

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ  
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ  
MAGİSTRATURA MƏRKƏZİ**

*Əlyazması hüququnda*

**Kərimli İsmayil Mehman OĞLU**  
(MAGİSTRANTIN A.S.A)

**“Kommersiya fəaliyyətinin inkişaf etdirilməsi strategiyasında bazar  
infrastrukturunun rolu”**

mövzusunda

**MAGİSTR DİSSERTASIYASI**

**İxtisasın şifri və adı:**

060411 “Kommersiya”

**İxtisaslaşma:**

“Bazar infrastrukturunu”

**Elmi rəhbər:**

i.f.d., b/m. Rzayeva.N.M

**Kafedra müdiri:**

i.e.d., prof. Şəkərəliyev.A.Ş

**BAKİ – 2017**

## MÜNDƏRİCAT

<b>GİRİŞ</b> .....	3-7
<b>FƏSİL I. BAZAR İNFRASUKTURUNUN MAHİYYƏTİ, FUNKSİYALARI VƏ ELEMENTLƏRİ</b>	
1.1. Bazar infrastrukturu haqqında ümumi anlayışı .....	8-14
1.2. Kommersiya fəaliyyəti ilə bazar infrastrukturunun inkişafının qarşılıqlı dialektik əlaqəsi .....	14-22
<b>FƏSİL II. BAZAR İNFRASUKTURUNUN ÖLKƏNİN İQTİSADI İNKİŞAFININ TƏMİN OLUNMASINDA ROLU</b>	
2.1. Sahibkarlıq infrastrukturunun formalaşdırılması iqtisadi artımın əsası kimi ...	23-36
2.2. Bank, birja və reklam bazarının infrastrukturunun iqtisadiyyatda rolu .....	36-58
<b>FƏSİL III. KOMMERSİYA FƏALİYYƏTİNİN İNKİŞAF ETDİRİLMƏSİ STRATEGİYASINDA BAZAR İNFRASUKTURLARININ TƏKMİLƏŞDİRİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ</b>	
3.1. Bazar infrastrukturunun idarə edilməsi problemləri və həlli yolları .....	59-77
3.2. Bazar infrastrukturunun idarə edilməsində iqtisadi effektivliyin təmin edilməsi yolları .....	78-87
<b>NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR</b> .....	88-90
<b>İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI</b> .....	91
<b>PEZİOM</b> .....	92
<b>SUMMARY</b> .....	93

## GİRİŞ

**Mövzunun aktuallığı:** Azərbaycan öz müstəqilliyini qazandıqdan sonra, sosial bazar iqtisadiyyatı modeli ilə bazar münasibətlərinin inkişafı sahəsində aparılan iqtisadi layihələr ölkə iqtisadiyyatının inkişafı və dünya bazarlarına daha tez inteqrasiya olunması üçün lazım olan infrastruktur layihələri yaradılmışdır. Belə bir zamanda ölkə iqtisadiyyatını formalaşdırmaq və onun dünya bazarında öz yerini təyin etməsi, eyni zamanda özünü möhkəmləndirməsi dövlətimizin ilk iqtisadi fəaliyyətlərinin prioritet istiqamətinə çevrilmişdir.

İqtisadiyyatın səmərəli idarə edilməsi xüsusilə maddi, maliyyə, əmək və başqa xamal və ehtiyatların təmin olunması səviyyəsindən asılıdır. Böyük miqdarda müxtəlif məhsulların bir məkanda konsentrasiyası üçün infrastruktur adlanan sistemdən istifadə edilir.

Ölkə iqtisadiyyatında bazar təsərrüfatı prinsiplərinin bərpa olunması üçün həyata keçirilən sosial, o cümlədən iqtisadi islahatlar çərçivəsində iqtisadiyyatımızın infrastruktur təminatı problemini və bazar münasibətləri sisteminin təşkilində bazar infrastrukturunun rolunun artması kimi məsələnin araşdırılması mühüm aktualıq və önəmlilik kəsb edir. Bu, hər şeydən öncə bazarın hərəkətə gətirən elementi hesab olunan infrastrukturunun funksiyasının genişlənməsini və mürəkkəb xüsusiyyət aldığı müasir iqtisadi zaman da ölkə iqtisadiyyatının inkişafına maniyə olan və əlverişli biznes mühitinin yaranamsız prosesini ləngidən az inkişaf etmiş infrastruktur təminatının mövcud olması və nəticə etibarıyla potensial dövr üçün iqtisadi artıma nail olmaq bu və ya başqa formada çətinləşməsinə bağlıdır. Bazar infrastrukturunun, eyni zamanda da istehsal vasitəsi bazarının infrastrukturunun intensiv inkişafı və təkmilləşdirilməsi mühüm problem olmaqla bərabər ölkə iqtisadiyyatının müasir bazar iqtisadi münasibətləri sisteminin tələbləri formasında qurulmasına xidmət edir. Təbii ki, mövcud problemlərin həlli ölkə iqtisadiyyatının sabit o cümlədən də dayanıqlı inkişafına zəmanət verir bununla yanaşı istehsalın və kommersiya fəaliyyətinin strukturlarının

səmərəli işləməsi üçün uyğun şəraiti yarada bilər o cümlədən təsərrüfat subyektlərinin daxili və xarici iqtisadi əlaqələr strukturunu daha ideyal vəziyyətə gətirə bilər.

**Problemin öyrənilməsi səviyyəsi:** Bazar infrastrukturunun nəzəri və metodoloji baxımdan tədqiqi sahəsində əsas fikir yaradıcıları R.Yoximsen, R.Nurkse, P.Rozenşteyn-Rodan, P.Samuelson, A.Yanqsona, Y.Şumpetera hesab olunmalarına baxmayaraq, ümumi bazar infrastrukturunu, eləcə də onun əsasını formalaşdıran 4 ayrı-ayrı elementlərin yaranması və fəaliyyəti ilə bağlı müxtəlif yanaşmalar xarici ölkə alimlərindən T.Q.Semenkov, V.P.Krasovski, V.A.Jamin, V.N.Xomelyanski, Y.A.Jaravin, E.Q.Russkov, İ.F.Çernyavski, N.Q.Qluşçı, A.İ. Koçerqa, A.A.Mazaraki, S.İ.Xvatova, A.T.Toşenko (infrastrukturun nəzəri mahiyyəti); R.Yoximsen, A.A.Auzan, A.İ.Kuznetsov, M.N.Yudenko (institusional infrastrukturun iqtisadi mahiyyəti); L.İ.Abalkin, A.A.Belyayev, E.M.Korotkov, V.N.Burkov, N.A.Korqin, D.A.Novikov, V.V.Kondratev, A.Kulman, L.Ş.Lofovski, E.B.Starodubçev, V.O.Fedoroviç, A.V.Novikov, T.A.Şilov (infrastrukturun idarəedilməsinin təşkilati-iqtisadi mexanizminin nəzəri əsasları) və başqalarının işləri elmi araşdırmalarda öz əksini tapmışdır. Əmtəə bazarı infrastrukturunun makroiqtisadi təhlili və bazar amillərinə söykənən tədqiqi respublikamızın iqtisadçı alimlərindən A.M.Əsədov, A.H.Səmədov, Ə.Q.Əlirzayev, F.P.Rəhmanov, İ.Ə.Mirzəyev, Q.N.Manafov, M.A.Əhmədov, R.M.Cəbiyev, T.İ.İmanov, T.C.Vəliyev, Ü.Q.Əliyev və digərləri bu mövzuda bazar infrastrukturunun tədqiqi mövzusunda elmi-praktiki cəhətdən böyük əhəmiyyət kəsbədən uğurlar əldə etmiş və bazar infrastrukturunun inkişafı ilə əlaqədar əsaslı təkliflər hazırlamışlar.

**Tədqiqatın predmeti və obyektini:** tədqiqatın predmetini bazar münasibətlərinin müasir inkişaf ənənələrini nəzərə almaqla kommertiya sahəsinin inkişafında bazarın infrastrukturunun formalaşması və inkişafı prosesində meydana çıxan iqtisadi münasibətlər təşkil edir. Tədqiqatın obyektini isə müasir iqtisadi şəraitində kommertiya fəaliyyətinin inkişafı üçün bazar infrastrukturunun formalaşması və inkişafı ilə bağlı

iqtisadi proseslər təşkil edir.

**Tədqiqatın məqsədi və vəzifələri:** Tədqiqatın məqsədi ölkəmizdə kommertiya fəaliyyətinin inkişaf etdirilməsi yollunda bazar infrastrukturunun rolunu və onun formalaşması və inkişafının nəzəri-metodoloji məsələlərini araşdırmaq, bu sahədə olan elmi işlələrin təhlilini aparmaq və mövcud təcrübənin kompleks tədqiq olunması əsasında dəqiq təklif və tövsiyələr işləyib hazırlamaqdan ibarətdir.

Mövcud məqsədə uyğun olaraq tədqiqat işində aşağıdakı vəzifələr qarşıya qoyulmuşdur:

- nəzəri və metodiki baxımdan “infstruktur” anlayışına həm iqtisadi kateqoriya, həm də iqtisadi sistem kimi yanaşmaları elmi cəhətdən əsaslandırmaq;

- iqtisadi münasibətlər sistemində infrastrukturun yerini müəyyənləşdirmək;

- kommertiya fəaliyyəti ilə bazar infrastrukturunun qarşılıqlı əlaqə və asılılığını müəyyən etmək;

- ayrı-ayrı bazar infrastruktur elementləri ilə kommertiya fəaliyyəti arasındakı əlaqələri öyrənilmək;

- bazar infrastrukturunun səmərəli idarə edilməsinin təşkili yollarını müəyyənəşdirmək.

**Tədqiqatın informasiya bazası və işlənməsi metodları:** ümumi, universal və spesifik metodlardan istifadə edərək mövzu tədqiq edilmişdir. Xüsusən də, kommertiya fəaliyyəti ilə bazar infrastrukturunun inkişaflarının arasındakı əlaqə dialektik metodologiya ilə tədqiq olunmuşdur. Bundan əlavə böyük ədədlər qanuna əsaslanaraq iqtisadi göstəricilər arasında korrelyasiya-reqressiya üsulu ilə əlaqələr öyrənilmişdir. Sivil infrastrukturun formalaşması və inkişafı sahəsində dünyanın və ölkəmizin aparıcı alimlərinin son illərdə apardıqları fundamental və tətbiqi xarakterli tədqiqatların əsas müddəaları və nəticələri, Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası, Azərbaycan Respublikasının sosial-iqtisadi inkişafına dair qanun və Dövlət Proqramları, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərman və Sərəncamları, Azərbaycan

Respublikası Milli Məclisinin və Nazirlər Kabinetinin qərarları, normativ hüquqi sənədlər dissertasiya işinin informasiya bazasını təşkil edir.

**Tədqiqat işinin elmi yeniliyi:** Tədqiqat işinin elmi yeniliyi müasir sosial-iqtisadi şəraitdə bazar infrastrukturunun perspektiv inkişaf istiqamətlərinin qiymətləndirilməsindən ibarətdir. Tədqiqat işinin elmi yeniliyini müəyyənləşdirən əsas nəticələrə və müdafiənin predmetini təşkil edən müddəalara aşağıdakılar aid edilir:

- sosial-iqtisadi sistemin mühüm elementi kimi “infrastruktur” anlayışına nəzəri və metodiki baxışların təhlili əsasında bu anlayışın iqtisadi kateqoriya və sistem kimi təbiəti müəyyənləşdirilmişdir;

- bazar infrastrukturunun mahiyyətinin müəyyənləşdirilməsinə sistemli yanaşma əsasında “bazar infrastrukturu” anlayışı formalaşdırılmışdır;

- komməriya fəaliyyətinə xidmət edən bazar infrastrukturunun sosial-iqtisadi münasibətlər sistemində yeri və rolu müəyyənləşdirilmişdir;

- infrastrukturun mühüm xüsusiyyətləri və funksiyalar nəzərə alınmaqla bazar infrastrukturu obyektləri qruplaşdırılaraq elementlər üzrə təsnifatı verilmişdir;

- maliyyə və məşğulluq sistemlərinin idarə edilməsinin yeni üsul və qaydaları, bu sistemlərin idarə edilməsinin öyrənilməsinin metodları göstərilmişdir.

**Tədqiqatın nəzəri və praktik əhəmiyyəti:** dissertasiyanın praktiki əhəmiyyəti kimi bazar infrastrukturu elementlərinin inkişafının komməriya fəaliyyətinin inkişafına təsirinin öyrənilməsindən çıxan nəticələrin köməyilə komməriya fəaliyyətinin və bazar infrastrukturunun inkişafının düzgün idarə edilməsi təşkil edir. Dissertasiyanın materiallarından: a) “Əmtəə bazarının infrastrukturu ilə əlaqəli dövlət proqramlarının işlənilməsində; b) ali tədris müəssisələrində “Əmtəə bazarının proqnozlaşdırılması”, “Bazar infrastrukturu”, “Logistika” və “Marketinq” kimi fənlərinin tədrisində, eləcə də rəhbər kadr və mütəxəssislərin yenidən hazırlanması kurslarında istifadə oluna bilər.

**Tədqiqat işinin quruluşu və həcmi:** tədqiqat işi giriş, üç fəsil, nəticə, ədəbiyyat siyahısından ibarətdir.

Dissertasiyanın ilk fəslində bazar infrastrukturunu və kommersiya fəaliyyəti anlayışlarının dəqiq müəyyənləşdirilməsi, həmçinin bu anlayışlar arasındakı əlaqələr tədqiq edilmişdir.

Dissertasiyanın ikinci fəslində sahibkarlıq infrastrukturunun iqtisadi inkişafda rolu tədqiq edilmiş, həmçinin bazar infrastrukturunun bank, birja və reklam kimi növlərinin mövcud durumu təhlil edilmişdir.

Dissertasiyanın üçüncü fəslində isə bazar infrastrukturunun inkişaf yolları kimi onun düzgün və səmərəli idarə edilməsi tədqiq olunmuş, maliyyə və məşğulluq kimi bazar infrastrukturunu elementlərinin təmsalində kommersiya fəaliyyətinin inkişafında bazar infrastrukturunun səmərəli idarə edilməsinin əhəmiyyəti araşdırılmışdır.

# FƏSİL I. BAZAR İNFRASRUKTURUNUN MAHİYYƏTİ, FUNKSİYALARI VƏ ELEMENTLƏRİ

## 1.1. Bazar infrasturukturunun ümumi anlayışı

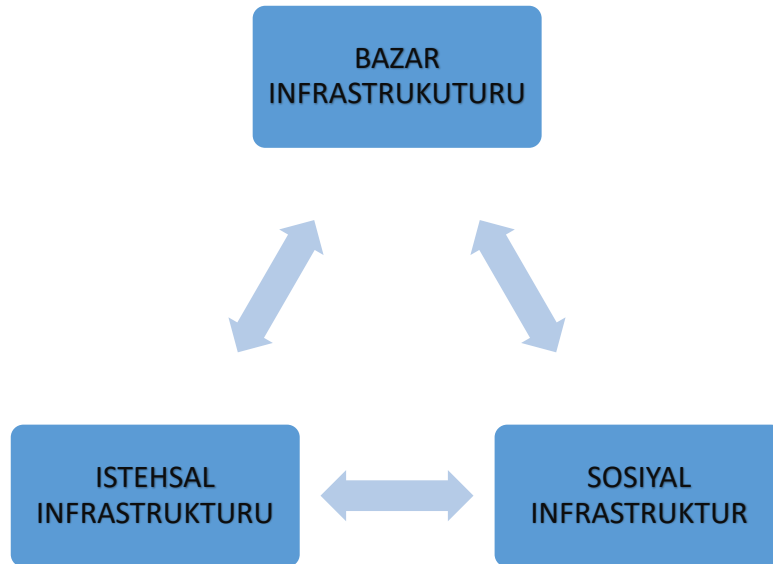
İnfrastruktur sözü ilk dəfə termin kimi 20-ci əsr də silahlı qüvəllərin həyat fəaliyyətini təmin edən obyekt və qurğuları göstərmək üçün istifadə olunmuşdur. “İnfrastruktur” latın mənşəli söz olub “infra” aşağı, “struktur” isə quruluş deməkdir. İnfrastruktur anlayışından geniş istifadə olunmasına baxmayaraq, o müxtəlif cür şərh olunur. Bir qrup müəliflər tərəfindən infrastrukturun əsas vəzifəsi istehsal və əhaliyə xidmət etmək, qulluq göstərmək olduğunu hesab edərək infrastrukturu bütünlük də xidmət sistemi kimi göstərirlər. Digərləri isə infrastrukturunu yalnız sənayeyə xidmət sistemi kimi başa düşür, onun təyinatının istehsal üçün ümumi şəraitin yaradılmasında əsas istehsalın fəaliyyətinin təmin edilməsində görürlər. Belə bir baxış da mövcuddur ki infrastruktur sənaye müəsisələrinin uğurlu fəaliyyəti üçün lazımi maddi-texniki bazanı təmin edən obyekt və qurğular şəklində olan maddi sərvətdir.

20-ci əsrin ilk yarsında qərbdə infrastruktur məfhumu altında maddi istehsala xidmət edən sahələrin məcmusunu başa düşməyə başladılar. Ölkə iqtisadiyyatında isə bu anlayış 70-ci illərdən nəzərdən keçirilməyə başlanılmışdır. İnfrastruktur bütün sistemlərin zəruri tərkib hissəsidir. O iqtisadiyyatın və ya siyyasətin ümumi sistemin bütövlükdə normal fəaliyyətini təmin edən bir sistemdir. İnfrastrukturun, istehsalın nisbətən müstəqil sahəsi kimi formalaşması prosesi ictimai əmək bölgüsü ilə bağlı olan bir sıra mərhələlərdən keçmişdir. Belə ki, sənətkarlığın əkinçilikdən ayrılması o cümlədən ikinci ictimai əmək bölgüsünün baş tutması ilə şəhərlər meydana gəldi, şəhər və kənd arasında əmtəə mübadiləsinə gücləndirdi ki, bu da infrastruktur obyektlərinin inkişafına səbəb oldu. Cəmiyyətdə 3-cü böyük əmək bölgüsünün baş verməsi ticarətin əkinçilik və istehsaldan ayrılması-təsərrüfat dövryyəsinə yeni ərazilərin cəlb olunması



hesabına mübadilənin artımına dahada imkan yaradı, buda öz növbəsində infrastrukturun genişlənməsinə zərurət yaratdı.

Hazırkı dövrdə istehsal xidmət göstərən istehsal infrastrukturunu (nəqliyyat, rabitə, topdansaş ticarəti və sayr) əhalinin həyat fəaliyyətinin yaxşılaşdırılmasına yönəlmiş sosial infrastruktur bura daxildir (səhiyyə, incəsənət, təhsil, sosial təminat və.s) sonuncu olaraqda Bazar infrastrukturunu qeyd olmur bazar infrastrukturunu bazırın obyekt və subyektləri də daxil olmaqla sistemin öz elmntləri arasında qarşılıqlı əlaqəni təmin edir. Bazarın subyektlərinə sahibkarlar, müəssisələr, birjalar, banklar və.s nəzərdə tutulur obyektlər dedikdə isə bazırda mübadilə olunan əmtəə, mal mehsul və.s nəzərdə tutulur. Bazar, sosial və istehsal infrastrukturları bir-birləriylə qarşılıqlı əlaqədə olur və birinin inkişafı digərinə də öz təsirini göstərir və onun da inkişafını sürətləndirir.



**Şəkil 1.1.** İnfrastrukturun əsas növləri

**İstehsal infrastrukturuna** diqqət yetirilərkən nəzərə alınmalıdır ki, o hər hansı bir məhsulun istehsalı ilə məşğul olmur, yalnız onun istehsal olunması üçün zəruri şəraitin yaranmasını təmin edir. Bu istehsal proseslərindən kənar şərtləri təmin edən

sahələr kompleksidir ki, burayada yük nəqliyyatı, topdan satış ticarəti, anbar təsərufatı, rabitə, informasiya xidməti (verilənlər bazası, proqram təminatı, informasiya emalı) daxildir. İnfrastrukturun bu sahəsinə o cümlədən aşağıdakıları da daxil etmək olar: marketinq və reklam xidmətləri, lizinq, icarə və konsaltinq xidmətləri, mühəndis-məsləhət və layihə xidmətləri işçi qüvvəsinin müvəqqəti təminatı üzrə sferalar və s.

