təklif və tövsiyələrin işlənilməsinə ehtiyac duyulur.

Beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin iştirakçıları və formaları. Müasir dünya təsərrüfatında ictimai əmək bölgüsünün təkamülü beynəlxalq miqyasda millətlərarası əmək bölgüsünün öz çərçivəsindən kənara çıxmasına gətirib çıxarmışdır. Korporasiyalararası əmək bölgüsü formalaşmış, onun yeni sahələri yaranmış və nəticədə bu artıq iqtisadi sərhədlərin milli sərhədlərlə bir-birinə uyğun gəlməməsinə səbəb olmuşdur. Bunu şərtləşdirən başlıca amillər isə beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin (BİƏ) formalarının və iştirakçılarının sayının artması və məzmununun dəyişməsidir. Sonuncunun elmi bazası beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin (BİM) nəzəriyyəsinə söykənir. Müasir reallıqlar çərçivəsində BİƏ-nin formaları içərisində: kapitalın hərəkəti, məhsulların və xidmətlərin beynəlxalq ticarəti, iş qüvvəsinin miqrasiyası, texnologiyaların mübadiləsi istiqamətləri daha çox yayılmışdır. BİƏ-nin iştirakçıları təkcə fiziki şəxslər deyil, transmilli şirkətlər, qeyri-kommersiya və beynəlxalq təşkilatlar, eləcə də hökumətin icra orqanlarıdır. Onların fəaliyyəti beynəlxalq əmək

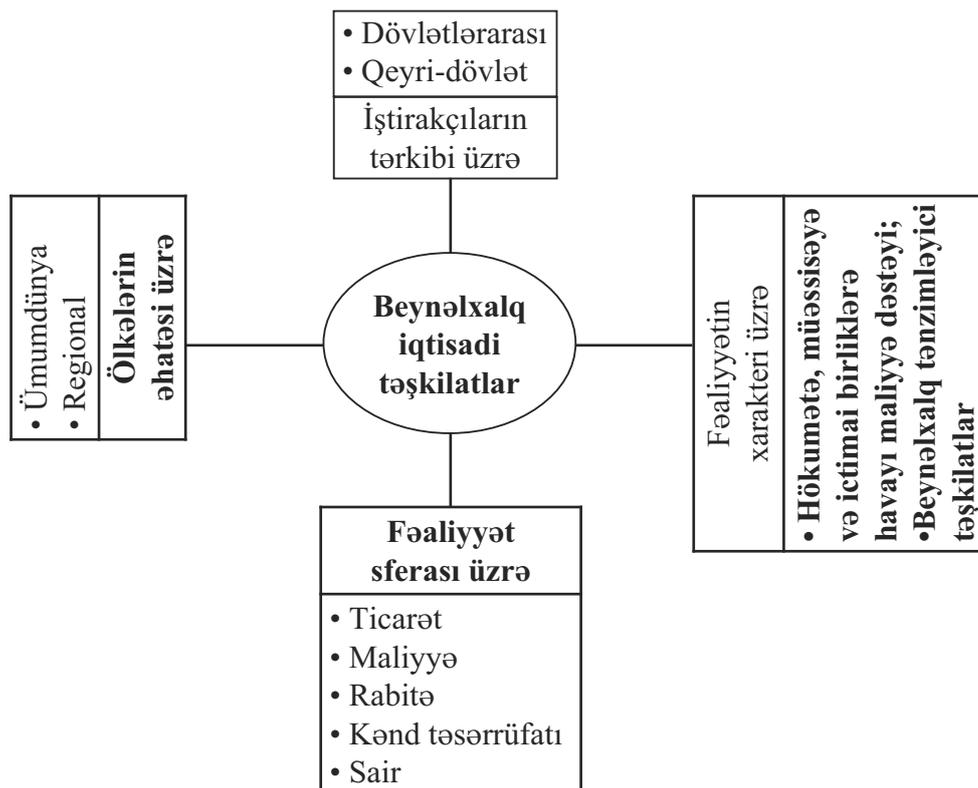
bölgüsü və istehsal amillərinin qarşılıqlı əlaqəsi və tamlığı şəraitində səmərəli olur (şəkil 1).



Şəkil 1. Beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin iştirakçıları və formalarının təşkilinin prinsiplial sxemi

Müasir bazar iqtisadiyyatının hakim olduğu dünyada ölkələrarası əlaqələr: transmilli strukturlar, transmilli korporasiyalar, müəssisələrin xarici filialları, bankları, xidmət sahələri, beynəlxalq kommunikasiya xətləri, infrastruktur, xüsusi beynəlxalq təşkilatlar, müəssisə birlikləri, idarələr və s. formalarında həyata keçirilir. Əgər bu cür təşkilati-funksional strukturlara diqqətlə nəzər yetirsək, onların daxili üsullərinin təkrarlandığını görmək çətin deyildir. Bu təşkilati strukturların hər biri təsərrüfat özəyi kimi, digər subyektlərlə əlaqədə, fəaliyyətin iqtisadi mühitinə görə fərqlənirlər. Lakin, eyni zamanda, bunların köməyi ilə ənənəvi çərçivəyə yerləşməyən yeni strukturlar da yaratmaq mümkündür. Transmilli əsaslarla hərbi, intellektual, maliyyə, sənaye və digər xarakterli strukturların mövcudluğu bunu təsdiq edir. Bazar iqtisadiyyatı bu cür strukturların yaranmasına və inkişafına yeni keyfiyyət verir. Yeni maliyyə-kredit-bank sisteminin formalaşması, onların hüquqi bazalarının təkmilləşdirilməsi, qanunvericilik aktlarında baş verən dəyişikliklər nəticədə dünya təsərrüfat subyektlərinə xas olan strukturların yaradılmasına səbəb olur [3].

Bütünlükdə beynəlxalq iqtisadi təşkilatları: iştirakçıların tərkibi, ölkələrin əhatəsi, fəaliyyətin xarakteri və sferaları üzrə təsnifləşdirmək olar (şəkil 2). Ədalət naminə qeyd etmək lazımdır ki, son illər ölkəmizdə mütərəqqi idarəetmə strukturlarının (holdinqlər, xarici və müştərək müəssisələr, texnoparklar, sənaye şəhərcikləri, səhmdar cəmiyyətləri) yaradılması istiqamətində məqsədli addımlar atılmış və bu prosesin “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” Konsepsiyası çərçivəsində intensivləşməsi nəzərdə tutulmuşdur. Lakin respublikamızda hələ də tam səlahiyyətli maliyyə- sənaye qruplarının (MSQ) və transmilli şirkətlərin (TMS) yaradılması prosesi ləng həyata keçirilir. Fikrimizcə, ölkəmizdə innovasiya yönümlü iqtisadiyyatın inkişafı üçün MSQ və TMS-lərin yaradılması prosesi intensivləşdirilməlidir. Yeri gəlmişkən onu da qeyd etmək lazımdır ki, hazırda dünyada 80 mindən çox TMS fəaliyyət göstərir ki, onların da xarici firmalarının sayı 830 mindən çoxdur.



Şəkil 2. Beynəlxalq iqtisadi təşkilatların əlamətlərinə görə təsnifatı.

Dünyanın ən iri 500 TMSŞ-ləri işərisində ən vacib rolu 4 kompleks oynayır; elektronika, neft emalı, kimya və avtomobil. TMSŞ-lərin ümumi məhsul satışının 80%-i bu komplekslərin payına düşür. TMSŞ-lərin əksər hissəsi ABŞ, Avropa və Yaponiyada yerləşir, onların istehsal etdikləri məhsulun həcmi ildə bir trlyn. dollardan çoxdur. Hesab edirik ki, ARDNŞ-nin müasir strukturu və inkişaf səviyyəsi onun TMSŞ-yə çevrilməsini şərtləşdirir. Ölkədə bank sisteminin təkmilləşdirilməsi də yaxın gələcəkdə MSQ-lərin yaradılmasına təminat verə bilər.

Azərbaycanın xarici ticarət əlaqələri. Azərbaycanda aparılan uğurlu iqtisadi, siyasi, demokratik və hüquqi islahatlar nəticəsində xarici siyasət kursunda pozitiv dəyişikliklər baş vermişdir. Qərb yönümlü fəal xarici siyasətlə yanaşı Şərqlə də meyl güclənmişdir.

Azərbaycan dünya ölkələri içərisində qlobal islahatlar prosesini həyata keçirir və inkişaf edir. Hər şeyi əhatə edən qloballaşdırma daxili və xarici fəaliyyət dairələri, daxili və xarici siyasət arasındakı sərhədləri aradan qaldırır.

1994-cü ildə “Əsrin müqaviləsi” adlanan ilk neft müqaviləsi imzalandıqdan sonra xarici investitorların Azərbaycana marağı artmış, müqavilələrin və xidmət işləri ilə əlaqədar subkontraktların həyata keçirilməsinə 400-dən artıq xarici şirkət cəlb edilmişdir. Dövlət Neft Fondunun yaradılması, “Bakı-Tbilisi-Ceyhan”, “Bakı-Tbilisi-Ərzurum” neft-qaz kəmərlərinin uğurla istifadəyə verilməsi, Trans-Anadolu qaz kəməri layihəsinin reallaşması sazişinin gerçəkləşməsi, Böyük İpək Yolunun bərpası, TRASEKA layihəsinin həyata keçirilməsi, fasiləsiz olaraq 20 il ərzində Azərbaycanda Xəzər neft-qaz sərgisinin təşkili, “Bakı-Tbilisi-Qars” dəmir yolunun inşası, xarici iqtisadi əlaqələrin genişləndirilməsi əsasında ölkəmizin sosial-iqtisadi inkişafı yeni mərhələyə qədəm qoymuş, onun beynəlxalq miqyasda mövqeyi möhkəmlənmişdir. Bu gün Azərbaycan MDB məkanında bir-baş a xarici sərmayələrin qoyuluşuna görə birinci yerdədir. Ötən 20 il ərzində Azərbaycanın strateji tərəfdaşlıq imkanları yüksək zirvələrə qalxmışdır.

Azərbaycanın Avropanın enerji təhlükəsizliyindəki önəmi ildən-ildə artmaqdadır. Bu gün artıq

Azərbaycan iqtisadiyyatı rəqabətqabiliyyətliyinə görə dünyada 39-cu yerdə qərarlaşmışdır. Azərbaycanın Ümumi Daxili Məhsulunun əsas hissəsi qeyri-neft sektorunda formalaşır. Dövlətin xarici siyasəti milli maraqlara söykənir.

Əgər 2000-ci ildə Azərbaycan dünyanın 122 ölkəsi ilə xarici ticarət əlaqəsi aparmışdırsa, 2012-ci ildə onların sayı 156-ya; o cümlədən idxal tərəfdaşlarının sayı 144-ə; ixrac tərəfdaşlarının sayı isə 110-a çatmışdır (cədvəl 1).