**Sosial infrastruktur** işçi qüvvəsinin təkrar istehsalı ilə bağlı olan sahələr kompleksidir. Bura səhiyyə, təhsil, pərakəndə satış, mənzil-komunal, nəqliyyat daşınma, ictimayi iaşə, idman, incəsənt, ev ailə sferaları və s deməkdir.Yalnız bu infrasatruktur sahəsi haqqında daha geniş məlumat onun sosial-məişət infarstrukturu kimi təsvür etdikdə yaranır. Əhalinin normal həyat fəaliyyəti və yerləşdirilməsi üçün maddi, mədəni-məişət şəraitini təmin edən sahələrin məcmusu məhz bu infrastrukturun məzmununu təşkil edir. Bir halda ki, bu şərtlər xidməti və mənəvi xoşbəxtliyi ifadə edrsə onda sosila-məişət infrastrukturunu həm də xidmətlərin və rifahın istehsal sferası da adlandırmaq olar. Xidmət və mənəvi nemətlərin istehsalından danışarkən nəzərə alınmalıdır ki, iqtisadi ədəbiyyatda onun adı haqqında vahid fikir yaranmamışdır adı muxtəlif formalarda ifadə olunur: “qeyri-istehsalat sferası”, “sosial infrastruktur” və.s. Bu mövzuda vahid nöqtey nəzərin olmaması istehsal sferasının və xidmətlər siferasının dəqiq sərhədlərini təyin etməyə mane yaradır o cümlədən milli təsərufatın sahələrini təsniflərə bölünməsinə qarşıqlıq yaradır.

Xidmət və mənəvi nemətlərin istehsalı əsas etibariylə istehsalatın bir hissəsini, bölüşdürücü və istehlak münasibətlərini əhatə edir. Burda cəmiyyətin hər bir fərdinin fəaliyyəti üçün maddi, mədəni-məişət və sosial şərtlər yaradılır. Həmin şərtlər cəmiyyətdə məhsuladr qüvvələrin əldə etdikləri inkişaf səviyəsini və üstünlük təşkil edən istehsal münasibətlərinin xarakterini özündə əks etdirir. İctimayyi tərqinin müəyyən mərhələlərində xidmət və mənəvi nemətlər sferasının qazandığı inkişaf səviyəsini xarakterizə edən , sosial-məişət infrastrukturunu anlayışı ikili vahid xidmətlər xarakterini diqqətə cətdırır, onlar əhalinin həm məişət həm də şəxsi təlabatlarını ödəyir.

**Bazar infrastrukturu** sosial və istehsal infrastruktura nisbətən yeni bir növ hesab edilir. Bazarın yaranması onun sivil fəaliyyətini təmin edən yeni təşkilatların, qurumların yaranmasını şərtləndirir.

*Bazar infrastrukturu əmtəə və xidmətlərin hərəkətlərini, alqı satqı formalarını və yaxud da bazara xidmət göstərən və onun normal formada fəaliyyətini təmin etmək üçün müəyyən funksiyaları yerinə yetirən institutlar, xidmətlər, sistemlər və müəssisələrin cəmini əhatə edən təşkilati-hüquqi formaların məcmusudur.*

Müasir bazar infrastrukturunun əsas elementlərinə aşağıdakıları misal göstərmək olar:

- xüsusi azad sahibkarlıq zonaları;
- məsləhət (konsaltiq) şirkətləri;
- audit şirkətləri;
- ali və orta iqtisadi təhsil sistemləri;
- gömrük sistemi;
- kommersion-sərgi kompleksləri;
- xüsusi reklam agentlikləri, informasiya mərkəzləri və kütləvi informasiya agentlikləri mərkəzləri;
- ticarət palataları, ictimai və ya dövlət təşkilatları (assosiasiyaları);
- vergi sistemi və vergi müfəttişliyi;
- əhəlinin məşğuluğunu tənzimlənməsi sistemi və məşğulluğa dəstəyin hökumət və qeyri hökumət formaları;
- emissiya sistemi və emissiya bankları;
- kredit sistemi və kommersion bankları;
- birjalar (əmtəə, xammal, fond, valyuta) və onların vasitəçiliyi formaları;
- hərraclar, yarmarkalar və sair təşkilati qeyri birja vasitəçiliyi formaları;
- muddla işləyənlərin həmkarlar itifaqları;

İnfrastruktur bazar subyektlərinin sivil xarakterini təmin edir eyni zamanda onun əlamətləri kənardan verilməmişdir, bazar münasibətlərinin özündən törəmişlərdir.

Bazar infrastrukturunun funksiyaları:

1. İqtisadiyyatın ayrı-ayrı sahələrinin və fəaliyyətinin, növlərinin ixtisaslaşdırılması əsasında bazar subyektlərinin operativliyini və səmərəliliyini yüksəltmək.
2. Hüquqi o cümlədən iqtisadi nəzarət formalarını, işguzar təcrübənin dövlət və ictimai tənzimlənməsini sadələşdirmək.
3. Bazar münasibəti iştirakçılara öz layihələrini həyata keçirməyə köməklik etmək.

İqtisadiyyatdakı dəyişikliklər onun quruluş instutlarına o cümlədən iqtisadiyyatın ayrı-ayrı sahələrinə xidmət göstərn və onları qarşılıqlı əlaqələndirən təşkilatlarına, qurumlarına və bazarın infrastrukturuna təsir etməyə bilməz.

Bazar infrastrukturunu yaradılarkən, hər şeydən əvvəl, bu təsisatların formalaşması üçün hüquqi baza hazırlanır, onların fəaliyyətinə qanunvericiliklə nəzarət edilir. Bununla əlaqədar olaraq hesab edirik ki, müasir şəraitdə infrastruktur anlayışına iki aspektdən, yəni:

- *iqtisadi kateqoriya* - makroiqtisadi aspektdə maddi, operativ və bazar komponentlərini özündə birləşdirməklə iqtisadiyyatın inkişafı və cəmiyyət üzvlərinin artan tələbatının ödənilməsi üçün kompleks şəraitin yaradılmasına istiqamətlənmiş istehsal gücləri və istehsal münasibətləri toplusu;
- *sistem* - (cəmiyyətin mövcudluğu üçün mühüm şərtləri təmin edən, sistemlilik, utilitarlıq, resurstutumlu, uzunömürlü, universal kimi xassələrə malik olan, canlı əməyin istifadə edildiyi istehsal altsistemi) kimi yanaşılması daha məqsədəuyğundur.

İnfrastruktur anlayışının müəyyənləşdirilməsinə qeyd olunan bütün bu yanaşmalarda ilkin və təyinedici məqam ondan ibarətdir ki, əvvəla infrastruktur iqtisadiyyatın normal fəaliyyəti üçün zəruri şəraiti yaradan mühüm vasitə, mexanizm kimi dəyərləndirilir. İkincisi, bütün müəlliflər üçün ümumi hesab edilən digər yanaşma

baxımından isə infrastrukturun bu və ya digər sahələr toplusu kimi müəyyənləşdirilməsinə cəhdlər göstərilir.

Bazar infrastrukturunun fəaliyyətinin məzmununa baxsaq görərik ki, burada bölüşdürücü, kommunikasiya və tənzimləyici fəaliyyətlər daxildir.



Şəkil 1.2. Bazar infrastrukturunu üzrə xidmətlərin əsas xassələri

Bazar infrastrukturunun bəzi tiplərinə qısaca nəzər salaq.

**Konsaltinq şirkətləri**-bu sahədə bazar və biznes sahəsində böyük təcrübəyə mənsub mütəxəsislər çalışırlar, onlar sahibkarların sifarişləri əsasında iqtisadi və hüquqi məsləhətlər verirlər. Bu məsləhətlərin haqqının ödənilməsi ucuz başa gəlir. Azərbaycan üçün bu yeni və o cümlədən prespektivli sahədir.

**Auditor şirkətləri**-audit firmanın biznes sahəsində imkanlarını qiymətləndirən maliyyə təsrufat fəaliyyətinin kompleks təfəddisidir. Bu yoxlamalar mustəqil ekspertlər tərəfindən həyata keçirilir. Bele yoxlamalar təsisçilərin, hökumətin, firma rəhbərliyinin, idarəedicilərin təşəbüsləri ilə həyata keçirilir.

**Kredit sistemi**-planlı iqtisadiyyat dövründə kreditlərin verilməsi müəssisənin öz ehtiyaclarına görə yox dövlətin qoyduğu planlar əsasında verilirdi. Müasir dövrdə isə kredit təşkilatları çox artmışdır və bazar iqtisadiyyatının təşəkil tapdığı dövrdə müəssisələrin maliyyə ehtiyaclarını ödəmək üçün müxtəlif təkliflər irəli sürürlər. 21-ci əsrdə planlı iqtisadiyyatı olmayan kommərsiya bankları həmçinin qeyri banklar kredit təşkilatları da kommərsiya banklarının göstərmədiyi xidmətləri öz müştərilərinə təqdim edirlər. Kredit sisteminin bu forma da olması bazar təsərufatının tələbatını özündə əks etdirir və inkişaf etmiş ölkələrin kredit sistemi modelinə yaxınlaşır.

**Azad iqtisadi zonalar** - bazarın inkişafı və onun formalaşması üçün azad iqtisadi zonaların böyük əhəmiyyəti vardır. Dünyada ilk azad iqtisadi zonalar İrlandiyada 1959-cu ildə yaradılmışdır, 20-ci əsrin ikinci yarsından azad iqtisadi zonalar daha çox təşəkil tapmağa başlamışdır. Məşğuluq göstəriciləri həmin bölgələrdə son 20 il ərzində 20%-dən artıq olmuşdur. Bütün bu zonaların başlıca xüsusiyyətləri xarici kapitalın ölkəyə cəlb olunması üçün müxtəlif güzəştlərin tətbiq olunmasından ibarətdir məsələn bura da fəaliyyət göstərən müəssisələrin 10 il ərzində vergidən azad edilməsi və yaxud müəyyən qədər gömrük rüsumlarından güzəştlərin olması və s. bu kimi hallar nəzərdə tutulur. Hazırda dünyada 400-dən artıq azad iqtisadi zonalar vardır ki, bunların da icərisin də azad iqtisadi zonaların sayına görə inkişaf etmiş ölkələr üstünlük təşkil edirlər. Azad iqtisadi zonalar xarici kapitalı cəlb etmək üçün zəruri vasitədir.

## **1.2. Kommərsiya fəaliyyəti ilə bazar infrastrukturunun inkişafının qarşılıqlı dialektik əlaqəsi**

İqtisadi və sosial göstəricilər, anlayışlar və kateqoriyalar bir-biriylə qarşılıqlı əlaqə və asılılıqdadır. Bunlar arasındakı əlaqə dərin və daxili xarakterə malikdir. Ümumiyyətlə metodologiya və metodoloji elmlərdən məlumdur ki, həqiqətin öyrənilməsinə iki cür yanaşma var. Bunlar metafizik və dialektik yanaşmalardır. Əgər metafizik yanaşmada

hadisə və dəyişənlər arasındakı zahiri əlaqələr aşkara çıxarılsa amma, dialektik yanaşma zamanı iki və daha çox hadisələrin arasında k1, daxili qanunauyğunluq və əlaqələr aşkarlanır. Dilaektik yanaşma dilalektik metodologiya və dilaektik məntiqin obyektiv qanunları və prinsiplərinə əsaslanır.

Sosial elmlərdə hadisə və proseslər arasındakı əlaqələr çox mürəkkəb və dialektik xarakter daşıyır. İqtisadi anlayış və kateqoriyalarda sosial hadisə və proseslərin tərkib hissəsi olduğundan bunların arasındakı qarşılıqlı əlaqə və asılılıqların aşkara çıxarılmasın da dialektik metodologiyadan istifadə edilir.

Bazar infrastrukturunu və kommertiya fəaliyyəti də iki iqtisadi kateqoriya olaraq aralarında k1, qarşılıqlı əlaqə və asılılıqların tədqiqi üçün dialektik yanaşmanı tələb edir. İqtisadi sistemin bu iki elementi arasındakı əlaqəni dilaektik cəhətdən araşdırdıqda görürük ki bazar infrastrukturunu inkişafında kommertiya fəaliyyətinin, inkişafında normal bazar infrastrukturunun olması vacibdir.

Kommertiya fəaliyyəti bazar infrastrukturunun mühüm elementlərindən biridir bu cəhətdən ticarətin bazar infrastrukturundakı yeri və rolundan danışa bilərik. Eyni zamanda ticarətin və kommertiyanın inkişafında da bazar infrastrukturunun olması zəruridir. Bütüb bunlar göstərir ki kommertiya ilə bazar infrastrukturunu arasında dərin dialektik əlaqə mövcuddur bu əlaqə onların mövcudluğu və inkişafında müstəsana əhəmiyyət daşıyır. Biz bu sualda kommertiya fəaliyyətinin bazar infrastrukturundakı yeri və rolunu tədqiq edib, eyni zamanda növbəti suallarda bazar infrastrukturunun da kommertiya fəaliyyətinin inkişafındakı təsirini müəyyənləşdirəcəyik.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində iqtisadiyyatın inkişafı üçün vacib amillərdən biri də sahibkarlığın əsaslı azad inkişafıdır. Sivilizasiyalı inkişaf zamanında “sahibkarlıq” və “bazar” bir biri ilə ayrılmaz vəhdət təşkil edir. Bu ayrılmaz vəhdətin yaranmasında kommertiyanın rolu əvəzəilməzdir. Kommertiya fəaliyyətinin özünəməxsusluğu bütün iqtisadi sahələrdə görünür. Kommertiya ticarət və ya biznesin bir növüdür. Kommertiya latın mənşəli söz olub ( commersium ) mənası ticarət deməkdir. Lakin onu da nəzərə

almaq gərəkdir ki, “ticarət “ anlayışı *ikili mənə* daşıyır : bir tərəfdən iqtisadiyyatın azad sahəsi kimi fərqlənir, digər tərəfdən isə əmtəələrin alqı-satqısını həyata keçirən mübadilə prosesidir. Kommersiya fəaliyyəti bazar iqtisadiyyatı şəraitində müasir ticarət işini onun qanunauyğunluqlarının aşkar edilməsini və dəqiqləşdirilməsini əsas vəzifə kimi qəbul etmişdir. Ticarətdə kommersiya işi anlayışı müəssisə və təşkilatların əhalinin ehtiyaclarının ödənilməsi və qazanc əldə edilməsi məqsədi ilə məhsulların alqı-satqı prosesini həyata keçirən təşkilati fəaliyyətin geniş sferasını əhatə edir. Kommersiya fəaliyyəti eyni zamanda həyata keçirilən ardıcıl və ya paralel əməliyyatları özündə birləşdirir. Bütün biznes əməliyyatları kommersiyanın həlledici tsikli sayılır. Belə əməliyyatları həyata keçirmək üçün “biznes-sövdələşmələri” yaradılır. Bu terminə qanunla müəyənləşdirilmiş bütün sazişlər cəmlənir. Kommersiya fəaliyyəti sövdələşmələr zamanı iki və yaxud daha çox şəxsin qazanc əldə etmək məqsədi daşıyan qarşılıqlı yazılı razılaşması nəzərdə tutulur. İqtisadi cəhətdən kommersiya fəaliyyəti istehsal olunmuş hazır əmtəələrin istehsalçıdan istehlakçıya çatdırılmasında əsas və aralıq rolu oynayır.

Kommersiya fəaliyyəti eyni zamanda müəyyən xidmət sahələri ilə də əhatə olunub. Bu sahədə xidmətlər əsasən istehsalla bağlı olur və birgə inkişaf edirlər, buna misal olaraq əmtəələrin bazara daxil olması, onların saxlanılma şəraitləri, qablaşdırılması və s. Bunun kimi xidmətlər yeni istehlak qiyməti yaratmır sadəcə əmtəənin qiymətinə daxil olur.

Kommersiya fəaliyyəti müəssisə fəaliyyəti olub kompleks məsələlər həllinə istiqamətlənmiş ticarət işidir.

Kommersiya fəaliyyətinin əsas iştirakçıları müəssisələrlə bərabər həm də istehlakçılardır. Müəyyən olunub ki, sahibkar üçün son sövdələşmə vaxtı gəlir ( iqtisadi mənfəət ) əsasdırsa, istehlakçı üçün gəlir onun ehtiyacı olan keyfiyyətli əmtəə ( xidmət ) sayılır. İstehlakçı passiv alıcı sayılmayaraq, kommersiya fəaliyyətinin tamhüquqlu iştirakçısıdır və onun tənzimlənməsində yaxından iştirak edir. Beləliklə mal verənlə pərakəndə ticarət halqasının əsas subyekti sayılır.



Kommersiya məsələləri istehlak bazarının subyektivi əsasında əhalinin tələbatının öyrənilməsinə yönəlməlidir. İstehlakçının əmtəə və xidmət üzərində olan marağı sahibkara əmtəə və xidmətlərə düzgün qiymət qoymağı və çeşid müxtəlifliyi amilinin nəzərdən keçirilərək formalaşmasına təsir edir.

İnzibati-amirlik sistemində olan məlum idarəetmə qaydaları ona gətirib çıxarmışdır ki, ticarətdə kommersiya fəaliyyətinin işi yalnız bölüşdürücü funksiyayı həyata keçirməklə məhdudlaşdı. Yuxarıdan məhsul istehsalını həyata keçirmək üçün plan tapşırıqları verilirdi, həmçinin fondlar da rəhbərlik tərəfindən bölüşdürülürdü. Ticarət müəssisələrinə də ancaq bu tapşırıqlara həyata keçirmək tələb olunurdu.

Kommersiya fəaliyyətinin mexanizmini öyrənərkən onun obyektivi və subyektivi haqqında məlumatlı olmaq yerinə düşərdi. Əmtəə, kommersiyanın bir obyektivi və buna görə də istənilən məhsul haqqında ilkin biliklərin olması peşəkar kommersant hazırlanması üçün vacib şərtlərdəndir. Əmtəə haqqında tarixən müxtəlif iqtisadçılar müxtəlif prizmadan çıxış etmişdilər. Məsələn, məşhur alim P. Struve onu bildirmişdir ki, məhsul (əmtəə) yalnız məhsulla dəyişdirilir. Əgər cəmiyyətdə məhsul tələbə müvafiq miqdarda, yəni ayrı –ayrı mallara olan tələbə proporsional miqdarda istehsal olunmuşdursa, həmin cəmiyyətdə məhsul artıqlığı olmayacaq, başqa sözlə, əmtəə mübadiləsi həyata keçiriləcək. K. Marksın nəzəriyələrində isə, proporsional bölgüdə olan satış nəzəriyyəsi kapitalist təsərrüfatında, istehsal və istehlak arasında ona uzaq olan ahəngdarlıq bəxş edən apologetik burjua nəzəriyyəsidir. O, heç vaxt etiraf etməmişdir ki, kapitalist üsulu ilə istehsal olunan məhsullar həmişə tam həqiqi mənada realizə edilə bilər. Hər zaman, onun bütün mübahisəsi belə fikir yaradırdı ki, məhsulun satışı kapitalist cəmiyyətində dayıma xroniki və kəskin maneələrlə üzləşəcəkdir.

Kommersiya fəaliyyətinin subyektivi rolunda isə kommersiya fəaliyyətini həyata keçirən və həmin xidmətdən istifadə edən şəxslər nəzərdə tutulur. Bu şəxslər hüquqi və fiziki şəxs olmaqla bərabər kommersiya fəaliyyəti ilə məşğul ola bilərlər. Onlara ümumi struktur halın da baxdıqda, kommersiya fəaliyyətinin subyektlərini müəyyənləşdirmək

olar. Kommersiya fəaliyyətinin həyata keçirilməsində, məhsulun müəssisədən son alıcıya qədər çatdırılmasında, təsərrüfat subyektləri arasında k1, əlaqələrin tənzimlənməsində malgöndərənlər də xüsusi təsirə malikdirlər.

Ticarətin və kommersiya fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üçün bazarın və bazar infrastrukturunun da rolu önəmlidir. Bazar kateqoriyasına müxtəlif tərəflərdən yanaşmaq olar. O bir baxışla iqtisadiyyatın təşkilinin və fəaliyyət göstəricisinin ictimai bir formasıdır. Bu forma yolu ilə istehsal və istehlak arasında qarşılıqlı təsir təmin olunur. Bazar kateqoriyasının mahiyyətinə dərinləndirəndə baxsaq o nəinki alqı-satqı üzrə, eyni zamanda da sosial-iqtisadi münasibətlərlə (mülkiyyət, istehsal, bölgü, mübadilə və sairə) bağlı bir iqtisadi yarım sistemdir. Bazar ictimai məhsulun geniş təkrar istehsalın ayrılmaz komponentidir. Bazar elə bir iqtisadi kateqoriyadır ki tələbə təklifin məcmusu burada ifadə olunur. Bazar münasibətlərinin də “bazar” anlayışı ikili əhəmiyyət kəsb edir. Birincisi bazar (market) təchiz etmə mənası ilə mübadilə, tədavül sferasında həyata keçirilir.