Cədvəl 1

Azərbaycanla xarici ticarət əlaqəsi yaradan ölkələrin sayı

| İllər | | Xarici ticarət əlaqələri olan ölkələrin ümumi sayı | O cümlədən | |
|---|----------------------|--|--------------------|--------------------|
| | | | İdxal tərəfdaşları | İxrac tərəfdaşları |
| 2000 | | 122 | 118 | 84 |
| 2005 | | 135 | 132 | 97 |
| 2010 | | 148 | 132 | 111 |
| 2011 | | 151 | 139 | 106 |
| 2012 | | 156 | 144 | 110 |
| Artım tempi, faizlə | 2000-2005-ci illərdə | 110,6 | 111,9 | 115,5 |
| | 2005-2010-cu illərdə | 109,6 | 100,0 | 114,4 |
| | 2011-2012-ci illərdə | 103,3 | 103,6 | 103,8 |
| *) Cədvəl AR DSK-nın “Azərbaycanın xarici ticarəti” illik statistik məcmuələrin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilib hesablanmışdır. | | | | |

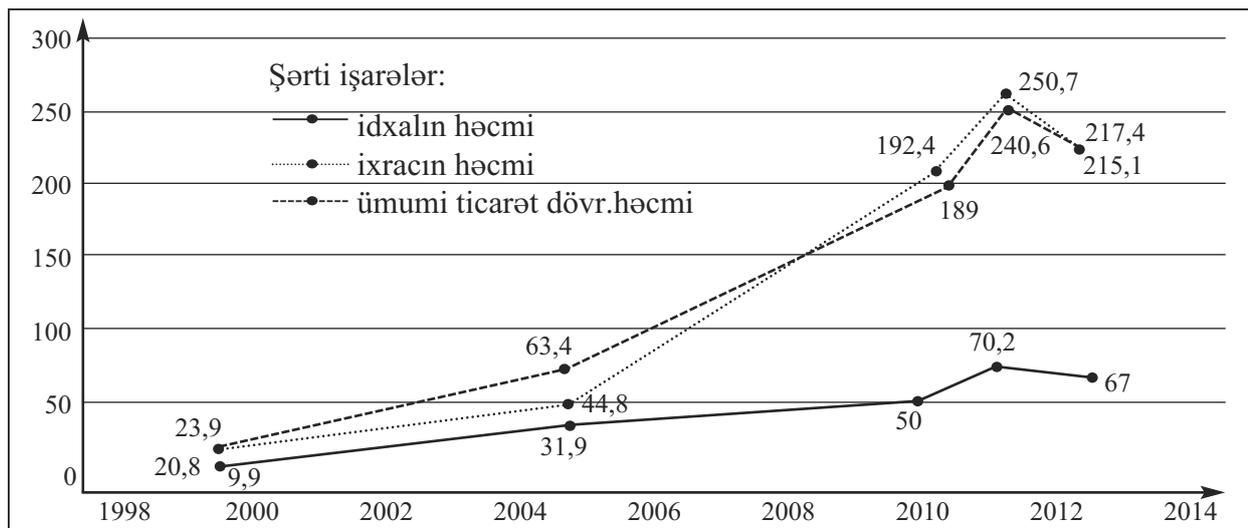
Həmin illər ərzində xarici ticarət dövriyyəsinin həcmi 11,5 dəfə, idxalın həcmi – 8,2 dəfə, ixracın həcmi isə- 13,7 dəfə artmışdır. 2008-ci ildə ixracın həcmi idxalın həcmi, 6,7 dəfə, 2010-cu ildə -3,2 dəfə; 2012-ci ildə isə- 2,5 dəfə üstələmişdir. Əgər 2000-ci ildə Azərbaycanla xarici ticarət əlaqəsi aparan və bir ölkəyə düşən ticarət dövriyyəsinin həcmi 23,9 mln. doll., o cümlədən idxal həcmi 9,9 mln. doll., ixrac həcmi isə -2,8 mln. doll. təşkil etmişdirsə, 2012-ci ildə onların sayı uyğun olaraq: 215,1; 67,0 və 217,4 milyon dollara çatmışdır. (şəkil 3)

Ölkə qrupları üzrə xarici ticarət əlaqələri. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin (ARDSK)rəsmi məlumatlarına görə təkcə 2005-2012-ci illər ərzində Azərbaycanın MDB ölkələri ilə idxal dövriyyəsi 169,4%; Avropa İttifaqı ölkələri üzrə - 2,1 dəfə; İslam Konfransı təşkilatları üzrə 2,5 dəfə; İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf təşkilatları üzrə 2,9 dəfə artmışdır, ixracın dövriyyəsi isə uyğun olaraq: 179,6%; 4,9 dəfə; 4,4 dəfə və 5,6 dəfə artmışdır.

Araşdırmalar göstərir ki, idxal və ixracın tərkibində Türkiyə də daxil olan İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatının (İƏİT) xüsusi çəkisi yüksəkdir. Belə ki, həmin qrupun 2005-ci ildə idxaldakı xüsusi çəkisi 44,9%, ixracda isə - 52,7% olduğu halda, 2012-ci ildə həmin nisbət uyğun olaraq: 56,4% və 53,4% olmuşdur.

Azərbaycanın həmin qrup ölkələrlə ixracındakı xüsusi çəkisi 2008-ci ildə 72,4% səviyyəsinə çatmışdır. Bütünlükdə, qeyd edilən illər ərzində Azərbaycanın Avropa ölkələri ilə - 2,2 dəfə; ixracın həcmi isə - uyğun olaraq: 4,6 dəfə və 61,4 dəfə artmışdır. Lakin həmin dövrdə idxalın strukturunda Avropa ölkələrinin xüsusi çəkisi azalmış, Asiya ölkələri üzrə isə artıb-azalan xətlə dəyişmişdir.