Bazar mürəkbə struktura malikdir və bütün iqtisadiyyata öz təsirini göstərir. Onun strukturu başlıca olaraq aşağıdakı kimi müəyyən olunur.

1. Mülkiyyət formasına görə (dövlət, xüsusi, kollektiv).
2. Əmtəə tədavül sferasının xüsusiyyətlərinə görə.
3. Ölkə də istifadə olunan mövcud ticarət növlərinə görə.

Bazar münasibətlərinin obyektləri öz iqtisadi təyinatlarına görə aşağıdakı təsniflərə malikdirlər.

1. Nemətlər və xidmətlər bazarı.
2. İstehsal vasitələri bazarı.
3. Elmi-Texniki məsələlərin işlənməsi bazarı.
4. İş qüvvəsi bazarı.
5. Qiymətli kağızlar bazarı.

Bazar məkan əlamətlərinə görə də təsnifləşir ki, bunlar lokal (yerli)-ölkə miqyasında, regional daxili, regionlar arası və beynəlxalq olurlar.

Bazar digər struktur təsnifatına da malikdir, lakin bazar infrastrukturaları baxımından qeyd olunanlarla kifayətlənmək olar.

Bazar obyektiv surətdə mövcud olan bir sistem kimi xüsusi infrastruktur sahələrə və özəklərə malikdir. Bəzi ədəbiyyatlarda biznes infrastrukturaları kimi də qeyd olunsada, biznes daha geniş əhatəli bir məfhumdur.

Müasir bazar (biznes) infrastrukturunu geniş təsnifata malikdir. XIX-cu əsrin bazar infrastrukturuna nisbətən XX-ci əsr və xüsusilə onun axırlarında fəaliyyət göstərən bazar infrastrukturunu daha geniş və daha təkmiləşmiş şəkildə fəaliyyət göstərmişdir.

Azərbaycan, 1991-ci ildə müstəqilliyini qazandıqdan sonra, əhəmiyyətli siyasi, hərbi, ictimai və iqtisadi problemlərlə qarşı-qarşıya gəlmişdir. Xüsusilə SSR dövründə sistemli olaraq Respublikalar arasında asılılığı bir mənada zəruri edən iqtisadi quruluşun ani çöküşü, bazar iqtisadiyyatına keçiş müddətində böyük problemləri də özü ilə gətirmişdir.

İqtisadi, siyasi, hüquqi bir infrastrukturun olmaması, texnologiyanın köhnə olması, sərbəst bazar modelinin bilinməməsi, Ermənilərin işğalçı tutumu nəticəsi torpaqlarının 20%-inin itirilməsi, 1 milyon adamın öz ölkəsində mühacir vəziyyətinə düşməsi və bənzəri səbəblərlə istehsal dayanma nöqtəsinə gəlmiş, nəticə olaraq da iqtisadiyyat üzərində idarə tamamilə itirilmişdir. Döyüş və dağılma sonrası ortaya çıxan problemlər səbəbiylə iqtisadiyyatda böyük bir pozulma və dağılma yaşanmış və bunun nəticəsində milli gəlirdə mənfi böyümə yəni geriləmə və yüksək inflyasiya yaşanmışdır. Milli gəlir böyümə sürəti 1993-də 23,1%; 1994-də 19,7% və 1995-də 11,8 % olaraq reallaşmışdır. Ölkədə siyasi sabitliyin təmin edilməsi və Ermənilərlə keçici atəşkəsə çatılmasından sonra diqqətlər iqtisadiyyat üzərində sıxlaşmağa başlamışdır. Bunun nəticəsi olaraq 20 Sentyabr 1994 tarixində "Əsrin Razılaşması" olaraq adlandırılan Azərbaycan Dövlət Neft Şirkəti ilə dünyanın qabaqda gələn neft şirkətləri arasında

"Xəzər Dənizinin Azərbaycana aid Hissəsində Azəri, Çırağ, Günəşli Yataqlarının Birlikdə İşlənməsi və Paylaşılması Haqqında" ilk razılaşma imzalanmışdır.

Azərbaycan iqtisadiyyatında 1996-cı ildən etibarən başlayan böyümə 2000-ci illərdə də sürmüşdür. Ölkənin milli gəliri, 2012-ci ildə 2,2%-lik artım nisbətiylə 67,3 milyard dollar, daha sonra 2013-cü ildə 73,5 milyard dollar, 2014-cü ildə 75,2 milyard dollar, 2015-ci ildə isə təqribən 30%-luq sərt bir eniş ilə 53,0 milyard dollar səviyyəsinə çatmışdır. 2013-cü ildə 5,8%-lik bir artımla reallaşan Azərbaycan iqtisadiyyatındakı genişlənmə, 2014-cü ilin ilk yarısında yavaşlama göstərərək 2%, 2015-ci ildə isə 1,1% səviyyəsində reallaşmışdır. Bu enişin təməl səbəbi iqtisadiyyatı böyük nisbətdə neft və təbii qaz istehsalına və ixracatına bağlı olan Azərbaycanın, dünya bazarlarında neft qiymətlərinin sürətlə düşməsi nəticəsində alınan devalvasiya qərarlarıdır.

Azərbaycanın bazar iqtisadiyyatına keçməsi obyektiv zərurətə çevrilmişdir. Deməli iqtisadiyyatımızın bütün sahələrində inkişaf və tərəqqinin yolu yalnız sivilizasiyalı bazar yoludur. Buna görə də bu gün bazar iqtisadiyyatının, bazar münasibətlərinin mahiyyəti və məzmunu prinsiplərinin dərinlən araşdırılması və öyrənilməsi aktualıq kəsb edir.

Müstəqil Azərbaycan yeni, demokratik iqtisadi sistem yaratmaq üçün onunla bərabər sivilizasiyalı bazar iqtisadiyyatınının bərqərar etməlidir.

Bu xüsusi keçid dövründə yeni iqtisadi sistemi vahid canlı bir orqanizm kimi milli iqtisadiyyatın bərqərar olunması real bazar iqtisadiyyatı, bazar mexanizmi vasitəsilə mümkün ola bilər. Azərbaycan öz coğrafi mövqeyi və təbi sərvətləriylə daim tacirlərin diqqətini cəlb edirdi. Burdan böyük ticarət və karvann yolları keçirdi ki böyük ipək yolunu bura misal göstərmək olar.

XIX-cu əsrin sonu XX-ci əsrin əvvəllərində sənaye inqilabının baş verməsiylə əlaqədar olaraq xüsusiyələdə neft sektorunun inkişafı ilə əlaqədar olaraq xarici kapitalın bura axını baş vermiş və böyük həcmdə sərmayələr qoyulmuşdur. Bu isə öz növbəsində ticarətin və kommersiya fəaliyyətinin inkişafına və genişlənməsinə imkan yartmışdır.

Oktyabr inqlabının olması və Azərbaycanın SSRİ-yə qatılması ilə müxtəlif fikirlər meydana çıxmışdır ki buda əksərən ticarətə və kommersiyanın inkişafına öz mənfi təsirini göstərmişdir.

Firmaların təsarüfat müstəqilliyinə, özü-özünü maliyələşdirilməyə və yaxud özünü idarə sistemində keçməsi bazar münasibətlərinin inkişafına kommersiya fəaliyyətinin metodlarının köklü surətdə dəyişməsinə gətirib çıxardı. Bu prinsiplərdən bəzilərinə nəzər salaq.

1. Alış mənbələrinin çoxluğu.
2. Tərəfdarlar arasında bərabərlik.
3. Tərəflərin üzərinə götrdüyü öhdəliklərə görə ciddi maddi məsuliyyət daşması.
4. Kontragent seçmədə azad seçimin olması.

Ölkəmizin bölüşdürücü sistemdən bazar iqtisadiyyatı sistemində keçməsi kommersiya fəaliyyətinin metodlarına tezliklə yiyələnməyi tələb edir. Təəssüf ki, kommersiya inkişafının əsaslı strategiyasının olmaması, hüquqi bazanın natamamlığı o cümlədən əmətə-pul münasibətlərinin tənzimlənməsindən təcrid olunması bu sahədə böyük əngəllərin yaranmasına səbəb olmuşdur.

Pərakəndə ticarət sektoru Azərbaycanda hələ də ənənəvi bazar və bazarların üstünlük təşkil etdiyi, ancaq son vaxtlarda istehlak mallarına tələbin və dolayısı ilə xalqın xüsusi istehlak xərcləmələrinin artması ilə şəkil dəyişdirməyə başlayan bir sektordur. Bakıda sıxlaşan Qərb tərzli supermarket zəncirlərindən bazar payı ən yüksək olanlarında satılan idxal qida məhsullarının yüzdə 46-sı Türkiyədən, yüzdə 25-i Rusiyadan, yüzdə 20-si İrandan, yüzdə 6-sı Avropa Birliyindən və yüzdə 2-si ABŞ-dan idxal edilmişdir.

Normativ bazarın yaranmasında gecikmələrin olmasının başlıca səbəbləri kimi, vergi təyziqlərinin olması, yerli sahibkarlara lazımı dəstəyin göstərilməməsi, ölkədə gizli iqtisadiyyatın olması kommersiya münasibətlərinin prinsiplərindən uzaq hallardır.

Bununla yanaşı, son zamanlarda ölkənin hüquqi qanun vericilik sahəsində inkişafı əmmətə tədavül sferasına kommersiya münasibətlərinin inkişafına öz müsbət təsrini göstərmişdir. Bu öznü son dövrlərin statistik göstəricilərində də müsbət yönümdə bürüzə vermişdir.

## FƏSİL II. BAZAR İNFRASTRUKTURUNUN ÖLKƏNİN İQTİSADI İNKİŞAFININ TƏMİN OLUNMASINDA ROLU

### 2.1. Sahibkarlıq infrastrukturunun formalaşdırılması iqtisadi artımın əsası kimi.

Sahibkarlıq fəaliyyəti tarixən insanın özü üçün məsul istehsalı ilə yanaşı həm də özgəsi üçün məsul istehsal etdiyi dövrdən başlayır. Sahibkar ilk öncə öz mənafeyini sonradan cəmiyyətin mənafeyni təmin edərək fəaliyyət göstərir. Sahibkarlıq elə bir fəaliyyət növüdür ki, burada sahibkar iqtisadi azadlığa malik olaraq eyni zamanda qanun vericiliyin tələblərinə riayət edib gəlir əldə etməyə çalışır. Sahibkarlığın formalaşması və inkişafı üçün müəyyən şərtlərin olması mütləqdir. Sahibkarlığın infrastrukturunu onun normal fəaliyyətinə və gələcək inkişafına yardımçı olacaq elementləri özündə birləşdirir. Sahibkarlığın infrastruktur mühütü aşağıdakılardan ibarətdir.

➤ iqtisadi azadlıq: bu şərt həll edici təməl prinsipdir əgər iqtisadi azadlıq olmasa sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmaq qeyri mümkündür;

➤ şəxsi marağ: bunu sahibkarlığın "lokomotivi" hesab edilər sahibkar şəxsi maraqla yanaşı eyni zamanda ictimai marağı da gözləməli və bu iki şərti birlikdə icra etməlidir.

➤ bazarın miqyası: bu şərt sahibkara öz imkanlarının realizə olunmasının xarici sərhəddini göstərir.

➤ rəqabət mübarizəsi: təkmil bazırın yaranmasına əsas tənzimləyici üsürlərindən biri də (o biri ünsür dövlət tənzimlənməsidir) rəqabətdir.

➤ dövlətin rolu: bu şərt dövlətin biznesə müdaxiləsinin yol verilən maksimum həddidir.

Sahibkarlıq infrastrukturunu sahibkarlığın xarici mühitini əhatə edir. Hər bir ölkənin iqtisadi məqsədlərindən biri də iqtisadi artıma nail olmaqdır. Əgər iqtisadi həyət tərqqi edərsə, cəmiyyətdə mütərəqqi meyillərin və məhsuldar qüvvələr ilə

istehsal vasitələrinin inkişafı nümayiş olunursa bu iqtisadi artımın əlaməti sayılır. İqtisadi artım təəbi ictimayyi və iqtisadi xərclər ilə əlaqədar olduğu üçün cəmmiyətin ehtiyacları ilə imkanlarını dinamik şəkildə tarazlığının nəticəsi hesab olunur.

Müəyyən dövr ərzində makroiqtisadi göstəricilərin mütləq və ya nisbi artımı baş verərsə bu iqtisadi artımın əlaməti sayılır. Müasir dövlətin əsa sosial-iqtisadi siyasətinin fundamental strateji məqsədlərindən biri də iqtisadi artımın fasiləsizliyi və dinamikliyi dir. İqtisadi ədəbiyyatda iqtisadi artımın iki tipinin fərqləndirirlər bunlar intensiv və ekstensiv iqtisadi inkişaf metodlarıdır.

Fərqli ölkələrin iqtisadi artım tepini müqayisə etmək üçün ölkənin təsərfat subyektlərinin məcmu məhsul istehsalını və istehlakını əks etdirən iqtisadi-statistik göstəricilərdən istifadə olunur.

Ölkələrin iqtisadi böyümə və inkişafı o ölkədə reallaşan sahibkarlıq fəaliyyətlərinə bağlıdır. Çünki sahibkarlıq yeni işlər yaradar, bir çox yeni məhsul və xidmət təmin edər rəqabəti artırır, texnoloji dəyişmə sayəsində məhsuldarlığı artırır və fərdlərin həyatlarına müsbət istiqamətdə təsirlər göstərir. Sahibkarlıq, iqtisadi qaynaqları, ən məhsuldar sahələrə yönəldərək istehsal qaynaqlarını, ortaya qoyduğu yeni tərzlərlə birləşdirərək istehsalın faktorlarına çevirməkdədir. Bundan ötəri sahibkarlar yaşadıkları cəmiyyətə qarşı əhəmiyyətli missiyalar boynuna götürərlər və boynuna götürdükləri missiyalar onları ictimai və iqtisadi inkişaf üçün əhəmiyyətli edər.

Bu missiyalar bunlardır:

- az inkişaf etmiş ölkələrdə ən əhəmiyyətli problemlərdə biri işsizlikdir və bu problem yeni sərmayələrin edilməməsindən qaynaqlanar. İşsizlikdən xilas olmanın ən təsirli yolu hər kəsin öz işlərini qurmalarıdır. Bu səbəbdən sahibkarların sayı nə qədər artsa, məşğulluq nisbəti də o qədər artacaq;
- sahibkar sayının artması ictimai rifah səviyyəsni və həyat keyfiyyətini də artıracaq;
- sahibkarlar həm elm və texnologiyanı istifadə edərək, həm də bu sahələrə qaynaq köçürərək elm və texnologiyanın inkişafına liderlik edirlər;



- sahibkarlıq xaricdə, öz ölkələrinin reklamlarını edirlər;
- sahibkarlar istifadə edilməyən potensialları istifadə edərək, bunların yox olmalarını önləyərlər;

Etməmiş olduqları işlərlə uzun dövrdə sahibkarlıq və iqtisadi böyümə arasında bir əlaqənin olduğunu və optimal sahibkarlıq fəaliyyətinin reallaşmadığı bir ölkənin aşağı nisbətdə bir makro iqtisadi böyümə göstərəcəyini müdafiə etməkdədirlər. Məsələn, 1970 və 80 lərdəki aşağı nisbətdəki iş sahibliyi yüksək səviyyəyə də işsizliyə gətirib çıxarmışdır. Yüksək işsizlik nisbəti, sahibkarlığın aşağı xərclərindən ötəri fərdləri öz işlərini mərkəzə itələyə bilməkdədir. Bununla birlikdə, öz işini qurma tarazlıq nisbətini aşsa, bu vəziyyətin artan rəqabətdən ötəri qazancların azalması nəticəsini gətirəcəyini və nəticədə müvəffəqiyyətsizliklərin, yüksək nisbətdə çıxışların və daha az girişlərin görülcəyi gözlənilməkdədir. Yəni, optimum nisbətdəki sahibkarlıq fəaliyyətləri ölkə iqtisadiyyatının böyüməsini təmin etməkdədir. Sahibkarlıq fəaliyyətləri, ölkələrdə ya da bölgələrdə iqtisadiyyatdakı sənaye quruluşunu dəyişdirən təməl faktordur.

İqtisadi böyümə və sənayedəki strukturca dəyişmə arasındakı əlaqənin varlığı, Schumpeter zamanlarına qədər getməkdədir və ənənəvi Schumpeteryen görüş baxımından baxıldığında iqtisadi böyümə səviyyəsini, sənayenin qıt qaynaqlarını ən təsirli şəkildə istifadə etməsiylə meydana gəlməkdədir. Bu səbəbdən, sənaye quruluşundakı bir dəyişiklik böyümə nisbətlərinə əks olunmaqdadır. Sənaye quruluşundakı dəyişikliyi təmin edən ən əhəmiyyətli ünsürlərdən biri də kiçik firmalardır. Kiçik firmaların sayı artdıqca (yəni sahibkarlıq artdıqca) sənayenin quruluşunda inkişaf görülməkdədir. Sahibkarlıq, administratorluğun və cəmiyyətin quruluşunda bir dəyişməni başladır və inkişaf etdirir. Bu dəyişmə böyüməyi və istehsalı artırır. Bu dəyişmə və inkişafı asanlaşdıran açar yenilikçilikdir. Sahibkar yeni düşüncələrin yaradılması, yayılması və tətbiq olunmasını sürətləndirir. Ayrıca yeni sənayelərin doğulmasına yol açar. Yeni texnologiyaları istifadə edən sektorlarda məhsuldarlığı artırır və sürətlə böyüyən sektorlar üzərindən iqtisadi böyüməyi

sürətləndirər. Bu səbəbdən sahibkar iqtisadi fəaliyyətlərin təşkil edilməsində, məşğulluq yaradılmasında və istehsal fəaliyyətlərində açar faktordur. Sahibkarlıq yenilik fəaliyyətlərini yüklənərkən yeni qazanc fürsətləri meydana gətirmə axtarışındadır. Bu fürsətlər məhsuldarlıq artımının bir səbəbi və ya nəticəsi ola bilər. Hər iki vəziyyətdə də sahibkarlıq ilə iqtisadi böyümə arasında xətti bir əlaqə vardır. Sahibkarların artması iqtisadi böyüməyi artırır, iqtisadi böyümənin artması da sahibkarlara yeni fürsətlər təmin edərək yeni sahibkarların ortaya çıxmasına səbəb olar. Bu müddət öz özünü bəsləyər. Qlobal Sahibkarlıq İzləmə hesabatlarında sahibkarlıq və ölkənin inkişaf etmişliyi arasında U şəkli əlaqəsi olduğu vurğulanmaqdadır. Yəni, az inkişaf etmiş ölkələrdə insanlar çalışacaqları iş tapa bilmədiklərindən ötəri öz işlərini mərkəzə gedəcəklər. Bu səbəbdən aşağı və orta gəlirli ölkələrdə sahibkarlıq nisbətləri yüksək olacaq. Yüksək gəlirli ölkələrdə isə fərdlər qurulmuş olan şirkətlərdə rahat bir şəkildə iş tapacaqlarından sahibkarlıq, fəaliyyətinə yönəlməyəcəklər və sahibkarlıq nisbətləri aşağı qalacaq. Sahibkarlığın iqtisadi böyüməyə fərqli yollarla təsir etdiyinə diqqət çəkməkdədir.

Sahibkarlığın iqtisadi böyümə və inkişafa təsirlərini aşağıdakı kimi açıqlaya bilərik. Sahibkarlar yeni məhsullar və istehsal müddətləri ilə bazara girərlər, sahibkarlar tərəfindən reallaşdırılan yenilik fəaliyyətləri və artan rəqabət iqtisadi böyümə baxımından çox əhəmiyyətlidir. Artan rəqabət mühitində fərqliliklər yarada bilmək ancaq təşəbbüskarlıq səviyyəsinə bağlıdır. Bu səbəblə yenilik meydana gətirmə (yeni məhsul və ya texnologiya inkişaf etdirmə) iqtisadi dinamizmin təməllərini meydana gətirməkdədir. Yaradılan yeniliklər iqtisadi artımla və məhsuldarlığı artıraraq məşğulluq üzərində də müsbət təsirlər meydana gətirməkdədir.

Sahibkarlar rəqabət vasitəsilə fəaliyyəti artırarlar. Rəqabət gücü, məşğulluq yaratma, bazarda varlığını davam etdirərək yaratdığı məşğulluğu davamlı artırma və xüsusiyyətli mal istehsalıyla iqtisadi inkişafa qatqıda olma bacarığını tələb etməkdədir. Bununla birlikdə, rəqabət artımı ilə məhsuldarlıq artımı, bir-birini təsir edən bir dövr

yaratmaqdadır rəqabət səbəbiylə firmalar, istehlakçının istəyinə cavab verəcək daha xüsusiyyətli mal istehsalı üçün iş-gücünün və istehsalın məhsuldarlığını artırarkən, məhsuldarlıq artımı, bazarda rəqabətin daha çox təcil qazanmasına təsir etməkdədir. Bu müddət, daha xüsusiyyətli, ucuz və müxtəlif mal istehsalı ilə istehlakçıya fayda verməkdə və iqtisadiyyatda canlılığı qorumaqdadır.