TMK-lar dünyada mövcud plan patent, lisenziya və “nou-hau”-nun təxminən 4/5-nə nəzarət edir. TMS xarici investisiyaların 70%-nə nəzarəti həyata keçirir, kimya və elektron məhsullarının 95%-ni, maşınqayırma məhsullarının 76%-ni reallaşdırır. TMS-lərin 60%-i istehsal sferasında, 30%-i xidmət, 3%-i emal və kənd təsərrüfatı sferasında məşğuldur.



Şəkil 3. Azərbaycanın xarici ticarət dövriyyəsinə əsasən ölkələrin iştirak səviyyəsi (mln. doll)

Türkiyənin də daxil olduğu İƏİT qrup ölkələrlə Azərbaycanın xarici ticarət əlaqələrinin quruluşunu özündə əks etdirən məlumatlar 2 sayılı cədvəldə əks etdirilmişdir. Cədvəlin məlumatlarından görüldüyü kimi, Azərbaycanın İƏİT qrup ölkələrlə həyata keçirdiyi idxalın xüsusi çəkisi 2000-ci ildə 50%-dən, 2012-ci ildə 56,4%-ə yüksəlmiş, ixracın xüsusi çəkisi isə, əksinə, 71,7%-dən 53,4%-ə enmişdir. Həmin qrup ölkələr içərisində Türkiyənin özünəməxsus mövqeyi olmuşdur. Belə ki, İƏİT qrup ölkələri üzrə bütün idxalın 2000-ci ildə - 21,9%-i; 2005-ci ildə - 27,9%-i; ixracın isə uyğun olaraq: 8,4; 12,0%; 1,45% və 4,7%-i Türkiyənin payına düşmüşdür. Görüldüyü kimi, İƏİT qrupunda idxalın strukturunda Türkiyənin yeri, ixracın strukturu ilə müqayisədə, daha dayanıqlı olmaqla dinamik xarakter daşmışdır. Deməli, Azərbaycanın Türkiyə ilə ixrac əməliyyatlarının səmərələşdirilməsi istiqamətində kompleks tədbirlərin işlənilməsi və həyata keçirilməsinə zəruri ehtiyac duyulur.

Cədvəl 2

Azərbaycanın Türkiyənin daxil olduğu İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı ilə xarici ticarət əlaqələrinin quruluşu

| Ölkə qrupu (ölkə) | İdxal-ixrac əməliyyatları | İ l l ə r | Ölkə qrupları içərisində xüsusi çəkisi, faizlə |
|---|---------------------------|-----------|--|
| İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı (İƏİT) | İdxal | 2000 | 50,0 |
| | | 2005 | 44,9 |
| | | 2010 | 45,6 |
| | | 2011 | 57,6 |
| | | 2012 | 56,4 |
| | İxrac | 2000 | 71,7 |
| | | 2005 | 52,7 |
| | | 2010 | 57,0 |
| | | 2011 | 67,1 |
| | | 2012 | 53,4 |
| Onlardan: Türkiyə | İdxal | 2000 | 21,9 |
| | | 2005 | 16,5 |
| | | 2010 | 25,6 |
| | | 2011 | 23,2 |
| | | 2012 | 27,9 |
| | İxrac | 2000 | 8,4 |
| | | 2005 | 12,0 |
| | | 2010 | 1,4 |
| | | 2011 | 2,6 |
| | | 2012 | 4,7 |

*) cədvəl ARDSK-nın “Azərbaycanın xarici ticarəti” illik Statistik məcmuəsinin məlumatları əsasında tərtib edilib hesablanmışdır.

Nəticə

Aparılan təhlil nəticəsində belə qənaətə gəlmək olar ki, Azərbaycanın dünya iqtisadi sistemində inteqrasiyası istiqamətində önəmli tədbirlər həyata keçirilir. Xarici ticarət dövryyəsinə cəlb edilən ölkələrin sayı, idxal-ixracın həcmi yüksələn xətlə artmaqdadır. Lakin ölkəmizin regionları üçün irimiqyaslı proqramlar ləng həyata keçirilir, inteqrasiya prosesinə qoşulmağı sürətləndirən idarəetmə formaları zəif tətbiq edilir. Müştərək müəssisələrin regional baxımından təşkilində də müəyyən boşluqlar mövcuddur. Respublikamızın dünya inteqrasiya prosesinə qoşulmasını sürətləndirmək üçün aşağıdakı təklif və tövsiyələrin nəzərə alınması məqsəduyğundur olardı:

- Ölkə iqtisadiyyatının diversifikasiyasını genişləndirmək, xarici investisiyaların və mütərəqqi texnologiyaların istehsal prosesinə cəlb edilməsi, müasir menecment formalarından istifadə məqsədi ilə transmilli şirkətlərin və sənaye maliyyə qruplarının sayının artırılması;

- Respublikamızın regionlarında xarici və müştərək müəssisələrin şəbəkələrinin genişləndirilməsi, həmin müəssisələrin yardılması və inkişafının stimullaşdırılması məqsədi ilə əldə etdikləri gəlirin yeni texnika və texnologiya ilə təmin edilməsinə, innovasiya fəaliyyətinin genişləndirilməsinə, yeni növ məhsulun mənimsənilməsinə sərf olunması;

- Regionlarda yaradılacaq müştərək müəssisələrin fəaliyyətinin yerli xammal hesabına idxalı əvəz edən məhsul istehsalına istiqamətlənməsi;

- İxrac məhsullarının sayının və həcmının ölkə qrupları üzrə artırılması istiqamətində təşkilati iqtisadi tədbirlərin həyata keçirilməsi;