Sahibkarlar bazardakı rəqabət təzyiqini artıraraq, digər firmaların məhsuldarlıqlarını və fəaliyyətlərini yaxşılaşdırmağa ya da yeniliklərə yönəlməyə məcbur edər, bazar iqtisadiyyatının təməl ünsürü olaraq əldə etdikləri müvəffəqiyyətlər cəmiyyətə zənginlik və yeni iş imkanları, istehlakçılara da seçim müxtəlifliyi təmin edər. Təşəbbüskarlar müştəri istək və ehtiyaclarını təyin edərlər. Yeni məhsulları bazara buraxaraq nəyə təlabatın olduğu, istehlakçıların nəyi seçəcəkləri mövzusunda anlayışımızı inkişaf etdirərlər. Bu öyrənmə müddəti məhsul-bazar kombinasiyalarına çatmamızı asanlaşdırır.

Risk rəhbərliyi və naməlumluqları güzəştə edə bilmə qabiliyyəti kiçik və orta ölçülü firmaların fəaliyyət müddətini artıran səbəblərdən biri olaraq görülə bilər. Məşğulluq yaratma qloballaşmanın artdığı və rəqabətin sıxlaşdığı iqtisadiyyat mühitində bir çox ölkə iqtisadi problemlərlə qarşılaşmaqdadır. Bunların başında məşğulluq problemi vardır. Sahibkarlar yeni müəsisələr quraraq məşğulluq yaratmaqda və beləliklə iqtisadiyyata təcil qazandırmaqdadırlar. Sahibkarlığın təbiəti etibarilə hər vaxt böyük sərmayəni tələb etməməsi, kiçik sərmayəylə də iş qurma imkanı verməkdədir. Bu da ictimai ətrafın daşındırıcı olmaması ya da sahibkarlıq əleyhdarı təsirli mədəni kodların var olmaması halında geniş bir ictimai segmentin qərargaha yönəlməsini mümkün etməkdədir.

Yeni sənayelərin yaranması cəhdlərin artması, qaynaqların iqtisadi məhsuldarlığı aşağı səhələrdən, məhsuldarlığı yüksək səhələrə sürüşməsində ən əhəmiyyətli faktorlardan biridir. Sahibkarların gətirdiyi yenilikçi və yaradıcı düşüncələr, ölkə iqtisadiyyatında yeni sektorların doğulmasına səbəb olaraq iqtisadi

böyümənin lokomotivi olmaqdadır. sahibkarlar indiki vaxtda yalnız yeni firmalar deyil, daha da əhəmiyyətli yeni sənayelər meydana gətməkdədir. Yeni yaranan sənayelərdən bəziləri fərdi kompüterlər, biotexnologiya, kabelsiz TV və cib telefonlarıdır. Bu sənayelərdə sürətlə böyüməkdə və iqtisadiyyatın imtina edilməz yeni aktyorları halına gəlməkdədir.

Rifah səviyyəsinin yüksəldilməsi cəmiyyətdə sahibkarlıq ruhunun inkişaf etdirilməsi və sahibkarlığın dəstəklənməsi ölkənin rifah səviyyəsinin artırılmasında əhəmiyyətli rol oynayacaq. sahibkar həm iş həyatının həm də cəmiyyətin quruluşunu hərəkətə keçirər və dəyişdirər. Sahibkarlığın əhəmiyyəti, onun cəmiyyətin ehtiyaclarını təyin edib, bunu sərmayəyə, nəticəsində də ictimai rifaha çevirmələrində yatmaqdadır. Regional inkişaf etmişlik fərqlərinin ortadan qaldırılması sahibkarlıq xüsusiyyətlərinə sahib fərdlər yalnız öz firmalarının müvəffəqiyyətində deyil eyni zamanda yerli, regional və milli inkişafda da təsirli bir rol oynayır. Sahibkarlıq, inkişafda geri qalmış bölgələrdə ictimai və iqtisadi uyğunlaşmanın gücləndirilməsinə, iqtisadi fəaliyyətlərin canlanmasına və iş yaradılmasına ya da işsiz və ya problemləli şəxslərin iş həyatına inteqrasiyasına da qatqıda ola bilməkdədir.

İqtisadi artımı xarakterizə edən göstəricilər sistemi Milli Hesablar Sistemində (MHS) əsk olunur. Bu göstəricilərdən ən əsasları ÜDM və ÜMM-dir.

**Ümumi Daxili Məhsul (ÜDM)**, bir ölkədə məskunlaşan insanların (ölkə vətəndaşlarının və ölkədə yaşayan əcnəbilərin) malik olduqları istehsal amilləri ilə bir ildə istehsal etdikləri bütün son əmtəə və xidmətlərin məcmu bazar qiymətidir. Bu tərifdə diqqət çəkən bəzi amillər vardır:

**Ümumi Milli Məhsul (ÜMM)**, ölkə vətəndaşlarının ölkə daxilində istehsal etdikləri bütün son əmtəə və xidmətlər ilə ölkədən kənarında yaşayan vətəndaşların əldə edib ölkəyə transfert etdikləri iqtisadi amillərin gəlirlərinin məcmu bazar dəyəridir.

ÜMM hesablamasında ölkənin vətəndaşları nəzərə tutularaq onların ölkə daxilində və xaricində əldə etdikləri bütün gəlirlər nəzərə alınarkən, ÜDM hesablamasında isə vətəndaşlığına baxılmadan, ölkədə məskunlaşan bütün insanların əldə etdikləri gəlirlər nəzərə alınır. Beləliklə, “ÜMM ölkə vətəndaşlarının iqtisadi gücünü, ÜDM isə ölkənin bir növ “bir iqtisadi subyekt kimi gücünü göstərir” demək mümkündür. ÜMM ilə ÜDM arasındakı fərq, xaricdən əldə edilən xalis iqtisadi amil gəlirlərinə (xaricdən gələn iqtisadi amil gəlirləri – xaricə gedən iqtisadi amil gəlirləri) bərabərdir.

$$\text{ÜMM} = \text{ÜDM} + \text{Xaricdən Əldə Edilən Xalis İqtisadi Amil Gəlirləri (Xaricdən Gələn İqtisadi Amil Gəlirləri – Xaricə Gedən İqtisadi Amil Gəlirləri)}$$

Milli Gəlir ilə Əlaqəli Bəzi Anlayışlar və Müxtəlif Milli Gəlir Hesablama Düsturları

Ümumi Daxili Məhsul (ÜDM) – Amortismanlar = Xalis Daxili Məhsul (XDM)

- Dolayı (Vasitəli) Vergilər = Ölkə Daxili Gəlir (ÖDG)

+ Xaricdən Gələn Xalis İqtisadi Amil Gəlirləri – Xaricə Gedən Xalis İqtisadi Amil Gəlirləri = Milli Gəlir (MG)

+ (Transfert Ödənişləri + Subvansiyalar) - (Mənfəət Vergisi + Şirkətlərin Bölgüsü Aparılmamış Mənfəəti + Sosial Kəsintilər) = Şəxsi (Fərdi) Gəlir (ŞQ)

- Birbaşa Vergilər (Gəlir vergisi) = Sərəncamda Qalan (Yerləşdiriləbilən) Gəlir (SG)

= İstehlak (C) + Yığılım (S)

Bir İqtisadi Göstərici Kimi Milli Gəlirin (ÜDM) Əhəmiyyəti:

1. Milli Gəlir rəqəmləri bir ölkədə iqtisadi artım barədə məlumat verir,
2. Milli Gəlir rəqəmləri ölkənin rifah səviyyəsindəki dəyişiklik haqqında məlumat verir,

- Real - nominal milli gəlir,

- Satın alma gücü pariteti (Rurchasing Power Parity).

3. Milli Gəlir rəqəmləri ölkə iqtisadiyyatındakı struktural dəyişikliklər barədə məlumat verir,

4. Milli Gəlir rəqəmləri müxtəlif ölkələrin iqtisadiyyatları barədə müqayisəli təhlil aparmağa imkan yaradır.

**Nominal Qiymətlərlə ÜDM**-il ərzində istehsal olunan son məhsulların, o ilin bazar qiymətləri ilə hesablanmasıdır.

**Sabit Qiymətlərlə (Real) ÜDM** əgər hansısa bir ili sabit və ya baza ili kimi qəbul edib, sonrakı bütün illər üçün ÜDM-i hesablarkən, baza ili kimi qəbul olunan ilin qiymətlərindən istifadə edilərsə, onda əldə edilən ÜDM sabit qiymətlərlə hesablanmış ÜDM və ya real ÜDM adlanır.

Nümunə: Bir ölkə iqtisadiyyatında yalnız 3 son məhsul istehsal olduğunu (x, y, z) fərz etsək, cədvəldəki qiymətləri nəzərə alaraq nominal ve real ÜDM-ləri illərə görə müvafiq olaraq aşağıdakı qaydada hesablamaq mümkündür:

**Cədvəl 2.1**

**İqtisadi artımın əsas göstəricilərinin hesablanması**

	2014		2015		2016	
	Miqdar	Qiymət	Miqdar	Qiymət	Miqdar	Qiymət
X	100	10	105	12	104	14
Y	110	15	111	18	115	20
Z	90	20	93	25	95	30
Cari ilin qiymətləri	(100x10) +(110x15)		(105x12) +(111x18)		(104x14) +(115x20)	

ilə hesablanan ÜDM	+(90x20) <b>=4450</b>	+(93x25) <b>=5583</b>	+(95x30) <b>=6606</b>
2014-ci ilin qiymətləri ilə hesablanan ÜDM	<b>=4450</b>	(105x10) +(111x15) +(93x20) <b>=4575</b>	(104x10) +(115x15) +(95x20) <b>=4665</b>

### ÜDM Deflyatoru

ÜDM deflyatoru bir qiymət indeksi olub, mənası ÜDM-un qiymət artımlarından təmizlənməsi deməkdir.

**P = t ilindəki ÜDM Deflyatoru = t ilindəki Nominal ÜDM/t ilindəki Real ÜDM**

$$P_t = \frac{t \text{ ili Nominal } \dot{U}DM}{t \text{ ili Real } \dot{U}DM}$$

Deflyatordan başqa istifadə olunan bəzi qiymət indeksləri:

### Qiymət İndeksleri

**İstehlakçı Qiymətləri İndeksi:** Bir ölkədə istehlak məqsədliylə istifadə edilən məhsulların qiymətlərində meydana gələn illik orta dəyişmələri göstərir.

**Laspeyres qiymət indeksi:** Bu qiymət indeksində yalnız təməl (əsas) ilə aid əmtəə və xidmət miqdarları standart miqdar səbətinə qoyulur və əvvəlcə cari il qiymətləri ilə qiymətləndirilər və eyni təməl ilin miqdar səbəti sonra isə təməl götürülmüş ilin qiymətləri ilə qiymətləndirilər

t ili üçün Laspeyres Qiymət İndeksi FILt üçün düstur

$$FI_{Lt} = \frac{\sum_{i=1}^n p_{it} q_{i0}}{\sum_{i=1}^n p_{i0} q_{i0}} \times 100$$

şəklindədir. Burada

$p_{it}$  :  $i$  əmtəəsi/xidməti üçün cari  $t$  ilindəki qiymətləri;

$q_{i0}$  :  $i$  əmtəəsi/xidməti üçün təməl 0 ilindəki miqdarları;

$p_{i0}$  : əmtəəsi/xidməti üçün təməl 0 ilindəki qiymətləri göstərir.

Səbətə alınan  $i$  əmtəə və xidmət (1-dən  $n$ -ə qədər) qrupu üçün aparılan toplama əməliyyatı  $\sum_{i=1}^n$  ilə ifadə edilir və alınan əmsalın 100 ilə hasilini isə indeksin faiz şəklində göstərilməsini təmin edir.

### **Paşə qiymət indeksi**

Bu qiymət indeksində isə standart miqdarlar səbəti (əmtəə və xidmətlərin miqdarları) cari ilə aiddir. Bu səbəblə hər il, istifadə edilən miqdarlar dəyişərsə, dəyişik miqdarlar səbəti istifadə edilir.

il üçün Paşə Qiymət İndeksi FIP üçün düstur

$$FI_{Pt} = \frac{\sum_{i=1}^n p_{it} q_{it}}{\sum_{i=1}^n p_{i0} q_{it}} \times 100$$

şəklindədir. Burada

$p_{it}$  :  $i$  əmtəə/xidməti üçün cari  $t$  ilindəki qiymətləri;

$q_{it}$  :  $i$  əmtəə/xidməti üçün təməl 0 ilindəki miqdarları;

$p_{i0}$  :  $i$  əmtəə/xidməti üçün təməl 0 ilindəki qiymətləri göstərir.

Səbətə alınan  $i$  əmtəə və xidmət (1-dən  $n$ -ə qədər) qrupu üçün aparılan toplama əməliyyatı  $\sum_{i=1}^n$  ilə ifadə edilir və alınan əmsalın 100 ilə hasilini isə indeksin faiz şəklində göstərilməsini təmin edir.



**Fişer İdeal Qiymət İndeksi:** Fişer İdeal Qiymət İndeksi  $FIF_t$  hər il o ilə aid Laspeyres  $FIL_t$  qiymət indeksi ilə Paaşe qiymət indeksi  $FIP_t$  –nin həndəsi ortalaması hesablanaraq əldə edilir və aşağıdakı düsturla göstərilir:

$$FIF_t = \sqrt{FIL_t \cdot FIP_t}$$

2005-ci ili təməl il kimi qəbul edib (2005-ci il = 100) A və B əmtəələrinin qiymət indekslərini Laspeyres, Paaşe və Fişer qiymət indekslərinin hesablanması aşağıdakı cədvəldə verilmişdir.

**Cədvəl 2.2**

**İqtisadi artımın əsas göstəricilərinin hesablanması**

İllər	Qiymət (AZN)		Miqdar (ton)		Laspeyres	Paaşe	Fişer
	A əmtəəsi	B əmtəəsi	A əmtəəsi	B əmtəəsi	Qiymət İndeksi	Qiymət İndeksi	Qiymət İndeksi
2010	4	5	470	380	-	-	-
2011	5	5.5	450	355	117.46	117.55	117.50
2012	8.5	6.5	270	255	171.03	167.83	169.42
2013	8.75	7	295	260	179.17	177.47	178.32
2014	8.45	6.8	250	220	173.43	171.83	177.58
2015	2.4	1.8	125	95	47.94	48.31	48.12

1991-2010 illəri arası dövrdə Azərbaycanda ÜDM göstəricisi və onun strukturca dəyişməsinə baxsaq görərik ki, 1991-2010 illəri arasında müstəqillik dövründə ÜDM həcmi və iqtisadiyyat 74 dəfə böyümüşdür. Eyni zamanda ÜDM həcmi iqtisadiyyatın sabitlikli inkişaf göstərdiyi 1996-2004 illəri arasında 2,4 dəfə, yüksək iqtisadi böyümənin yaşandığı 2004-2008 illəri arasında 5,6 dəfə, 2004-2010 illəri arasında isə təxminən 6 dəfə böyümüşdür.

ÜDM həcmindəki bu artım, təbii olaraq adambaşına ÜDM göstəricisində də əks olunmuşdur. Belə ki, 1991-ci ildə 98,3 dollar olan adambaşına ÜDM göstəricisi təxminən 59 dəfə artmaqla 2010-cu ildə 5797,8 dollara çatdığını görməkdəyik. Yalnız 2004-2010 illəri arasında bu göstəricidə 5,5 dəfədən çox artım yaşanmışdır.

20 Sentyabr 1994-cü ildə imzalanan və Azərbaycanın təməl neft ehtiyatlarının beynəlxalq şirkətlərlə birlikdə işlənməsini nəzərdə tutan "Əsrin Razılaşması" və onu izləyən digər neft və təbii qaz razılaşmalarının qüvvəyə girməsiylə (xüsusilə bakı-Tiflis-Ceyhan neft, bakı-Tiflis Ərzurum təbii qaz boru xəttlərinin döşənilməsi) zamanla bu sektorun iqtisadiyyatdakı rolu yüksəlmiş və 2000-ci illərdə daha diqqətə cəsarətə hala gəlmişdir. Göründüyü kimi 2010-cu ildə ÜDM-nin yüzdə 55,6-sı neft, yüzdə 44,4-ü isə neft xarici sektorlardan meydana gəlməkdədir.

### **İqtisadi Artım**

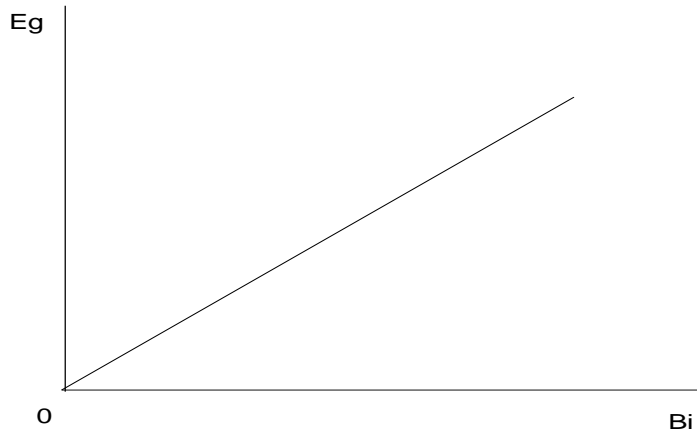
$$\mathbf{t \text{ ilindəki iqtisadi artımın faiz dərəcəsi} = ((\mathbf{\ddot{U}DM (t) - \ddot{U}DM (t-1) / \ddot{U}DM (t-1)}) \times 100}$$

Burada ÜDM həm real və həm də nominal qiymət ola bilər. Hansı ÜDM qiymətindən istifadə olunarsa iqtisadi artım onu əks etdirir. İqtisadi artım istehsal potensialının artırılmasının və dolayısıyla daha çox mal və xidmət istehsalıdır zaman içində bir tərəfdən ölkənin istehsal amillərində ki artımlar, digər tərəfdən texnoloji sahədəki dəyişikliklər səbəbiylə iqtisadiyyatın istehsal potensialı artar və daha çox mal və xidmət istehsal edilməsi ortaya çıxar.

Burada da real və ya nominal ÜDM rəqəmlərindən istifadə edərək adam başına düşən ÜDM hesablamasını aparmaq mümkündür. Ancaq əlbəttə ki, real ÜDM qiymətləri ilə hesablamaların aparılmasıyla illər üzrə Adam Başına Düşən ÜDM dəyişmələrini həqiqi qiymətlərlə göstərmək mümkündür. Sahibkarlıq infrastrukturunun kəmiyyət və keyfiyyət göstəricilər sisteminin formalaşdırılması onun düzgün qiymətləndirilməsinə səbə ola bilər. Sahibkarlıq infrastrukturunun hər bir elementinin

inkişaf səviyyəsni və iqtisadi artıma təsirini hesablamak üçün həmin elementləri kəmiyyət və keyfiyyət cəhdən xarakterizə edən göstəricilər sisteminin qurulması üçün aşağıdakı bir sıra təklifləri verə bilərik. Bütün bunlar göstərir ki, yaxşı qurulmuş sahibkarlıq infrastrukturu ilə iqtisadi artımın arasında güclü bir korrelyasiya asıllığı var, bununla yanaşı qeyd edək ki, bu asıllıq düz mütnasiblik əlaqəsinə malikdir. Bunu aşağıdakı qrafikdən də görmək olar:

### İqtisadi artım - sahibkarlıq infrastrukturu



**Şəkil 2.1.** Sahibkarlıq infrastrukturunun inkişafı ilə iqtisadi artımın arasındakı korrelyasiya əlaqəsi

Bu qrafikdə:

Eg – iqtisadi artım (economic growth);

Bi – sahibkarlıq infrastrukturunu (business infrastructure).