- Emal sənayesi məhsullarının keyfiyyətinin və çeşidlərinin artırılması hesabına xarici ticarət dövryyəsinin strukturunun diversifikasiyası prosesinin intensivləşdirilməsi;

- Baltikyanı ölkələrlə xarici ticarət dövryyəsinin həcmının artırılması və strukturunun təkmilləşdirilməsi istiqamətində səylərin gücləndirilməsi;

- İxracın tərkibində son məhsulların xüsusi çəkisinin artırılması;

- Dövlətlərarası yeni infrastrukturların yaradılması və inkişaf etdirilməsi;

- Elmi-texniki və iqtisadi xarakterli, korporasiya yönümlü dövlətlərarası proqramların hazırlanması və həyata keçirilməsi istiqamətində səylərin artırılması;

- İnnovasiya yönümlü məhsulların istehsalı üçün texnoparkların, biznes-inkubatorların, sənaye şəhərciklərinin yaradılması prosesinə Türkiyə şirkətlərinin fəal cəlb edilməsi;

- Azərbaycanın xarici ölkələrə, o cümlədən, Türkiyəyə, investisiya qoymaq imkanlarının genişləndirilməsi və müştərək innovasiya layihələrinin emal sənayesində tətbiqinə nail olmaq;

- Azərbaycanla Türkiyə arasında ixrac məhsullarının həcmının və çeşidinin artırılması istiqamətində təşkilati-iqtisadi tədbirlərin işlənilməsi və həyata keçirilməsi;

- Milli iqtisadiyyata Türkiyə tərəfindən qoyulan investisiya-innovasiya layihələri üçün yeni sahələrin müəyyən edilməsi.

Ədəbiyyat

1. Azərbaycanın xarici ticarəti. Bakı, "DSK", 2010, 246 s.
2. Azərbaycanın xarici ticarəti. Bakı, "DSK", 2013, 275 s.
3. Qafarov Ş.S. Müasir iqtisadi sistem və qloballaşma. Bakı, "CBS", 2005, 632 s.
4. Международные экономические отношения. М, РОССПЭН, 2001, 512 с.

Васиф Вагиф оглы Курбанов

Современное состояние включения Азербайджана в мировой интеграционный процесс

Резюме

В статье на основе изучения и обобщения литературы, посвященной рассматриваемой проблеме, излагается организация участников и форм международных экономических связей и дается их классификация, используя многолетние статистические данные; проанализировано и оценено состояние включения Азербайджана в мировой интеграционный процесс, внешней торговле с Турцией и группой стран: выявлены соответствующие резервы и разработаны рекомендации по их рациональному использованию.

Ключевые слова: интеграционный процесс, внешнеторговые связи, группы стран.

Vasif Vagif Gurbanov

Current status of the inclusion of Azerbaijan in the process of global integration

Summary

On the basis of the study and synthesis of the literature on this problem, the organization sets out the parties and forms of international economic relations and their classification using a multi-year statistical data, analyze and evaluate the state of Azerbaijan's inclusion in the global integration process, the foreign trade with Turkey and the group of countries: Specific provisions are identified and recommendations for their management.

Keywords: integration process, foreign trade relations, groups of countries.

UOT 330.341.4:339.13

Nərgiz Şamil qızı XALIQOVA
Azərbaycan Kooperasiya Universitetinin
"Maliyyə" kafedrasının baş müəllimi,
Az.ETKİ və Tİ-nin dissertantı.

AQRAR BAZARIN TƏNZİMLƏNMƏSİNDƏ İDXAL-İXRAC ƏMƏLİYYATLARININ ROLU

Xülasə

Məqalədə respublikamızda aparılan idxal-ixrac siyasəti təhlil edilmiş, son illərdə bu sahədə görülmüş işlər nəzərdən keçirilmişdir. Bu siyasətin nəticələrinin aqrar bazara, onun durumuna və inkişafına, eləcə də bütövlükdə ölkənin kənd təsərrüfatına təsiri araşdırılmışdır. Həmçinin, aqrar bazarın tənzimlənməsinin xarici ticarət alətləri vasitəsi ilə təkmilləşdirilməsi yolları tədqiq edilmişdir.

Açar sözlər: aqrar bazar, idxal, ixrac, idxal-ixrac əməliyyatları, xarici ticarət, maliyyə siyasəti, gömrük siyasəti, vergi siyasəti, Ümumdünya Ticarət Təşkilatı.

Giriş

Hər bir ölkədə aqrar bazarın formalaşması və inkişafı müxtəlif amillərdən, o cümlədən, aqrar-sənaye kompleksində xarici iqtisadi fəaliyyətin həyata keçirilməsindən, ixrac potensialının yüksəldilməsindən, idxalın zərərli təsirlərinin neytrallaşdırılmasından, yerli müəssisələrin istehsal etdikləri məhsulların dünya bazarında rəqabət qabiliyyətinin artırılmasından, istehsalın texnoloji cəhətdən modernləşdirilməsinə xarici investisiyaların cəlb olunmasından və s.-dən bilavasitə asılıdır. Müasir şəraitdə ölkədə gedən iqtisadi proseslər araşdırılıb, təhlil edilməli, aqrar bazara müxtəlif amillərin mənfi və müsbət təsirləri tədqiq edilməlidir. Növbəti illərdə yerli istehsalçıların yeni bazarlara çıxışı üçün əlverişli şərait yaradılmalıdır.

Kənd təsərrüfatı məhsullarının dünya bazarına inteqrasiyasına təsir edən amillər

Son illər Azərbaycanda bu sahədə, yəni aqrar bazarın formalaşması və inkişaf etdirilməsi istiqamətində görülən tədbirlər nəticəsində o, dünya birliyinə inteqrasiya olunmaqdadır. Lakin bu proses çətin və ağırlı formada həyata keçir. Bu, müxtəlif amillərlə bağlıdır. Belə ki, dünya bazarında əmək məhsuldarlığı yüksək səviyyədədir, məhsulların reklamı lazımi səviyyədə təşkil olunmaqla yüksək rəqabətqabiliyyətinə malikdir. Bütün bunlar isə ölkə iqtisadiyyatının beynəlxalq aləmdə inteqrasiya prosesini bir qədər mürəkkəbləşdirir.

Ölkə bazarlarının dünya bazarına inteqrasiyasına təsir göstərən digər vacib amil dünya birliyi ölkələrinin yerli bazarlara müdaxiləsinin yüksək səviyyəsi və çoxcəhətli olmasıdır. Belə ki, inkişaf etmiş ölkələr iqtisadi əlaqələrinin genişləndirilməsi məqsədilə daim daha münasib və iqtisadi cəhətdən daha sərfəli əmtəə bazarları axtarışında olur. Bu baxımdan Azərbaycan geosiyasi və iqtisadi maraqların kəsişdiyi ərazidə yerləşir. Ümumiyyətlə, Azərbaycanın aqrar bazarı ilə dünya bazarının qarşılıqlı əlaqələrinə nəzər saldıqda yaranmış müxtəlif problemlər, xüsusilə respublikaya idxal olunan məhsulların qiyməti ilə yerli məhsulların qiymətləri arasındakı uyğunsuzluqlar diqqəti cəlb edir. Yəni bir çox hallarda respublikaya idxal olunan əksər məhsulların qiyməti yerli istehsalçıların məhsullarının maya dəyərindən aşağı səviyyədə olur və bu, məhsulların ölkə bazarına kütləvi şəklidə idxalına şərait yaradır. Belə hallar əhalisinin alıcılıq qabiliyyəti onların tələbatının 65%-i

səviyyəsində olan Azərbaycan Respublikası üçün ilk baxışda sərfəli görünür. Lakin yerli istehsalçıların öz məhsullarının qiymətini idxal məhsullarının qiymətlərinə uyğunlaşdırmaması onların iqtisadi maraqlarına çox ciddi mənfi təsir göstərir. Bütün bunlar isə nəticə etibarilə ölkənin aqrar bazarını müəyyən dərəcədə digər dövlətlərin təsir dairəsinə salır. Ona görə də aqrar bazarın, o cümlədən, ölkədaxili əmtəə istehsalçılarının iqtisadi mənafeyinə xarici amillərin zərərli təsirinin aradan qaldırılması üçün səmərəli qoruyucu vasitələrdən istifadə edilməsi zəruridir.

Ümumiyyətlə, aqrar bazarın dünya təsərrüfatçılıq sistemindəki yerinin və inkişaf istiqamətlərinin müəyyənləşdirilməsi xarici iqtisadi əlaqələrin, o cümlədən, idxal-ixrac əməliyyatlarının təşkilati səviyyəsi ilə bilavasitə bağlıdır. Son illər respublikada xarici-iqtisadi və ticarət əlaqələrinin yaxşılaşdırılması, Azərbaycan Respublikasında xarici ticarətin daha da liberallaşdırılması ilə bağlı tədbirlərin həyata keçirilməsi davam etdirilmişdir. Azərbaycan Respublikasında idxal və ixrac əlaqələrinin dinamikası aşağıdakı cədvəl 1-də göstərilmişdir.

Cədvəl 1.

Azərbaycan Respublikasında idxal və ixrac dinamikası (mln. ABŞ \$)

| İllər | Xarici ticarət dövriyyəsi | İdxal | İxrac | Saldo |
|-------|---------------------------|---------|----------|----------|
| 2005 | 855,3 | 4211,2 | 4347,1 | 135,9 |
| 2006 | 1163,8 | 5266,7 | 6372,2 | 1105,4 |
| 2007 | 11 771,7 | 5 713,5 | 6 058,2 | 344,7 |
| 2008 | 54 925,5 | 7 169,5 | 47 756,0 | 40 586,5 |
| 2009 | 20 826,9 | 6 127,0 | 14 699,9 | 8 572,9 |
| 2010 | 27 960,8 | 6600,6 | 21 360,2 | 14759,6 |
| 2011 | 36326,9 | 9756,0 | 26570,9 | 16814,9 |

Cədvəl Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir [1].

Təhlil göstərir ki, Bakı-Tbilisi-Ceyhan, Bakı-Tbilisi-Ərzurum neft-qaz kəmərlərinin fəaliyyət göstərməsi ixrac və idxalda fərqi daha da sürətlə artmasına gətirib çıxarmışdır. Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, əgər 2005-ci ildə xarici ticarət dövriyyəsinin həcmi 8,55 mlrd. dollar olmuşdursa, 2007-ci ildə xarici ticarət dövriyyəsindən əldə olunan göstərici 11,77 mlrd. ABŞ dolları, 2010-cu ildə 27,9 mlrd. ABŞ dollarına bərabər olmuşdur. Artıq respublikanın xarici ticarət əlaqələri nəinki yaxın qonşular sırasında mövcud olmuş, eyni zamanda yaxın qonşular sırasını tamamilə aşaraq Avropa Birliyi və Asiya ölkələri ilə də xarici ticarət əlaqələri kifayət qədər genişlənməmişdir.

2008-ci ildə Azərbaycanda xarici ticarət dövriyyəsi rekord həcmdə artımla müşahidə edilmişdir. Belə ki, 2008-ci ildə xarici ticarət dövriyyəsi təxminən 55 mlrd. dollara çatmışdır. Bu zaman ixrac da 68 dəfədən çox olduğu halda, idxal edilən məhsulun həcmi 30 faizdən bir qədər yüksək olmuşdur.