Sosial elmlərdə hadisələr arasında ki əlaqə təbiət elmlərində olduğu kimi mütləq, tam funksiyanal əlaqə olmur. İqtisadi göstəricilərdə sosial fəaliyyətin bir nümunəsi olaraq aralarında korrelyasiya əlaqəsinə malik olan dəyişənlərdir. Korelyasiya əlaqəsi

əslin də olmayan və ya zəyif olan əlaqədir. Həttda müəyyən şərtlər yerinə yetirildikdə belə tam əlaqəyə cevrilməz. İqtisadiyyatda bunun misali coxdur məs: sahibkarlıq infrastrukturunun əsas elementlərindən olan iqtisadi azadlıqı götürək bizim yuxarıda elmi-nəzəri və praktiki məlumatlar əsaəsında hazırladığımız qarfiqdən də görünür ki iqtisadi azadlıqla iqtisadi artım arasında sıx bir əlaqə vardır. İqtisadi azadlığın həm kəmiyyət məslən iqtisadi mühütün şəffaflaşdırılmasına cəkilən xərclər və sayr, həm də keyfiyyət (demokratik mühit, etik prinsiplərin qorunması və.s) göstəricilərinin müsbətə doğru artması halında iqtisadi artımın da artacağı güman olunur. Beləliklə demək olar ki, bu iki göstərici arasında düz mütanasiblik əlaqəsi mövcuddur. Amma bu hec də o demək deyil ki iqtisadi azadlığın artması mütləq nisbətdə iqtisadi artımı artıracaq. Cünki bu iki dəyişən arasında funksional asılılıq yoxdur. Eyni zamanda onlar arasında olan korelyasiya asılılığının sıxlığının müəyyən həddədir. Buna səbəb odur ki iqtisadi artıma başqa göstəricilərdə təsir göstərir.

## **2.2. Bank, birja və reklam bazarının infrastrukturunun iqtisadiyyatda rolu**

Maliyyə bazarları pul vəsaitlərinin hərəkətini həyata keçirən xüsusi bazar forması olub, eyni zamanda da maliyyə münasibətləri çərçivəsində alqı-satqı münasibətlərinin cəmidir. Maliyyə bazarlarının yaranması obyektiv xarakter daşıyır və o, dövlətin habelə müxtəlif təşkilati-hüquqi formaya malik olan müəssisələrin fəaliyyəti ilə əlaqədar olaraq inkişaf edir. Maliyyə bazarlarında əmtəə rolunda maliyyə resurslarının özləri çıxış edir. Daha doğrusu, bu bazarda maliyyə resurslarının alqı-satqısı baş verir. Maliyyə bazarının yaranmasının vacibliyi ondn irəli gəlir ki, bazarlarda maliyyə ehtiyatları qeyri-bərabər bölünmüşdür. Maliyyə bazarının mahiyyəti və rolu onun yerinə yetirdiyi funksiyalarla müəyyən olunur. Banklar və birjalar maliyyə bazrlarının lokomotivi rolunu oynayır, bunlardan gənc olmasına baxmayaraq reklam

qısa zaman kəsiyində maliyyə bazarında öz yerini tutmuşdur və əhəmiyyətli bir mövqeyə gəlmişdir.

**Banklar** bazar infrastrukturunun ən vacib elementlərindən biridir. İlk öncə göstərmək lazımdır ki, bank nədir “bank” italyan mənşəyli sözdür tərcüməsi “pul dəyişənin stolu” “pul stolu” deməkdir”. Bankların ilkin vəzifələri bazarda olan azad pul kütləsini toplmaq və onları kredit şəklində müəssisələrə, firmalara, dövlətə vermək, xalq təsərrüfatının və digər sahələrin inkişafına yönəltməkdən ibarətdir. Bununla yanaşı banklar pul hesabatları da aparırı dövriyyəyə pul qiymətli kağızlar-vekselər, çeklər, banknotlar buraxırlar.

Müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində bankların rolu əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır. Günümüz banklarında kreditlər təkcə bazardan cəlb edilən pullar hesabına deyil o cümlədən bankların öz şəxsi vəsaitləri hesabına ödənilir. Bundan başqa hər iki vəsait hesabına banklar dövlətin özünə zəruri həcmdə xitmətlər göstərməklə, əhalinin məşğuluq dərəcəsinə qiymətlərin səviyyəsinə ölkənin tədiyyə balansına bunla yanaşı təkrar istehsalə təsir etmək onu gücləndirmək və zəyiflətmək gücünə malikdir. Onuda qeyd etmək lazımdır ki, yerinə yetirdiyi funksiyalarına görə bankların bir neçə növü vardır ki bunlar-mərkəzi banklar, kommertiya bankları və xüsusi banklardır.

Bank sisteminin əsasını mərkəzi banklar təşkil edir adəti üzrə mərkəzi banklar dövlətə məxusu olurlar və iqtisadiyyatın makroiqtisadi tənzimlənməsinin əsas alətidir. Mərkəzi bankın funksiyaları dövrüyəyə nəgd pul (banknot) buraxmaqla (emisiyya), digər kommertiya banklarının kassa ehtiyatlarını, dövlətin qızıl ehtiyatlarının toplanmasını və o cümlədən saxlanılmasını kommertiya banklarının və digər kredit təşkilatlarının kreditləşməsinə nəzrət edir.

Müasir bank sisteminin ikinci ən vacib elementlərindən biri də kommertiya banklarıdır ki onlar xalq təsarufatı sistemində ödənişləri təmin edən kredit və fond əməliyyatlarını həyata keçirən universal xarakterli kredit təşkilatları və kommertiya banklarıdır. Onun formalaşmasında həm dövlətə məxsus olan, həm də xüsusi

kommersiya bankları çox mühüm rol oynayırlar. Günümüz Azərbaycanında da müasir, bazar prinsiplərinə tələblərinə cavab verən iki pilləli bank sistemi (birinci pillə də Azərbaycan Respublikası Milli Bankı, ikinci pillədə kommersiya bankları və digər bank olmayan kredit təşkilatları) fəaliyyət göstərir.

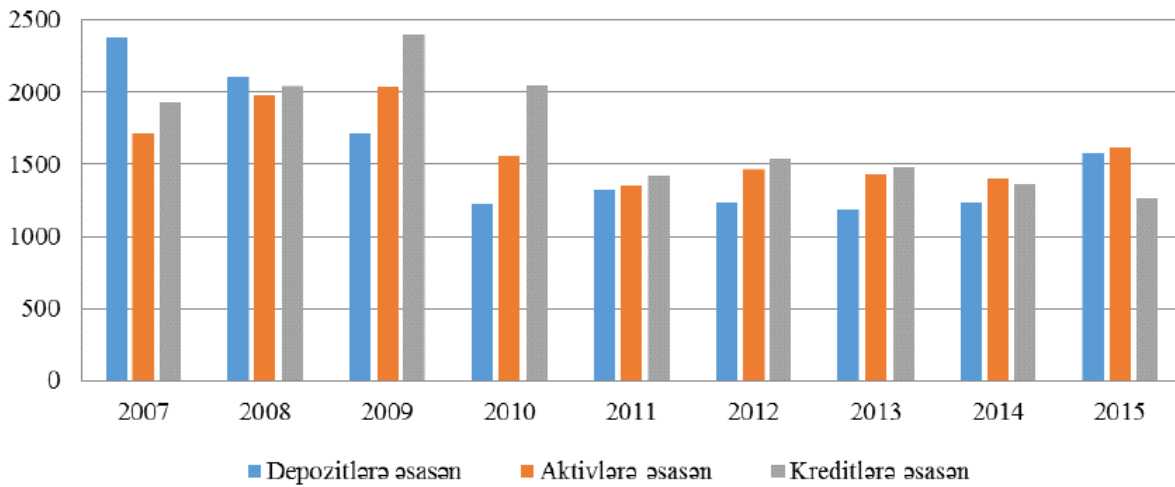
1992-ci ildə “Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı” və “Azərbaycan Respublikasında banklar və bank fəaliyyəti haqqında” qanunlarının qəbul olunması ilə ölkəmizdə bank sisteminin hüquqi-normativ bazasının əsası qoyuldu. Bazar iqtisadiyyatı münasibətlərinin fəaliyyətdə olduğu bütün ölkələrdə ki, kimi eyni ilə Azərbaycanda da kommersiya bankları iki pilləli bank sisteminin ikinci pilləsində dayanır. Birinci pillədə isə Mərkəzi Bank dayanır. 1995-ci il 12 noyabr tarixdə keçirilən referendumda qəbul olunmuş müstəqil Azərbaycan Respublikasının ilk Konstitusiyasının 19-cu maddəsinin II bəndində isə pul nişanlarının tədavülə buraxılması və tədavüldən çıxarılması hüququnun yalnız Milli Banka mənsub olması birdaha təsdiq edilmişdir. Azərbaycanda fəaliyyət göstərən 37 bankdan 16-sı 2015-ci ilin yekunu ilə bağlı maliyyə hesabatını hələdə açıqlamayıb. İctimaiyyətə hesabat vermiş qalan 21 bankdan 14-ü ili mənfəətlə, 7-si isə ziyanla başavurduğunu bəyan edib.

Ekspertlər hesab edir ki, əgər cari ilin 3-cü ayında hansısa banklar ötən ilin hesabatını açıqlamağa tələsmirsə, böyük ehtimalla onlar ötən il ziyanla başa vurublar. Yəni kredit təşkilatları maliyyə vəziyyətlərini açıqlamağı lazım bilmirlər. Odur ki, ölkədəki 37 bankın 21-nin 2015-ci ildən ziyanla çıxdığını ehtimal etmək olar. Bu cür vəziyyətin yaranması isə şübhəsiz ki, ötən il manatın 2 dəfə ucuzlaşdırılması ilə bağlıdır. Milli valyutanın sabit olduğu 2014-cü ildə isə hazırda mövcud olan 37 bankdan cəmi 3-ü maliyyə hesabatını açıqlamayıb. 2 bankın – “Caspian Development Bank” və “Ziraat Bank (Azərbaycan)” ın 2014-cü ildə bazarda olmadığını nəzərə alsaq, yerdə 32 bank qalır. Onların isə cəmi 3-ü 2014-cü ildən ziyanla çıxıb. Başqa sözlə, devalvasiyaya qədər bank sektorunda ciddi problem yaşanmayıb və bankların əksəriyyəti mənfəətlə işləyib.

Mənfəət-zərər göstəricilərinə nəzər salsaq görərik ki, həm 2014, həm də 2015-ci ildə hesabat yaymış bankların əksəriyyətində mənfəətin azalması baş verib. Məsələn mənfəət göstəricisi “Accessbank”da 23,7 dəfə, “AFB Bank”da 1,9 dəfə, “Atabank”da 5,5 dəfə, “Azərbaycan Sənaye Bankın” da 2,3 dəfə, “Expressbank” da 20 dəfə, “Muğanbank” da 10,7 dəfə, “PAŞA Bank”da 3,6 dəfə, “Rabitəbank”da 1,4 dəfə və nəhayət, “Turanbank”da fantastik həddə - 103 dəfə azalıb.

Bəzi banklar isə əksinə, mənfəətini artırmağı bacarıb. Amma onların sayı elədə çox deyil. Devalvasiya ili “Bank Avrasiya” və İran Milli Bankının Bakı filial üçün düşərli olub. Bu bankların mənfəətlərini müvafiq olaraq 54,9 dəfə və 9,1 dəfə artırıblar. Həm 2014, həm də 2015-ci ili ziyanla başavuran banklar da var və bu banklar dan 2-si də zərər göstəricisi artımını nümayiş etdirib. Məsələn, “Dekabank”ın zərəri 7,1 dəfə, “Günaybank” ın zərəri 15,6 dəfə artıb. “Parabank” isə zərəri 7,1 dəfə azaldıb. 2014-cü ili mənfəətlə, 2015-ci ili ziyanla başavuran banklar isə bunlardır: “Azər-Türk Bank”, “Kredo bank” və “Zaminbank”. 2015-ci ildə Azərbaycan bank sisteminin dinamikası və dayanıqlığına xarici şoklar və manatın məzənnəsində başverən dəyişikliklərə əhəmiyyətli təsir etmişdir. 1 yanvar 2016-cı il tarixinə ölkədə 43 bank və məhdud bank xidmətlərini göstərən 157 digər maliyyə institutu (kredit itfaqları, bank olmayan kredit təşkilatları və digər bu növ maliyyə təsisatları) fəaliyyət göstərmişdir. Fəaliyyət göstərən bankların əksəriyyəti (41 bank) özəl bankdır (o cümlədən 21 xarici kapitallı bank). 2015-ci ilin sonuna ölkədə 750 bank filial və 164 bank şöbəsi fəaliyyət göstərmişdir ki, bunların da 458-i (50.4 %-i) regionlarda xidmət göstərirdi. Banklarla yanaşı 157 bank olmayan kredit təşkilatı və “Azərpoçt” MMC-nin 63 filialı və 1104 şöbəsi ötən il əhaliyə məhdud bank xidmətlərini göstərmişdir. Beləliklə, ölkə ərazisinin hər 1000 kvadrat kilometrinə 12.8 , hər 100.000 nəfər yetkinlik yaşına çatmış insana isə 11.6 bank və qeyri-bank kredit təşkilatları maliyyə xidmətləri göstərir (“Azərpoçt” MMC-ni nəzərə almaqla müvafiq olaraq 26.3 və 23.7) Hesabat ilində aktivlərin həcminə görə ilk 5 bankın aktivlərinin sistem üzrə cəmi aktivlərdə payı 2014-cü illə

müqayisədə 3% artaraq 58% olmuşdur. Kapitalın həcminə görə ilk 5 bankın sistem üzrə məcmu capital da payı 46% olmuşdur. Bununla belə, təmərküzləşmənin qiymətləndirilməsi üçün beynəlxalq təcrübədə geniş istifadə olunan HHI Azərbaycan bank sistemində təmərküzləşmənin aşağı səviyyədə olmasını göstərir (Şəkil 2.2). Belə ki, 2015-ci ilin yekunlarına əsasən aktiv, kredit və əmanətlərdə payına görə HHI müvafiq olaraq 1613, 1263 və 1576 olmuşdur.

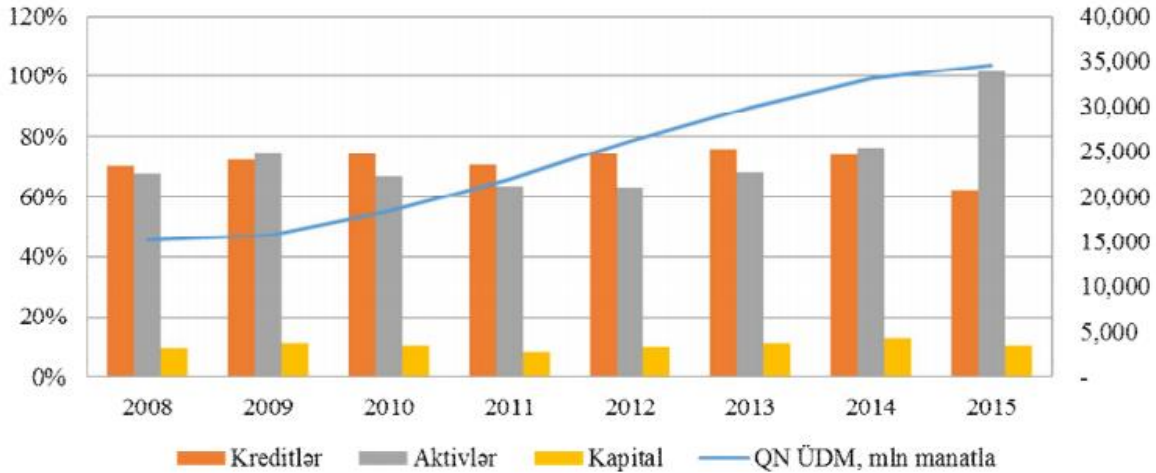


Mənbə: AMB

**Şəkil 2.2.** Azərbaycan bank sistemində təmərküzləşmə (HHI)

Əhali və korporativ sistemin bank xidmətlərilə əhatəsi genişlənir. 1 yanvar 2016-cı il tarixinə banklar 5,716 mln. müştəriyə xidmət göstərmişdir ki, bu da 2014-cü illə müqayisədə 11,1% çoxdur. Müştərilərin 98,1%-i (5,607 mln.) fiziki şəxslərdir, bu da yetkinlik yaşına çatmış insanların 83%-ni təşkil edir.





Mənbə: AMB

**Şəkil 2.3.** Azərbaycan bank sistemi kapitalının əsas göstəriciləri

2015-ci ildə qeyri-neft ÜDM-ə nisbət də bank aktivləri 101% təşkil etmişdir (2014- cüildə 76%). İqtisadiyyata (fiziki şəxslər və qeyri-maliyyə hüquqi şəxslər) verilmiş kreditlərin qeyri-neft ÜDM-ə nisbəti 62% olmuşdur. Bank sisteminin kapitalının qeyri-neft ÜDM-ə nisbəti 2015-ci ildə 10% təşkil etmişdir (2014-cü ildə 13%) (şəkil 2.3.)

Qeyd edilən təhlillərdən sonra belə bir ümümləşdirmələrə gələ bilərik ki, bazar infrastrukturunu, kommersiya fəaliyyəti və bu fəaliyyətin əhəmiyyətli tərkib hissəsi olan kommersiya banklarının fəaliyyətinin inkişafı arasında dərin bir daxili əlaqə mövcuddur. İnkişaf etmiş bazar infrastrukturunu kommersiya fəaliyyətinin inkişafına səbəb olan əsas amillərdən biridir. Bu eyni zamanda kommersiya banklarının da inkişafının bünövrəsini təşkil edir. Təhlillərdən alınan nəticə odur ki, hal-hazırda Azərbaycanda bank sektoru digər bazar infrastruktur elementləri arasında daha çox böhrana və qeyri-stabit inkişafa meyilliliyi ilə fərqlənir. Bank sektorunun ümumi təhlili göstərir ki, maliyyə sahələrinə xas olan riskli və qeyri-sabit inkişaf bu sektordan da yan keçməyib. Kommersiya banklarının fəaliyyətinin infrastrukturunun lazımı səviyyəyə çatdırılması, bu sahədə optimal tənzimlənmələrin aparılması, bazar infrastrukturunun

digər elemnetləri ilə (lizinq, maliyyə bazarı, əmtəə və xidmətlər bazarı, emmisiyasi sistemi, birja, audit və s.) kommersionya banklarının arsındaki əlaqə və asılılığa uyğun olaraq onların inkişafının sürətləndirilməsi və bu kimi digər problemlər kommersionya banklarının infrastrukturunun təkmilləşdirilməsinə yardımədən əsas amillərdir.

Fikrimizcə, bazar infrastrukturunu ilə kommersionya banklarının inkişafı arasındaki əlaqənin tədqiqi üçün aşağıdakı məsələlər ciddi araşdırılmalıdır:

- iqtisadiyyat sistemində bazar infrastrukturunun yerini və funksiyalarının təhlili;
- bank sektorunda bazar infrastrukturunun xüsusiyyətlərini araşdırmaq;
- iqtisadiyyatda sistem transformasiyaları şəraitində bank sektorunda bazar infrastrukturunun formalaşmasının gedişini tədqiq etmək;
- bank sektorunda bazar infrastrukturunun təşəkkülü mərhələlərini və bu sahədə əsas meylləri müəyyən etmək;
- iqtisadiyyatın bank sektorunda bazar infrastrukturunun inkişafının əsas istiqamətlərini açıqlamaq;
- kommersionya banklarının infrastrukturunun təhlili və bazar infrastrukturunun digər elementləri arasında bank infrastrukturunun fərqli cəhətlərinin müəyyənləşdirilməsi;
- əksinə olaraq bazar infrastrukturunun inkişafının kommersionya banklarının fəaliyyətinə təsirinin öyrənilməsi;
- bazar infrastrukturunu şəbəkəsinin genişləndirilməsi və təkmilləşdirilməsi yollarını araşdırmaq;
- bazar infrastrukturunun inkişafının səmərəli mexanizmlərinin formalaşdırılması məsələlərini tədqiq etmək.

Bütün bu araşdırmalar bank sisteminin inkişafının kommersionya fəaliyyətinə təsirini müəyyən etməyə imkan verəcəkdir.

**Birjalar** maliyyə bazarlarının önəmli tərkib hissələrindən biridir. İlk öncə birjanın tarixinə qısaca nəzər salağ. Birja latın mənşəli sözdür pul kisəssi anlamına gəlir. XV əsrdə Belçikanın böyük şəhərlərindən biri olan Bürüqqe də yaranması təsəvür

edilir ki buda burda yaşayan məhşur bir dələlin adıyla bağlı idi Van Der Bursanın adıyla bağlıdır onun evinin qarşısındakı meydanda veksellər almaq və əmtəə mübadiləsi üçün dünyanın müxtəlif ölkələrindən adamlar gəlirdi. Beləliklə XV-XVI əsarlərdə birjalar Hollandiyada, İtaliyada, İngiltərədə təşəkil tapmağa başlamışdır. Birjaların əsas çiçəklənmə dövrü XIX əsrin ikinci yarsından baş vermişdir. 1930- cu ilə kimi Rusyada 100 yaxın birja fəaliyyət göstərirdi ki, inqilabdan sonrakı dövrdə bunların hamısı fəaliyyətini dayandırmışdır. Azərbaycanda bu dövrdə SSR-nin tərkibində olduğuna görə o dövrdə burda da birjalar fəaliyyət göstərməmişdir. Azərbaycanda birjaların fəaliyyəti müstəqillikdən sonrakı dövrə təsadüf edir. Ölkəmizin bazar iqtisadiyyatına keçməsi azad sahibkarlığın inkişafına təkan verdi o cümlədən 2000 ci il də təsdiq olmuş “ Əmtəə birjalari və birja ticarəti haqqında” Azərbaycan Respublikası qanununun qəbul olunması buna böyük təkan vermişdir. Birja ticarətinin üstünlükləri onda dır ki, burda alıcılar və satıcılar bir- birini tez tapmağa o cümlədən qiymət mexanizmini təyin etməyə imkan verir. O, topdan ticarətin mütəşəkil tənzimlənən formasıdır və kütləvi əmtələrin ticarətidir.

Tarixən hadisələrin gedişatı elə baş vermişdir ki birjaların əksəriyyəti London, Paris, Hamburq, Amsterdam, Nyu-york, Tokyo və.s kimi böyük ticarət mərkəzlərində toplanmışlardır. Birjaların əmtəə mübadiləsinin mərkəzi kimi cixiş etdiyi bölgələrin sərhədlərindən asılı olaraq onlar milli və beynəlxalq xarakter daşıyırlar. Bunların arasında o cümlədən bir və ya bir neçə tip eyni əmtələrlə əməliyyatlar aparılan ixtisaslaşmış birjalar həmçinin kənd təsərrüfatı xarakterli, mineral tərkibli və sənaye istehsalı olan müxtəlif tip əmtəllərlə əməliyyatlar aparmağa imkan verən universal birjalar da var. Birjalar təşkilatı və hüquqi cəhətdən açıq və xüsusi növlərə ayrılırlar. Açıq birjalar dövlət və bələdiyyələr tərəfindən həyata keçirilir. Onların fəaliyyəti qanunlarla və normativ aktlarla həyata keçirilir və açıq xarakter daşıyır. Bu tip birjalar əsasən Avropa ölkələrin də yayılmışdır və əsasən regional xarakter daşıyırlar. Bu tip birjaların üzvləri adətən böyük kompaniyaların sahibləri olur.

Xüsusi birjalar əsasən məhdud sayda üzvləri olan qapalı tipli səhmdar cəmiyyətlər formasında yaradılır. Bu tip birjaların funksiyasını, strukturunu, idarəetmə qaydasını, fəaliyyət də olan üzvlərin tərkibini, onların kənarlaşdırılması qaydasını müəyyən edən nizamnamələri əsasında işləyir. Birjanın üzvləri öz broker kontorlarına malikdir və buraya bilavasitə sazişlər bağlayan brokerlər, onların köməkçiləri və başqa köməkçi heyət daxil olur.

Birja əməliyyatının müxtəlif formaları vardır bunların içərisin də ən önəmli formalarından biri də **Əmtəə birjasıdır**. Birjanın bu növündə əsas tələblər istehsalın kütləviliyi, istehsal olunan məhsulun standartlara uyğun olması və sabit tələbin olması ilə səciyyələdirilir. Birjanın bu növündə iri həcmdə alqı-satqı proseduraları həyata keçirilir qısacası topdan satış ticarəti baş verir. Bu növ birjalarda əsasən kənd təsərrüfatı məhsullarının satışı həyata keçirilir və sövdələşmələr müqavilələr bağlanılır. Əmtəə birjasının başqa birjalardan fərqləndirən özünə məxsusu xüsusiyyətləri vardır. Bunlara misal olaraq burada bütün məhsullar bazara daxil olmur burda baş verən bütün satışlar həmin əmtələrə məxsusu nümunələr əsasında həyata keçirilir. Digər fərqli bir xüsusiyyət burda məhsullar satıcıdan bir başa alıcıya ötürülmür. Məsələn belə təsəvvür edək ki fevral ayında birjada taxıl nümunələri üzərindən əməliyyat aparılmışdır, yalnız taxıl hələ əkilməyib və onu müştəriyə yalnız payızın əvvəllərin də təfil vermək mümkün olacaq. Buna uyğun olaraqda birjalarda kənd təsərrüfatı məhsulları üzrə alqı-satqı əməliyyatları 6 aydan, 24 aya kimi uzana bilər.

Birjalar ticarət dövriyyəsinə sürətləndirmək üçün əmətənin həcmi, keyfiyyəti, onun faydalı xüsusiyyətləri və digər əmtəllərdən üstünlükləri barədə məlumatları alıcılara çatdırırlar. Birjalar da aparılan bütün əməliyyatlar onun təsisçiləri (üzvləri) tərəfindən təsdiq olunan qaydalar əsasında həyata keçirilir və bu qaydalardan kənar hərəkət edən iştirakçılar müəyyən sanksiyalara məruz qalırlar. O cümlədən birjanın məxvi məlumatlarını və kommersiya sirlərini yaymağa görə də birja üzvləri məsullyyət daşıyırlar.

**Fond birjası**-birjanın bu növünün fəaliyyət sahəsinə veksələr, qiymətli kağızlar,

çeklər, firmların səhmləri və.s daxildir. Günümüz iqtisadiyyatında sənayenin, kənd təsərrüfatının və digər istehsal sahələrin inkişafı üçün kapital qoyuluşuna ehtiyac duyulur və bunlara da öz qarşılığını birjalarda qiymətli kağızlarda tapırlar. Qiymətli kağızların dəyəri bazırda onlara olan tələb və təklif əsasında formalaşır və qiymətləri dəyişkəndir. Qiymətli kağızların dəyərlənməsi və ya dəyərdən düşməsi iqtisadiyyatla düz mütənasibdir yəni iqtisadiyyat inkişaf edərsə qiymətli kağızlar dəyər qazanmağa başlayır yox əgər iqtisadiyyatda böhran baş verirsə bu zamanda onlar öz dəyərlərini itirməyə başlayırlar. Buna görə də mütəxəssislər tərəfindən fond birjası inkişafın ən düzgün göstəricisi hesab olunurlar. Qiymətli kağızların dəyər qazanmasına yaxud da dəyərdən düşməsinə iqtisadiyyatdan kənar amillər də öz təsirini göstərilər. Buna misal olaraq regionlarda baş verən müharibələr siyasi prosesləri göstərmək olar. Bütün bazar iqtisadiyyatı olan dövlətlərdə o cümlədən Azərbaycanda da birjanın bu növü fəalliyət göstərir. SSR-i dövründə digər sosialist dövlətlərində olduğu kimi Azərbaycanda da birjanın bu növü də digərləri kimi fəalliyət göstərməmişdir. Müstəaqillik əldə olduqdan sonra birjanın bu növü də fəalliyətə başlamışdır. Günümüz Azərbaycanında birjanın bu növü Bakı fond birjası adı altında fəalliyət göstərilir. Son bir ayda burda bağlanan əqidələrə aşağıdakı qrafikdə qısaca göz gəzdirək.

### Cədvəl 2.3

#### Bakı Fond Birjasında son ayların hesabatı

Tarixi 27.02.2017 ~ 27.03.2017

Emitent	Nominal	Valyuta	Əqd		
			Qiymət	Say	Məbləğ
Kürdəmir-Taxıl ASC	2,00	AZN	2,00	100,00	200,00

Kürdəmir-Taxıl ASC	2,00	AZN	2,00	100,00	200,00
Kürdəmir-Taxıl ASC	2,00	AZN	2,00	100,00	200,00
Kürdəmir-Taxıl ASC	2,00	AZN	2,00	419,00	838,00
İxtisaslaşdırılmış Quraşdırma ANKZ ASC	0,25	AZN	0,25	560,00	140,00
Təmir-Tikinti N.H. ASC	2,00	AZN	2,00	57,00	114,00
Təmir-Tikinti N.H. ASC	2,00	AZN	2,00	57,00	114,00
Təmir-Tikinti N.H. ASC	2,00	AZN	2,00	57,00	114,00
Təmir-Tikinti N.H. ASC	2,00	AZN	2,00	57,00	114,00
Tikinti-Quraşdırma ANKZ-2 ASC	2,00	AZN	2,00	4,00	8,00
Tikinti-Quraşdırma ANKZ-2 ASC	2,00	AZN	2,00	3,00	6,00
Azərtikintiservis ASC	2,00	AZN	2,00	80,00	160,00
Tikinti-Quraşdırma ANKZ-2 ASC	2	AZN	2	3	6
N.Quliyev adına Bakı- Taxıl ASC	2	AZN	2	1135	2270
Yevlax Elektrik Təmir Tikinti ASC	0,1	AZN	0,1	600	60
Gəncə-Şərab-1 ASC	2	AZN	2	162	324
Qusar-Konserv ASC	2	AZN	2	488	976
Azəraqrartikinti ASC	20	AZN	20	130	2600
Çörək Nəqliyyat ASC	2	AZN	6	10	60
Muğan ASC	2,00	AZN	2,00	2 264	4 528.00
Novruz ASC	2,00	AZN	2,00	5	10,00

Qeyd etdymiz kimi fond birjasında böyük şirkətlərin səhmləri alınır və satılır. Bura da birja öz mənfətinə səhmlərini saxladığı firmanın gəlirinin müəyyən fayizini götürməklə təşkil edir. Bazar iqtisadiyyatı azad sahibkarlıq təməlləri üzərində qurulmuşdur. Təbidir ki bu zaman bazarda fəaliyyət göstərən bütün birjaların biri-birə təsir edə bilməsi heçkimdə şübhə doğurmur. Təbidir ki, iqtisadiyyatın bütün sahələrində olduğu kimi birjalarda da qiymətlərin formalaşmasını böyük birjaların təsiri ilə olur. Dünyada 200-ə yaxın fond birjası fəaliyyət göstərir ki onlarında ən böyükləri Nyu-york, Tokio, London, Frankfurt birjalarıdır. Qərbi birjalarında ilik qiymətli kağız dövriyyəsi bir-iki trilyon dollardan artıq olur.

**Valyuta birjası**—birjanın ən geniş yayılmış növlərindən biridir. Birjanın bu növü valyutaların alınıb satılmasını təşkil edir. O cümlədən həmin valyutalara tələbi və təklifi nəzərə alaraq valyutaların məzənsini müəyyən edir. Bazar iqtisadiyyatında valyuta ticarətinin əsasını banklar təşkil edir. Ölkə daxilində isə bunları banklar və bank olmayan təşkilatlar arasında gedir. Buna baxmayaraq əməliyyatların bir qismi valyuta birjasının payına düşür. Birjanın bu növünün mövcud olduğu ölkələrdə valyuta bazarında azad və rəsmi valyuta kursları olur. Ölkə də valyutanın kursunu müəyyən edən amillərdən biri də bankların tədiyyə göstəricilərinə bankın pulunun dövretmə xüsusiyyətlərinə, banklar arasındakı işgüzar münasibətlərin xarakterindən asılı olaraq valyutanın azad kursu tələb və təklif əsasında yaranır. Valyuta ticarətinin əsasında turizm, xarici ticarət, köçürmələr durur.

**Füçers birjası** - əmtəə və fond birjasının bir formasıdır. Lakin ayrılıqda yeni bir birja növü kimi qeydə alınır. Burada müqavilələr əmtəənin gələcəkdə göndərilməsi üçün bağlanılır. Buna görə də ticarətin avtomatlaşdırılması səviyyəsi dayim artmaqda olur. Birjanın bu növü digərlərini klassik birjalara inkar edir. Birjanın elektronlaşması və internet üzərindən aparılması birja sərhədini aradan qaldırır. Dünyada 150 füçers birjası fəaliyyət göstərir ki, bunların da dövriyyəsi il ərzində 3 trilyon dolara yaxındır. Dünya üzrə füçers birjalarının paylanması belədir ən böyük pay Amerikaya aiddir 85%,

London 8%, Tokyo 6% dır.

**Fraxt birjasi**-iqtisadi ədəbiyyatlarda daimi fəaliyyətdə olan gəmilər kimidir deyilir. Bu birjalar regional, beynəlxalq və başqa əlamətlərinə görə təşkil olurlar. Beynəlxalq fraxt birjası İngiltərədə yerləşir bundan əlavə Hamburq, Keniya, Tokiyo da, Honkonq da yerləşir. Fraxt birjalari yüklərin və sərnişinlərin daşınması üçün dəniz nəqliyyatının beynəlxalq ticarət formasıdır. İqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələr də universal birjalar da fəaliyyət göstərir ki bunlara da bütün birja növlərinə valyuta, əmtəə, qiymətli kağız, fraxt birjası belə fəaliyyət göstərir.

**Reklam** iki əsrdən çox tarixə malikdir müasir reklamın tarixi isə Amerkaya məxsusdur. O zamanlar reklam burjua elementi kimi qəbul edilmişdi və əsasən şəhər mühitində tətbiq olunurdu. İqtisadiyyatın hərtərəfli inkişafında böyük rol oynamış, bununla onun özü də inkişaf etmişdir. Kapitalizmin inkişafı ilə əlaqədar olaraq rusiya da o cümlədən Bakıda da reklamın tətbiqi ilə yanaşı onun əhatə dairəsi də genişlənmişdir. O dövrdə Rusyada və Azərbaycanda reklam plakat mənasında işlədilirdi. Plakat Fransız sözü olub-elan afişa deməkdir. Plakatların reklam vastəsi kimi tətbiqi, çox çeşidliliyi mətbəələrin və şirift mədəniyyətinin yüksəlməsinə, reklam qrafikasının təkmiləşməsinə gətirib çıxarmışdır. Ölkəmizdə reklam bazarının ilkin forması məhz belə bir şərait də formalaşmışdır. Reklam fəaliyyəti öz mahiyyətinə görə siyasi və ticarət xarakterli olmuş və müxtəlif dövrlərdə eyni olmamışdır.

Sovet dövlətində, xüsusilə də 1940-1950-ci illərdə əsasən siyasi xarakterli reklam üstünlük təşkil edirdi. 1920-30 cu illərdə 40%-i reklamın 60% siyasi xarakterli reklamlar idisə, bu göstəricilər müvafiq olaraq 1930-40-ci illərdə 20 və 80% təşkil edirdi. 1940-50 ci illərdə isə bu təbliğat 100-0 % olmuşdur. 1950-1990 ci illərdə bu göstərici 30-70% olmuşdur.



**Sovetlər Birliyi və müstəqilik dövründə ölkəmizdə reklamin inkişafı**

İllər	Reklamin xarakteri	
	Ticarət reklami	Siyasi reklam
1920-1930	40	60
1930-1940	20	80
1940-1950	0	100
1950-1990	30	70
1990-1995	10	90
1995-1997	80	20
1997-1999	50	50
2000-2009	25	75

Respublikamız da müstəqillik əldə etdikdən sonra göstəricilər əvvəlcə ticari reklamin xeyrinə artaraq 1990 ci illərdə 80-20% sonra azalaraq 1997-1999 cu illərdə bərabər səviyyədə olmuşdur. 2006 ci ildə bu nisbət 15 və 85% olmuşdur. Son vaxtlar siyasi reklamin xüsusi çəkisini yüksəlməsi ölkədə ictimayi fəallığın artması ilə əlaqələndirilsə də, bunun əsas səbəbi ticarət reklaminin azalmasıdır. Belə ki, 1995 ci ildə 2 milyon dollarlıq, 1996 ci ildə 8 milyon dollarlıq, 1997 ci ildə 10 milyon dollar kimi reklam bazarının dövriyyəsi qalxmış sonrakı illərdən isə 1998-ci ildə 5 milyona, 2006 ci ildə isə bu rəqəm 3milyon dollara enmişdir. Bu geriləmələrin səbəbi mütəxəsislərə görə reklam sahəsinə lazımı diqqətin yetrilməməsi ilə əlaqədardır. Lakin 2007 ci ildən sonra reklama olan maraq dah da artmışdır.

Hazırda Azərbaycanda reklam bazasının həcmi 100 milyon dollardan artıqdır. Reklam bazasının strukturu reklam vasitələri üzrə bu nisbətdə paylanıb: televizya-41%, qəzetlər və Jurnallar-32%, kücə reklamı-14%, radio-4%, digərləri ( internet, telefon, buklet)-9% dır. Bu sahələrdə fəaliyyət göstərən şirkətlərin sayı isə 100 dən artıqdır.

Onuda qeyd etmək lazımdır ki Tv reklamının böyük bir hissəsi Bakıda yerləşir burada dövlət, ictimayi, və özəl kanallar yayımlanır. Regiyonal teleradio şirkətlərinə isə ümumi reklamın çox kiçik bir hissəsi düşür. 6-7 il əvvəl reklam bazasının ümumi həcmi 25 mln manat həcmində dəyişirdi. Bunun yalnız 2 mln manat çap KİV-lərinin payına düşürdü. Real fəaliyyət göstərən çap KİV-lərinin təxmini sayı 160 dan artıqdır. Maraqlıdır ki tv reklamı dayim inkişaf etdiyi halda, çap reklamının həcmində çox az bir dəyişiklik baş vermişdir.

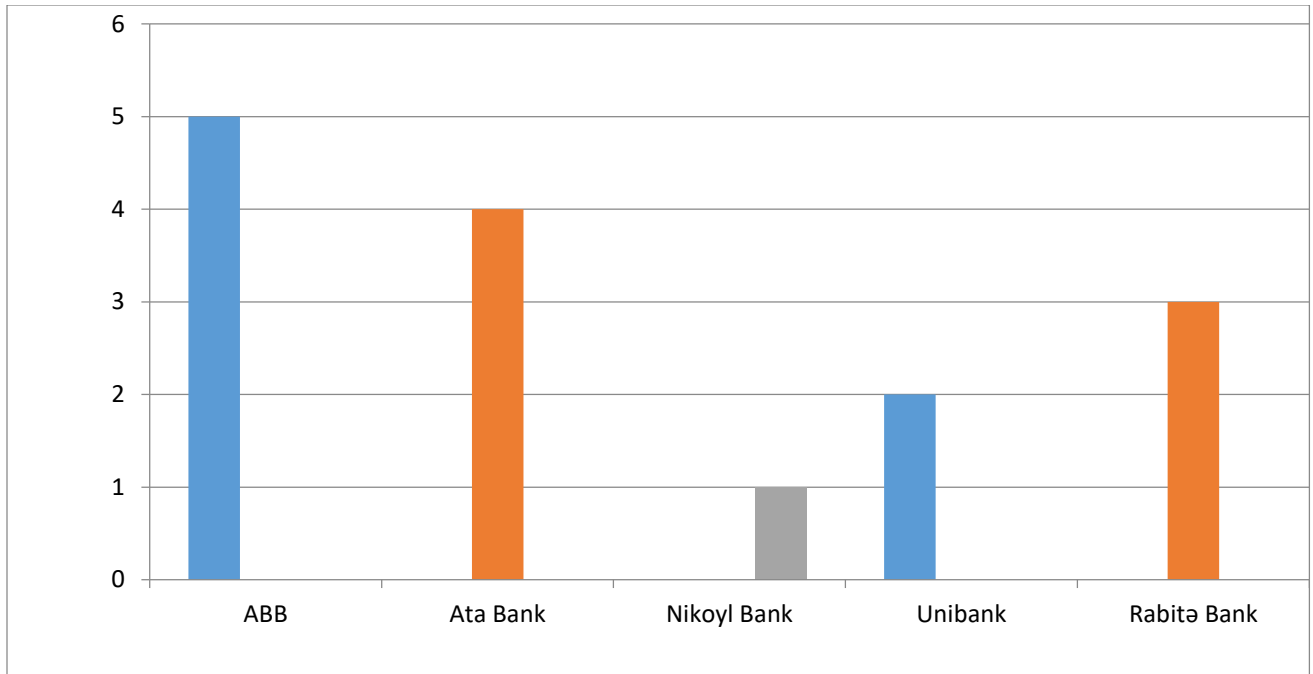
Bununla belə, ötən illər ərzində, istər media, istersə də açıq hava reklamının inkişaf etdirilməsi nəticəsində onlarla yerli şirkət yaradılıb ki, bu da yüzlərlə yeni iş yerinin açılması deməkdir.

Ölkəmizdə bank sektorunda da reklam sahəsinə də irələyişlər var. Belə ki, ölkədə fəaliyyət göstərən bankların bir çoxu böyük reklam verənlərə dönüşmüşdülər.

1990-ci illərdə sayı az olan Azərbaycan bankları “riteyl-banking” lə yəni bank xidmətlərini əhaliyə təqdim olunması ilə maraqlanmağa başladılar. Banklar və onların xidmətlərinin reklamı reklam sahəsində plastik kartlar, pul köçürmələri, ödəmələr, kredit və həttdə internetdə məhsul almaq üçün kartlar və istehlakçı kreditləri həyatımızın ayrılmaz sahəsinə çevrilmişdir.