2010-cu ildə dünyanı bürüyən qlobal maliyyə böhranı Azərbaycana elə bir ciddi təsir göstərməsə də onun bir çox xarici ticarət tərəfdaşlarının ciddi fəsadlarla üzləşməsinə səbəb olmuşdur. Həmçinin, dünya bazarında neftin 1 barelinin qiymətinin ötən il ərzində 147 dollardan 78 dollara qədər aşağı düşməsi ixrac məhsullarının nominal qiymətlərinə təsir göstərmişdir. Məhz bütün bunlar təbii olaraq, xarici ticarət dövriyyəsinin həcmində də müəyyən azalmanın yaranmasına gətirib çıxarmışdır. Artıq bu zaman yenə də Azərbaycan əsas etibarilə ixracatçı tərəf kimi, çıxış etmişdir və iki dəfədən çox müsbət saldo qeydə alınmışdır. Belə ki, 2010-cu ildə Azərbaycan Respublikasının xarici ticarət dövriyyəsinin həcmi 27 mlrd. 960,8 mln. dollara bərabər olmuşdur.

Belə ki, 1995-ci il 28 mart tarixində qəbul edilmiş “İxracat vergisi haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanunu Respublika Prezidentinin 13 iyun 1997-ci il tarixli fərmanı ilə qüvvədən düşmüş və beləliklə, gömrük ixrac rüsumları ləğv edilmişdir. Gömrük idxal rüsumları Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 16 iyun 1997-ci il tarixli qərarı ilə azaldılaraq kənd təsərrüfatında canlı heyvanlar (damazlıq heyvanlar istisna olmaqla), taxıl və dənli bitkilər üçün 5% həcmində, kənd təsərrüfatı üçün gətirilən toxum, gübrə, yem, damazlıq heyvanlar, dərman preparatları, baytarlıq təbabətində tətbiq olunan dərman, bioloji preparatlar və baytarlıq ləvazimatları üçün götürülmüş, digər məhsul növləri üzrə isə onların gömrük dəyərinin 15%-i həcmində müəyyən edilmişdir.

Bütün bunları, yeni gömrük qanunvericiliyində baş verən dəyişiklikləri xarici iqtisadi əlaqələr sahəsində həyata keçirilən islahatların başlanğıcı kimi qiymətləndirmək olar. Çünki iqtisadi proseslərin müxtəlif istiqamətlərdə inkişafı bu sahədə həyata keçirilməsi nəzərdə tutulan tədbirlərin operativliyini və ardıcıl olaraq təkmilləşdirilməsini tələb edir.

Əlbəttə, idxal-ixrac əməliyyatlarında səmərəli nəticələr əldə etmək məqsədilə ixracın həvəsləndirilməsi və daxili bazarın ehtiyaclarının ödənilməsi istiqamətində həyata keçirilən bu tədbirlər son dərəcə vacibdir. Lakin sosial-iqtisadi proseslərin dəyişmə meyindən asılı olaraq görülməli tədbirlər və təkmilləşdirmələrin aparılması daha çevik olmalıdır. Bildiyimiz kimi, idxal olunan məhsulların qiyməti daxili bazarda qiymətlərin səviyyəsinə ciddi şəkildə təsir göstərir, nəticədə istehsalat olan marağ müəyyən dərəcədə aşağı düşür. Ona görə gömrük idxal rüsumları müəyyənləşdirilərkən respublika iqtisadiyyatı üçün xüsusi əhəmiyyət kəsb edən məhsul növləri üzrə ölkənin iqtisadi maraqları gözlənilməklə daxili istehsalçıların mənafeyi də diqqətdən yayınmamalıdır. Ümumiyyətlə, bütün hallarda ixrac potensialının artırılması, istehsalçıların iqtisadi maraqlarının təmin olunması, daxili aqrar bazarın ehtiyaclarının ödənilməsi və onun xarici bazarın zərərli təsirinə qorunması istiqamətində görülməli bütün tədbirlər sistemli şəkildə həyata keçirilməlidir.

Son illər Azərbaycan Respublikası Prezidentinin imzaladığı müqavilə və sazişlərə əsasən ölkəmiz azad ticarət zonası elan edilmiş, bir çox dövlətlərlə ikitərəfli və çoxtərəfli iqtisadi əlaqələr yaradılmışdır. Həmin saziş və müqavilələrə əsasən idxal edilən kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsulları üzrə ən aşağı vergi dərəcəsi ilə, bəzi növ əsas ərzaq məhsulları isə ölkəyə vergisiz gətirilə bilər. Bir sözlə, yaxın və uzaq xarici ölkələrlə Azərbaycan Respublikası arasında kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının sərbəst hərəkəti üçün əlverişli iqtisadi-hüquqi şərait yaradılmışdır.

Məhz bütün bunların nəticəsidir ki, ölkəmiz dünyanın bir çox dövlətləri ilə kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsulları üzrə sərbəst ticarət əlaqələrinə girmiş, beynəlxalq təşkilatlarla sıx əməkdaşlıq etməklə hazırda Ümumdünya Ticarət Təşkilatına üzv olmaq imkanlarını araşdırır.

Azərbaycan 1997-ci ilin iyununda ÜTT-yə üzv olmaq üçün müraciət etmiş və müşahidəçi statusunda bu təşkilata qəbul olunmuşdur. Elə həmin il ÜTT-də Azərbaycan üzrə tərkibində ABŞ, Avropa İttifaqını təmsil edən Almaniya, Yaponiya, Kanada, Türkiyə, İndoneziya və Tailand olan işçi qrup yaradılmışdır. Artıq bundan sonra Azərbaycan ÜTT-yə daxil olması üçün keçiriləcək birbaşa danışıqlarda iştirak edir.