Televiziyada bank reklamının həcmi 2003 cü ildə 200 min dollaradn 2008- ci ildə 1 milyon dollara qədər qalxıb və artmaqda davam edir.

Son illərdə daha çox reklam olunan bank və bank reklamı bazasının inkişafına təsir göstərən banklar arasında Azərbaycan beynəlxalq Bankı, Ata Bank, Nikoyl Bank, Unibank, Rabitə Bank hesab olunur



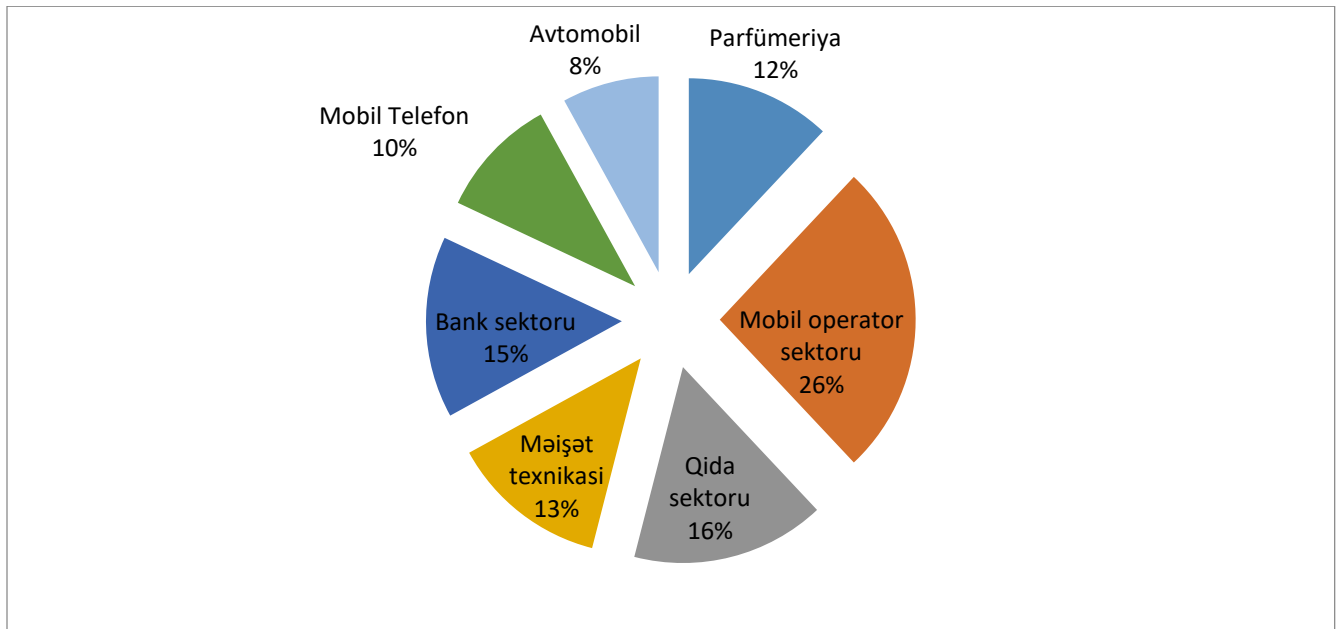
**Şəkil 2.4.** Bank sistemində reklam

Banklar öz reklamlarını təkcə paytaxda deyil, eləcə də regionlarda da realaşdırır. Gəncə telekanaları olan Alternativ tv və Kəpəz TV reklam olunan bankların yalnız biri yerli bank idi.

Azərbaycanda artıq bank reklamı ilə ixtisaslaşmış reklam şirkətləri fəaliyyət göstərir. Onlardan biri “ Rektaym”-dır 1996 cı ildə təsis edilmiş bu şirkət KİV-də reklamların xüsusi bank reklamlarının hazırlanması ilə ixtisaslaşmışdır. Beynəlxalq Bankla olan işləri buna əyani misaldır. “Minimaks” şirkəti bank reklamı ilə sıx əlaqədardır. Digər məşhur olan şirkətlərdən biri də “ ART MM” Azərbaycan Beynəlxalq Bankı ilə iş birliyindədir. Reklam qanunu ilə yaradılmış sərbəstlik nəticəsində digər reklam sahələri də adivizual reklam, video ekspress-informasiya filmləri, slayd filmlər, turizm reklamları və.s inkişaf edir.

1996-cı ilin 19 yanvarın da Türkiyənin “ Türksel İletişim Hizmetleri AS” şirkəti və Azərbaycan Respublikasının Rabitə Nazirliyi tərəfindən təsis edilmiş və artıq 3 cü nəsillə texnologiyaları tətbiq etməyə başlamış “ Azercell Telekom” BM bu gün Azərbaycan mobil rabitə bazınının 76% nı tutur. Şirkətin şəbəkəsi isə ölkənin 77% ni

əhatə edir. 2006-ci ildə Azercell abonentlərini sayı 38% artaraq 2007 ci ilin əvvəlinə 2.333.387 nəfər təşkil etmişdirsə. 2010 cu ildə bu rəqəm 3.700 000 nəfər təşkil etmişdir, günümüzdə isə bu rəqəm 4 milyondan artıqdır. Son dövrlərdə reklam verənlər əsasən mobil operatorlar da, qida sektorun da və Bank sektorunda olmuşdur. Məişət texnikası və parfümeriya mallarına nisbətən avtomobil üzrə xərclər bir qədər az xərc təşkil etmişdir. Bu nisbətləri aşağıdakı şəkildə də görmək olar.



**Şəkil 2.5.** Reklam xərclərinin sahələr üzrə bölgüsü

Göründüyü kimi, Azərbaycanda ən çox reklama vəsaiti mobil operatorlar ayırırlar Azercell, Bakcell, Narmobile şirkətləridir.

Fəaliyyət göstərdiyi 10 il ərzində şirkətlər ölkə iqtisadiyyatına 460 milyon Azn dən artıq investitsiya yatırmı etmişdir. Bunuda 120 milyonu telekommunikasiya bazasının inkişafına yönləndirilmişdir. 10 il ərzində şirkətlərin vergi ödəmələrin də 275 milyon azn dən çox köçürmələr olmuşdur 0 cümlədən şirkətlər ölkə də təşkil etdikləri sosial layhələrin həyata keçirilməsin də özünü göstərmişlərdir. Belə ki, bu sferada 10 il ərzində istifadə olunan vəsait 4.6 milyon AZN ötüb keçmişdir. 2006 ci ildə bu məbləğ

1.9 milyon azn olmuşdur.

Televizya və radio kimi elektron informasiya vasitələrinin reklam bazarın da çatışmamazlıqları aşkar edildik də biznesin və sahibkarlığın İnternetin əhəmiyyəti daha da artır. İnternetdən istifadə edilməsi sahibkarlara və marketoloqlara öz malları və xidmətləri üçün bazarın yeni imkanlarını müxtəlif əlamətlər üzrə onun seqmentlərini aşkar etməyə və öyrənməyə imkan verir. O reklam kampaniyalarının həyata keçirilməsinə ən səmərəli və sərfəli vasitəsi kimi müvafiq informasiyaların tədqiqinə, tələbin inkişafını proqnozlaşdırmağa, mövcud və potensial müştərilərin davranışında yeni meyilləri aşkar etməyə şərait yaradır. Lakin bu gün Azərbaycan internetinin mövcud problemlərindən biri yeni yaradılan saytların internetdə deyil, televiziya və radiyoda reklam olunmasıdır. Digər xarakterik cəhətlərdən biri də, Azərbaycanda reklam standartlarının mövcud olmamasıdır. Hər bir saytda banerlər müxtəlif ölçülərdə qoyulur və bir saytda 3-5 dən artıq banner yerləşdirilmədiyi halda, burada çoxlu sayda banerlər yerləşdirilir ki, bu da dünya standartlarından kənarada qalır.

Ölkə iqtisadiyyatında sabitliyin yaranması informasiya texnologiyalarının sahəsinin texnoloji cəhətdən yenidən qurulmasını təmin etmişdir. İqtisadi artımın sabit səviyyəsi nəticəsində telekommunikasiya inkişafı üçün geniş potensial yaradır və yaratmaqda davam edəcək. Həyat səviyyəsi yüksəldikcə insanların telekommunikasiya şirkətlərinin xidmətlərinə olan tələbatı artır və bu sahənin inkişafına təkan vermiş olur.

Respublikamızda xüsusi biznesin inkişafına diqqət artırmaqla internet istifadəçilərinin sayını bir neçə dəfə artırılmasına nail olmaq olar. Deməli belə bir şəraitdə milli bazarımızı reklamverənlərin və istehlakçıların milli reklam internet bazarının potensial auditoriyası üçün maraqlı etmək mümkün olacaqdır.

Veb reklamlardan ofislərin, mətbəx və istirahət, elm və s. Silsilələr üzrə reklam verənlərin daha səmərəli istifadə etmək şansları vardır. Mütəxəssislər belə hesab edilər ki, Aznet-in inkişaf meyli sürətlənməkdədir və yaxın gələcək də daha yüksək vüsət

alacağı proqnozlaşdırılır.

Ölkə prezidenti Cənab İlham Əliyevin respublikada 2008-2013-cü illərdə Rabitə və İnformasiya Texnologiyaları sürətli inkişafını təmin edilməsi üzrə göstərişlər vermişdir.

- əhalinin İKT sistemlərinə giriş imkanlarının artırılması;
- teleradio sahəsinin inkişafı;
- ikt infrastrukturunun inkişafı;
- aztəminatlı əhaliyə rabitə xidmətlərinin göstərilməsi;
- poçt şəbəkəsinin inkişafı;
- elektron-hökumət sahəsində inkişaf;

Bu tədbirlərin həyata keçirilməsində başlıca məqsədlər əhalinin bu sahəyə olan marağını artırmaq və bu bazarı daha da canlandırmaqdan ibarətdir. Bu tədbirlərin həyata keçirilməsi gələcəkdə öznü statistik rəqəmlərdə də göstərəcək.

Dünya üzrə ən çox reklam xərclərinin artdığı ölkələrin sırasına Rumuniya, İndoneziya, Türkiyə, Litva, Rusiya kimi ölkələri misal göstərmək olar. İsveçrə də reklam xərcləri ildə 5% artır. Holandiya dünya da adam başına düşən reklama görə 6-cı yerdədir. Yaponiyanın payına dünya üzrə reklamın 9% düşür. Bəzi qabaqcıl dünya ölkələrin də reklam bazarının strukturu oxşar nispət də deyildir. Belə ki Fransanın reklam xərclərinin paylanmasına nəzər salsaq görürük ki 25%-i televizyanın, 51%-i mətbuat, 11%-i radio, 12%-i plakat yalnız 1%-i kino reklamına düşür. ABŞ-da bu göstəricilər 22% televizya, 35%-ni mətbuat və 7%-ni radio reklam təşkil edir.

2008-ci ildə Azərbaycan da reklama 100 milyon manat pul xərclənib. Bu əvvəlki ildə ki rəqəmlərdən 20-30% coxdur. İndi Azərbaycan da reklamlar daha çox televiziya da, küçə plakatların da və nəqliyyat vasitələrin də yayılır. Amma son anlar da internet reklamın əhəmiyyəti və payı əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır. Emarketr şirkətinin hesabatındakı göstəricilərə əsasən ABŞ da onlayn reklam cəkilən xərclərin miqdarı 21 milyard olmuşdur və bu rəqəm 2011 ci ildə iki dəfə artmış 42 milyarda çatmışdır.

Mütəxəsilərin fikrincə onlayn reklama olan maraq qazet və televiziyaaya olan marağın azalması nəticəsində artacaqdır.

Dünya miqyasında və eləcə də respublikamız da internet reklamının inkişafı internetin bir sıra üstün kominikativ xüsusiyyətləri ilə əlaqədardır. Belə ki internetdə olan informasiyanın artımı insanların internetdə keçirdiyi vaxtın çoxalması ilə müşayət olunur. Bir tərəfdən də biznesin inkişaf etdiyi bir dövrdə hər hansı bir şirkətin internet də səhifəsinin olmaması onun imicinə böyük xələl gətirir. Bütün bunlar bir çox şirkətləri öz xidmət və məhsullarını veb səhifələrin də yerləşdirib digər internet resurslarını reklam etməyə məcbur edir. İnternet reklam bazarı digər reklam bazarlarına nisbətən daha sürətlə inkişaf edir. Reklam bazarın da internetin reytinginin qalxması onun digər vasitələrə nisbətən üstünlükləri ilə əlaqədardır. İnternet reklamın üstün olmasının ən əhəmiyyətli cəhətlərindən biri, xərclərin aşağı məhsuldarlığın isə yüksək olmasıdır. Başqa bir əhəmiyyətli cəhət isə internet reklamı çərçivəsində reklam verən şəxsin ehtiyacı olan reklam növünün təşkil edilməsidir. Reklam verən istənilən mövzu da və mahiyyət də reklam yerləşdirmək üçün internet də özünə sayt tapa bilər. İnternet bunun üçün istehlakçıya seçim etmək hüququ da tanıyır. Əvvəllər firmalar təqdimatla çıxış etmək üçün televiziya, radio, qazet, jurnal kimi yüksək xərc tələb edən vasitələrdən istifadə edirdilərsə, bu gün çoxları hədəfə daha asan çatan və xərci aşağı olan internet reklamına müraciyyət edirlər. Bu işdə internet reklam agentlikləri xüsusi fəaliyyət göstərirlər. İnternet reklamı agentlikləri, müştərilərin internet üzərindən təqdimatını həyata keçirmək istədiyi məhsullarını və yaximətlərin daha səmərəli nəticə verə biləcəyi satışa cəsarət kampaniyalarını həyata keçirdirlər.

Digər reklama vasitələrinə nəzərən internet reklamın bəzi üstünlükləri vardır ki onların qısa şərhini verək.

**Dinamik reklam sahələrinin olması**—çap reklam vasitələrindən fərqli olaraq, veb-səhifədə ki, bir reklamda istifadəçiyə çoxlu sayda reklam göstərilə bilmə imkanı verir.

**Reklam rotasiyası**-kimi tanınan bu texnologiyalar bir reklam sahəsində eyni anda bir neçə reklam kompaniyasını keçirməyə imkan verir.

**Canlı izləmə imkanı**-çap və televizya kimi ənənəvi reklam vasitələrin də reklamı neçə nəfərin izlədiyini təyin etmək çətin olduğu halda, əksinə olaraq internet reklamını neçə nəfərin izlədiyini və bu reklamı görənlərin nə qədərini bu reklam vasitəsiylə bizim veb sahifəmizə keçməsinə canlı izləmək olduqca asandır.

**Texnoloji üstünlüklər**- İnternet reklamının üstünlüklərinin əsasın da göstərilən reklam əsasın da detallı statistikaların yaradılması təşkil edir. Məsələn, internet də təqdim etdiyimiz reklamın bir gün ərzində neçə dəfə klikləndiyini öyrənə bilərik. Bundan əlavə reklamımızla maraqlanan şəxslərin, şəhərlərini, ölkələrin və s.də görmək olur.

**Az zaman kəsiyində özünə müştəri cəlb edə bilməsi**-digər reklam növlərin də edilən reklamların mahiyyəti 15 gün, bir ay kimi nisbətən uzun bir zaman da təsbit edilə bilər. İnternet də isə bu qısa zaman kəsiyində də baş verir. Üstəlik informasiya ilə bağlı reklamlara istənilən anda düzəliş etmək mümkündür.

**AZ xərc**-bir reklam verən olaraq internet reklamının yüksək maliyyəti olduğunu düşünmək olar lakin bu qətiyyənlə belə deyildir. Göstərilən bütün üstünlüklərlə yanaşı, bir internet reklamının hazırlanması və nəşr olunmasının xərci televizya, radiyo və digər çap edilmiş mediya qat qat aşağıdır. Eyni zamanda internet reklamlarına üzrə ödənişlər nümayiş müddətinə görə deyil, daha çox istifadə edilmə sayına görədir.

**Canlı qiymətləndirmə**-yuxarıda göstərilən canlı izləmə daha effektiv qiymətləndirmə üsulunu canlı qiymətləndirməni şərtləndirir. Baner reklam, Txt reklam, video reklam, Rich Media, Axtarış Mühəriri Reklamı və Mətin içi Reklam modeləri istifadə edilərək verilən internet reklam xidmətləri CPM, CPC, CPA, CPL, CPS, CPE kimi alternativ qiymətləndirmə üsulları ilə hər cürə tələbi formalaşdırmaq mümkündür. Bu üsulların hər biri internet bazarında geniş yayılmışdır və reklama sərf edilən məbləğin minimuma endirilməsinə imkan verir.



### **Qiymətləndirmə üsullarının məzmunu aşağıda göstərilən kimidir:**

CPM ( Cost Per Thomand İmpressioms)-1000 ədəd göstərilməyə görə ödəniləcək məbləğ anlamına gəlir.

CPC ( Cost Per Click)-hər basılmaya görə ödəniləcək ödəniş anlamına gəlir.

CPA ( Cost Per Action )–hər hərəkət başına ödənilməsi lazım olan ödəniş anlamına gəlir. İstifadəçinin reklam içərisində reallaşdırdığı hər hansısa hərəkətin reklam verənə xərcinin təyin edilməsinə də istifadə edilir.

CPL ( Cost Per Lead )-qeyd başına ödəniş anlamına gəlir. Daha əvvəlcədən təyin edilmiş bir hərəkətin reklam vasitəsiylə reallaşması nəticəsində ödənilməsi lazım olan miqdarı təyin edir.

CPS (Cost Per Sala )-satış başına düşən ödəniş mənasına gəlir. Reklam vasitəsiylə reallaşdırılan satış ədədinə görə ödənilməsi lazım olan miqdarı bildirir.

CPE ( Cost Per Engagement )-qarşılıqlı təsir başına ödəniş mənasına gəlir. CPE əsaslı ödəniş qarşılıqlı təsirli banerlər mikro sayt məntiqində işləyərək istifadəçinin hər hansı başqa ünvanına ittiqamətlənmədən, bütün hərəktlərini reklam sahəsi içərisinə də baş verməsinə imkan verir.

**Dəqiq hədəf kütləsinin seçilməsi.** Bu üstünlüyü kiçik bir misal üzərində göstərmək olar. Təsəvvür edək ki 20-30 yaş arası insanlar arasında reklam kompaniyası keçirilmişdir. Reklamın yerləşdirildiyi zaman internet resursu, öz növbəsinə də qeydiyyatdan keçmiş istifadəçilər haqqında məlumatla malikdir cinsi, yaşı, ölçüsü və.s Beləliklə, kompaniyanın dəqiq hədəf kütləsinə seçməklə puluna qənaəət etmiş olar.

Digər sahələrdə olduğu kimi internet reklamı sahəsində də ölkəmiz qabaqcıl ölkələrdən xeyli fərqlənir. Belə ki ölkəmizdə reklamın qiymətləndirilməsi statik və ənənəvi qiymət ilə qiymətləndirilən reklam sahələri satılır. Satandartların olmaması da ciddi bir problemdir. Bir çox sayt sahiblərinin ixtiyari ölçüdə baner sahəsi yaratmaması o cümlədən sahələrin ölçülərinin standart olmaması, reklamverənin və reklam agentliklərinin imkanlarından fayadalanmaq üçün reklam məhsulunun hazırlanmasında

da problemlər yaradır. Bu tip problemlərin aşkara çıxarılması və həlli yollarının tapılması üçün **Azərbaycan İnternet Formu ( AİF) ”** Azərbayacnda İnternet Reklamçılığı ” na dair bir sıra tədbirlər həyata keçirmişdir. Burada baner ölçülərini standartlaşdırmaq üçün İAB nin standartlarını əsas kimi götürən AİF ” İnteraktiv Reklam Vahidləri ” adlı layihənin işçi variantını təqdim etmişdir.

Bu və ya digər problemlərin tədricən aradan qaldırmaq üçün hər üç tərəf- reklamverən, reklam agentliyi və reklam yerləşdirən veb sayt standartlara riayət etməlidirlər. Bura da internet reklamın bütün agentliklərinin rolu daha böyük olmalıdır. Bunun özü isə agentliyin müvafiq texniki imkanlara malik olmasını tələb edir.