Bu əlaqələrə qoşulmaqla Azərbaycan dünya təkrar istehsal prosesinə daha tez inteqrasiya olunacaq və bu əsasda da xarici iqtisadi fəaliyyətə istiqamətlənmiş perspektiv istehsal sahələri daha da inkişaf etdiriləcəkdir. Digər tərəfdən, müasir istehsal və idarəetmə texnologiyalarının idxalı imkanları daha da genişlənəcək və ölkəmizə birbaşa investisiya axını güclənəcək. Yerli istehsalçıların sağlam beynəlxalq rəqabətə qoşulması onlar üçün stimullaşdırıcı rol oynayacaqdır.

Lakin, bununla belə nəzərə almaq lazımdır ki, Azərbaycan ÜTT-yə daxil olarkən nəyisə əldə etdiyi kimi, nədənsə də imtina etməlidir. O, təşkilata daxil olarsa, ortaya bir sıra problemlər çıxacaqdır.

ÜTT-yə daxil olarkən Azərbaycan xarici ticarətin tənzimlənməsinin qeyri-tarif metodlarından imtina etməli olacaqdır ki, bu da daxili bazarın qorunması səviyyəsini aşağı salacaqdır.

Bununla yanaşı, Azərbaycan idxal tariflərinin səviyyəsini də aşağı salmağa məcbur olacaqdır. Nəzərə alsaq ki, yerli istehsalın əksər sahələrinin rəqabətqabiliyyətlilik səviyyəsi xeyli aşağıdır, onda xarici istehsalçıların ekspansiyasının kəskin güclənməsi milli istehsalın bir sıra sahələrinin tənəzzülünə gətirib çıxara bilər.

Odur ki, ÜTT-yə üzv olmaq məsələsində mütləqdir ki, milli maraqlar ön plana çəkilsin.

Bu zaman, həmçinin, fiskal problem də üzə çıxmağa bilər. Belə ki, idxal rüsumlarından əldə edilən vəsait dövlət büdcəsi gəlirlərinin 2,4 faizini təşkil edir. Vergi yığımları ilə vəziyyətin lazımi səviyyədə olmaması şəraitində gömrük ödənişlərinin aşağı düşməsinə kompensasiya etmək xeyli çətin olacaqdır.

Digər bir problem isə yerli istehsalçıların dövlət tərəfindən dəstəklənməsi ilə bağlıdır. ÜTT bu məsələdə kənd təsərrüfatı üzrə müəyyən qədər mülayimlik göstərsə də, ümumilikdə göstərilənlərin bu və ya digər formada həyata keçirilməsi ÜTT-yə görə digər üzv-ölkələrə qarşı ayrı seçkilikdir ki, bu da onun prinsiplərinə birbaşa ziddir.

Bütün yuxarıda deyilən mənfi və müsbətləri nəzərə almaqla, yerli kənd təsərrüfatı istehsalçılarını, aqrar bazarı və ümumilikdə bütün ölkə iqtisadiyyatını dünya bazarlarında keyfiyyətə yeni bir mərhələyə çıxarmaq üçün əlverişli zəmin yaratmaq mümkündür.

Nəticə

Aqrar bazarın tənzimlənməsində idxal-ixrac əməliyyatlarının rolu olduqca əhəmiyyətlidir. Buna görə də yerli kənd təsərrüfatı istehsalçıları müxtəlif dövlət proqramları vasitəsilə dəstəklənməli və həvəsləndirilməlidirlər.

Beynəlxalq ticarət əlaqələri genişləndirilməli, yerli kənd təsərrüfatı məhsullarının inkişaf etmiş ölkələrə ixrac edilməsi üçün əlverişli şərait yaradılmalıdır.

Eyni zamanda ölkədaxili istehsalçıların iqtisadi mənafeələrinin və onların xarici amillərin mənfi təsirindən qorunması təmin edilməlidir.

Ədəbiyyat

1. Azərbaycanın Statistik Göstəriciləri – 2012. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi. Bakı: Səda, 2012.

H.Ş.Халыгова

Роль импортно-экспортных операций в регулировании аграрного рынка

Резюме

В статье анализируется импортно-экспортная политика, проводимая в республике, рассмотрена работа, проделанная в этой области за последние годы. Исследовано влияние результатов этой политики на аграрный рынок и на сельское хозяйство в целом. Также исследованы пути совершенствования регулирования аграрного рынка посредством инструментов внешней торговли.

Ключевые слова: аграрный рынок, импорт, экспорт, импортно-экспортные операции, внешняя торговля, финансовая политика, налоговая политика, таможенная политика, Всемирная Торговая Организация.

N.Sh.Khaligova

The role of export-import operations in the regulation of the agricultural market

Summary

In the article analyzed the import-export policy in the Republic, considered the work done in this area in recent years. The influence of this policy on the agricultural market, and agriculture in general. Also explored ways to improve regulation of the agricultural market through instruments of foreign trade.

Keywords: agricultural market, import, export, import-export operations, foreign trade, fiscal policy, tax policy, customs policy, World Trade Organization.

**Jurnal “Kooperasiya” nəşriyyatının redaksiyasında
yığılıb səhifələnmiş və mətbəəsində çap edilmişdir.**

Çapa imzalanmışdır: 25.12.2013

Format: 60x84, 1/8

Fiziki çap vərəqi: 21,5

Tirajı: 300 nüsxə