# **FƏSİL III. KOMMERSİYA FƏALİYYƏTİNİN İNİŞAF ETDİRİLMƏSİ**

## **STRATEGİYASINDA BAZAR İNFRASTRUKTURLARININ**

### **TƏKMİLƏŞDİRİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ**

#### 3.1. Bazar infrastrukturunun idarə edilməsi problemləri və həlli yolları

Bazar iqtisadiyyatı və ümumiyyətlə iqtisadiyyatın bütün sahələri dayıma strategiyalarla, proqnozlarla idarə etmə prinsipnləri əsasında öz fəaliyyətini göstərməlidir. Bu bazar iqtisadiyyatının bütün sahələrinin səmərəli inkişafını təmin edir. İdarə etmə metodlarının dah da inkişaf etdirilməsi sosial-iqtisadi aləmin inkişafının sürətləndirilməsinin vacib amillərindəndir. Burada əsas amillərdən biri elmi idarə etmə mühütünün vacib elementlərindən olan planlaşdırma və onun metodlarını daha da inkişaf etdirməkdən ibarətdir. Burada birinci amil elə planlaşdırmanın özünün elmi səviyyəsinin yüksəldilməsindən ibarətdir. Planlaşdırılmanın səviyyəsinin yüksəldilməsi aşağıdakı amillərdən ibarətdir.

- a) İctimai tələbatın tam nəzərə alınması;
- b) İqtisad elminin texniki imkanlarını və resursların elmi səviyyədə tam dəqiqi arşdırılması;
- c) Təsərrüfat qərarlarının hər tərəfli tam və dəqiq arşdırılması və onların müxtəlif tələblərinin müasir səviyyədə qiymətləndirilməsi;
- d) Verlən bütün qərarların xüsusən də təsarüfat və plan qərarlarının cari dövr üçün o cümlədən prespektivli müdət ərzində biri birinə təsirini və nəticələrinin öyrənilməsi;

Bu vaxt planlaşdırma da fəal iqtisadi təfəkkürün formalaşması önəmlidir. Buarada milli iqtisadiyyatın inkişafının uzun zamanlı planlanması ilə yanaşı eyni vaxtda elmi-texniki inkişafın, əmək alətlərinin və cisimlərinin tələbatının hesablanması, istehsalın hazırlanması, xamalın o cümlədən demoqrafik proqnozların işlənilib

hazırlanması, qıscası plan və proqnozlaşdırmanın fasiləsizliyi başlıca amillərdən biridir.

Elmi idarəçilikdə vacib amillərdən biri xalq təsərfatında, bazar iqtisadiyyatında istifadə olunan göstəricilərinən üst səviyyədə təkmiləşdirilməsidir.

Planlaşdırma vaxtı və idarə etmə prosesində texniki-iqtisadi normativlərdən çox istifadə olunmaması vacib problemlərdən biridir. Planlaşdırmada əsasən normativ metodlardan istifadə olunmalıdır. Lakin bazar iqtisadiyyatında xamal, yanacaq, materiala qənaət edilməsi avadlıqların texnikanın istifadə qaydalarını normalarını müəyyənləşdirilməsi metodlarında çoxlu çatışmamzlıqlar olmuşdur. Bu barədə iqtisadi işin zəyif təşkil olunması, xamala nəzarət işinin zəyif olmasında öz təsirini göstərmişdir.

Bazar iqtisadiyyatının o cümlədən infrastrukturunun idarə olunmasının inkişaf etdirilməsinin əsas istiqamətləri bunlardır.

- a) Bazar infrastrukturunun idarə edilməsi məsələlərinə sistemli bir şəkildə yanaşmaq.
- b) Sosial iqtisadi problemlərin həl edilməsi halını sistemləşdirmək.
- c) Məqsədli idarə etmə sistemi yaratmaq
- d) Uzun zamanlı stratejik yanaşma qaydaları hazırlamaq.

Bunlarla yanaşı iqtisadiyyatın idarə olunması zamanı təşkilatı formalara plana uyğun yanaşılması vacibdir. Bundan başqa da bazar infrastrukturunun idarə olunmasının bəzi konkret istiqamətləri də vardır

1. Bazar infrastrukturunun idarə olunmasının dəqiq paln-iqtisadi mexanizmlərinin inkişaf etdirilməsi.
2. Təşkilat strukturunun təkmiləşdirilməsi və günümüz tələblərinə cavab verilməsi.
3. İxtisaslı kadrların yetişdirilməsi və mövcud kadrların bilik səviyyələrini günün tələblərinə uyğun səviyyəyə gətirilməsi.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində elmi idarə etmə öz mahiyyətini heç vaxt itirmir. Bu ona görədir ki, idarəetmə yalnız mülkiyyət forması ilə deyil, dayimi zəruri olan əmək

bölgüsü və korporasiyaları, istehsalın inteqrasiyası, makro və mikro tənzimlənmə metodları, istehsal amilərinin və maliyyə resurslarının səmərəli halda istifadə edilməsi ilə bağlıdır. Bununla yanaşı idarə etmə səviyyəsinin müəyyən zaman kəsiyində ayrı-ayrı sahibkarların, menecerlərin şəxsi keyfiyyətlərindən də çox şey asılıdır.

İdarəetmə elmi özünə həm elmi, həm də praktiki bilikləri daxil edir. İdarəetmə elmi digər sahələr kimi özünün əhatə etdiyi sahələrdə fəaliyyət sahəsini dəqiq təsvir etməli və aydın proqnozlaşdırılmasını təmin etməlidir. Bu isə bazar infrastrukturunda mikro iqtisadi o cümlədən firma, şirkət daxilində baş verən sosial-iqtisadi, elmi-texniki məsələlərin, yetkin ənmütərəqi metodlarla öyrənilməsini irəli sürür. Beləliklə, idarəetmə yalnız idarəetmə sistemi, idarə etmənin təşkilat strukturu deyil, həm də idarə etmə münasibətləri, ayrı-ayrılıqda makro-mikro iqtisadi problemlərin, əlaqələrin nizamlanması ilə əlaqədardır. Belə nizamlanma prosesi idarə etmə haqqında yüksək və sistemli elmi təssüvrlərin, elmi əsasların olmasını tələb edir. Bunlarsız idarəetmə elmində uğur qazanmaq mümkünsüzdür. Buna görə də idarəetmə sahəsi tarix boyu dayıma hər yerdə eyni formada obyektiv və subyektiv zəmin üzərində formalaşır və muasir formasına çatmışdır. Onu da nəzərə almaq gərəkdir ki, idarəetmə elmiylə yanaşı idarəetmə sistemlərinin təkmiləşməsindən düzgün və ardıcıl istifadə olunması nəticəsində istehsal amillərindən və digər resurslardan səmərəli istifadə etmək mümkün olacaqdır. Təbidir ki, bazar iqtisadiyyatı şəraitində idarəetmə özünə məxsus əhəmiyyətlər kəsb edirlər və hər zaman yeni xüsusiyyətlərə malik olurlar və makro iqtisadi idarə dairəsi müəyyən dərəcədə məhdud olur. Onuda nəzərə almaq gərəkdir ki ayrı şirkətlərin eyni zamanda dəqiqi və qaydada işləməsi də hər zaman makro iqtisadi sabitliyi və iqtisadi artımı təmin edə bilmir.

İdarəetmə ilə bağlı ədəbiyyatlarda çox zaman “elmi idarəetmə”, “idarəetmənin elmi əsasları”, “idarə etmənin elmiliyi” bu kimi ifadələrə rast gəlirik. Bu ifadələrin müxtəlifliyi “idarəetmənin” müstəqil elm olmasını təkzib etmir əksinə onun elm olmasının müxtəlif variantlarda isbatıdır. Çünki idarəedən və olunan sistemlərin

səmərəli qarşılıqlı əlaqəsi və təsiri yalnız elmi müdalar və prinsiplər əsasında təsdiq oluna bilər. Təbii ki, istehsal, iqtisadi və başqa sistemlər digər elmlər tərəfindən tənzimlənir. Buna baxmayaraq idarəçilik elmi daha çox idarəçilik fəaliyyətində idarə etmə sistemini təşkil edilməsini, bütöv bir sistemin ayrı-ayrı hissələri və yaxud müxtəlif idarə etmə orqanlarının fəaliyyətində tamlığın təmin edilməsi ilə bağlıdır. İdarəetmə elmi iqtisadi proseslərin təsadüflərdən, subyektiv müdallar və özbaşınalıqlardan, mütləq qeyri müəyyənliklərdən asılılığının qarşısını almağa kömək etməlidir. Bu elmin müdaları və prinsipləri onlara əməl etmək şərti ilə tam şəkildə bağlıdır. Ancaq onların həyata keçirilməsi ilə bağlı şəraitin yaradılmadığı hallarda belə bu elmin tələbləri öz gücündə qalmış olur, ancaq burada idarəçilik fəaliyyətinin stratejiyası və taktikası idarə etmə orqanlarının tətbiq etdikləri metodlar əsasında nisbətən də olsa dəyişikliklərə məruz qala bilər. Bütün bunları nəzərə alaraq deyə bilərik ki idarə etmə sistemi zəiflədik də bu sistemdə qeyri nizamlılıq, entropiya halları çoxala bilər. Bu zaman sistemin, idarə olunması səviyyəsinin mütəşəkilliyinin, təşkil etmə səviyyəsinin xeyli dərəcədə azalmasına və qeyri müəyyənliyin çoxalması demək olardı. Buna baxmayaraq sosial iqtisadi sistemin müxtəlif tiplərindən asılı olmayaraq heç bir dövlət öz iqtisadiyyatını qeyri müəyyənlik üstünə qura bilməz.

Ölkədə kommərsiya fəaliyyətinin inkişafı dövlət tərəfindən bazar infrastrukturunun düzgün idarə edilməsindən asılıdır. Bazar infrastrukturunun mövcud elementləri arasında ticarət və kommərsiya fəaliyyəti ilə sıx əlaqəsi olan maliyyə və bank infrastrukturunun idarə edilməsi problemləri həmişə ticari fəaliyyətin inkişaf stratejiyasında aparıcı yer tutur.

Bazar infrastrukturunda və maliyyə bazarlarında irəliləyişin də yarana biləcək problemlərin qarşısının alınması milli və fərdi mənfəətlərin qorunması üçün, dövlət maliyyə bazarlarıyla bağlı tənzimləmələr etməlidir, eyni zamanda onların fəaliyyətinə nəzarət etməli və yoxlamalar aparılması öhdəçiliyinə mənsubdur. Maliyyə bazarları ilə bağlı aparılan tənzimləmələr ölkənin adminstrativ və iqtisadi quruluşuna uyğun olması,

tənizmləmələrdə hədəflənən yerə çatmaq üçün vacibdir. Tənzimləmələr həyata keçirilərkən iqtisadi, ictimai, siyasi realıqlar nəzərə alınmalıdır. Ölkəmiz baxımından maliyyə bazarlarının təşkil edilməsi və tənzimlənməsi yeni sayıla biləcək bir mövzudur və qısa keçmişə malikdir. Mütəxəssisləşmiş və siyasi təsirlərdən uzaqlaşdırılmış tənzimləmə və yoxlama tədbirlərinin reallaşdırılmasını təmin edəcək adminstrativ vahidlərin qurulması istiqamətində milli və beynəlxalq yanaşmaların tətbiqə keçirilməsindən əvvəl maliyyə bazarlarının yoxlanmasının ümumi adminstrativ quruluşu gerçəkləşdirilməkdədi.

Milli və beynəlxalq iqtisadi bazarların qoruna bilməsi üçün milli səviyədəki maliyyə bazarlarının nəzarət altında tutlması lazımlı olması barədəki yanaşmalar yeni tənzimləmələr və nəzarət etmə vahidlərinin ortaya çıxmasına gətirib çıxardı. Milli iqtisadi böhranların ölkə sərhədlərini aşacaq səviyyədə olması, milli iqtisadiyyatlardakı balansızlıqların və dalğalanmaların beynəlxalq problemlərə səbəb olması maliyyə bazarlarına nəzarət edilməsində beynəlxalq müstəvidə qəbul görən bir standartı çatması söylərini doğrurmuşdur. Maliyyə bazarlarının yoxlanılmasında tətbiq olunacaq beynəlxalq qanunların təyin olunması zamanı nəzərə çarpan əsas müdəlalr; maliyyə bazarlarının təşkil edilməsində və nəzarət edilməsində texniki infrastrukturların yaradılması və mütəxəssisləşmənin təmin edilməsi ilə yanaşı maliyyə bazarlarının təşkili və nəzarətin də siyasi seçimlərdən uzaq durlması zəruri bir haldır.

Maliyyə bazarlarına nəzarət və onların təşkil olunmasına nəzarət funksiyalarını yerinə yetirəcək təşkilatların yaradılmasında dövlətlər, seçimlərinə görə adminstrativ təşkilatlanmağı seçmişlər. Dövlətlər rəhbərlik anlayışlarına, ictimai və iqtisadi strukturlarına görə maliyyə bazarlarına nəzarət və tənzimləmələr etmələri üçün təşkilatlar yartmışlar. Ölkəmizdə də milli və beynəlxalq inkişaf paralelində, maliyyə bazarlarının təşkili və nəzarət edilməsi mövzularında vəzifəli adminstrativ vahidlər yaradılmışdır. Maliyyə bazarlarını təşkil etmək və nəzarət edilməsi çərçivəsində qurumlar yaradılarkən texniki infrastruktur və mütəxəssisləşmənin müəyyən edilməsi vacibliyi ilə yanaşı siyasi

təsirlərdən də uzaq tutularaq uyğun bir model yaradılmışdır. Azərbaycan Respublikasının prezidenti İlham Əliyevin 23 fevral 2009 cu il də 66 nömrəli fərmanı ilə Azərbaycan Respublikası Maliyyə bazarlarına nəzarət palatası yaradılmışdır. Bu qurumun əsas vəzifələri investisiya, qiymətli kağızlar bazarı, bank, bank olmayan kredit təşkilatları eyni zamanda ödəniş sistemlərinin lisenziyalaşdırılması tənzimlənməsi və nəzarəti həyata keçirməkdir. Bundan savayı cinayətkarlıq yolu ilə mənimsənilmiş pulların ləqələşdirilməsi, terrorçuluğun maliyyələşdirilməsinin önünə keçmək məqsədiylə nəzarət sisteminin yaradılmasından ibarətdir.

Maliyyə bazarları üzərində reallaşdırılan və reallaşdırılması lazım olan yoxlamaların daxilində, bu bazarların gerçək vəziyyətlərinin təsbiti və sərmayəçilərin doğru məlumatlandırılması məqsədiylə reallaşdırılan müstəqil yoxlama quruluşları tərəfindən edilən yoxlamalar olduğu kimi, maliyyə bazarlarıyla əlaqəli peşə təşkilatlarının etdiyi peşə yoxlamaları və dövlət adına administrativ qurum və təşkilatlar tərəfindən reallaşdırılan yoxlamalar da var.

Maliyyə bazarlarına nəzarət edilməsi; pul və sərmayə bazarlarının fərdi və ictimai iqtisadiyyat baxımından daşdığı əhəmiyyət və sabitliyinin pozulması vəziyyətində cəmiyyət nizamı üzərində meydana gətirəcəyi mənfiliklər səbəbiylə, təşkil edilməsi, nəzarət altında saxlanması və lazımlı vəziyyətlərdə araşdırmaya tabe tutulmasıdır. Administrativ təşkilatlar tərəfindən reallaşdırılan, maliyyə bazarlarının təşkil edilməsi nəzarət edilməsi fəaliyyətlərinin daxilində, bu sektorlara bağlı iş nizamı meydana gətirəcək təşkil edici administrativ mətnlərin yaradılması (Ümumi təşkil edici əməliyyatlar), mürəkbə nəzarət, idarə, yoxlama, araşdırma, təhqiqat, istintaq, təftiş və bənzəri tətbiqlər etməkdədir. Maliyyə bazarların təşkil edilməsi mövzusunun dövlət təşkilatlarının vəzifəsi olduğuna bağlı bir tərəddüd yoxdur. Buna qarşılıq maliyyə bazarlarının qorunması və nəzarət edilməsi mövzusunda cəmiyyət təşkilat və vahidlərinin yanında xüsusi sektor quruluşları, bir başqa deyimlə, sərbəst yoxlama quruluşları da vəzifə yerinə yetirməkdədir. Araşdırma mövzumuz maliyyə bazarlarında



cəmiyyətin etdiyi tənzimləmələr, qorunması və yoxlama fəaliyyətləri olduğundan sərbəst yoxlama mövzusu və quruluşları araşdırılmayacaqdır. Dövlət, maliyyə bazarlarında yaşanan ya da yaşanacaq problemləri önləmək və vətəndaşlarının mal varlıqlarına istiqamətli təhdidləri ortadan qaldırmaqla vəzifəli bir quruluştur. Fərdlər haq və azadlıqlarının bir qisimindən imtina etmə bahasına dövlətin varlığını qəbul edərkən, bu fədakarlıqlarına qarşılıq olaraq dövlətdən bəzi gözləmələr içərisində ola bilərlər. Dövlət, özünü meydana gətirən fərdlərin təhlükəsizliyini təmin edilməsinə bağlı gözləmələrinin ən əhəmiyyətli ölçüsünü meydana gətirən mal təhlükəsizliyinin təmin edilməsi daxilində lazımlı tədbirləri almaqda öhdəlik daşıyır. Vətəndaşın mal təhlükəsizliyinin təmin edilməsinə əlavə olaraq milli iqtisadiyyatın sağlam və sabitlikli bir şəkildə işləyə bilməsi baxımından da dövlət maliyyə bazarlarına nəzarət etmək məcburiyyətindədir. Dövlət tərəfindən təşkil edilməyən, qorunmayan və yoxlama altında saxlanılmayan maliyyə bazarlarında, fəaliyyətdə olan quruluşlar mövcud mövqelərindən sui-istifadə edərək qeyri-qanuni yollardan özlərinə gəlir əldə etməyə çalışırlar. Maliyyə bazarlarında yaşanacaq mənfiliklərə bağlı olaraq kiçik qənaət sahibi fərdlərin mal varlıqları hüquq xarici yollarla əllərindən alınacaq və çox zəngin hər insanın yanında yüzlərlə kasıb fərd ortaya çıxacaq.

Maliyyə sisteminin təsirli və məhsuldar bir şəkildə fəaliyyət göstərməsi üçün son illərdə Azərbaycanda olduğu kimi, digər ölkələrdə də maliyyə segmenti təşkil edən mevzularda əhəmiyyətli dəyişikliklər edilmişdir. Maliyyə bazarlarının yoxlanması mövzusunda ölkələrin tətbiqləri bir-birlərindən fərqliliklər göstərməkdədir. Maliyyə bazarlarının yoxlama tətbiqləri, ölkələrin siyasi quruluşunu, iqtisadi seçimlərinə və inkişaf etmişlik vəziyyətinə görə fərqli ola bilməklə birlikdə, təməl olaraq iki başlıq altında toplanma bilməkdədir. Bu ayrı-seçkiliklər; maliyyə bazarlarının yoxlamaları mövzusunda fərqlilik təşkil edici və nəzarət edici quruluşların vəzifələndirilməsi ilə tənzimləmə və nəzarət etmənin bir dam altında toplanması şəklində qarşımıza çıxmaqdadır.

*ABS-modeli:*

Maliyyə bazarların təşkil edilməsi, qorunması və yoxlama altında tutulmasına bağlı ABŞ tətbiqi federal quruluşa uyğun olaraq şəkilləndirilmişdir. ABŞ tətbiqində, maliyyə bazarları maraqlandıran təməl ayrı-seçkiliklər fərqli müstəqil təşkil edici administrativ mövqelər tərəfindən təşkil edilməkdə, qoruma altında tutulmaqda və nəzarət edilməkdədir. Bankçılıq sektorunun təşkil edilməsi və nəzarət edilməsi mövzusunda Federal Xəzinə Qurumu təşkilatı (Federal Reserve Board-Board of Governors), qənaət haqqına zəmanət təmin edilməsi mövzusunda Federal Haqq Sığortası Birliyi (Federal Deposit Insurance Corporation) və sərmayə bazarı mövzusunda da Sərmayə Bazarı Komissiyası (Securities and Exchange Commission), tənzimləmələr etməkdə, tətbiqləri izləmə və yoxlama fəaliyyətlərində olurlar. ABŞ Maliyyə Bazarlarının təşkil edilməsi, qorunma və yoxlama fəaliyyətlərini yerinə yetirmək üzrə vəzifələndirilmiş olan müstəqil təşkil edici qurumlardan başqa, ABŞ Maliyyə Nazirliyi də, Pul İdarə Bürosu (Office of the Comptroller of Currency-OCC) vasitəsilə maliyyə bazarların işləyishinə müdaxilələr etməkdədir.

Ölkənin siyasi quruluşuna uyğun olaraq qurulmuş olan ABŞ maliyyə bazarlar yoxlama sistemi, ölkə iqtisadiyyatının böyüməsində və dünyanın ən böyük və əhəmiyyətli iqtisadiyyatı halına gəlməsində ən təsirli rolunu oynamışdır. ABŞ maliyyə bazarlarının təşkil edilməsi, qorunması və yoxlama vəzifəsini yerinə yetirən təşkilatlar, fəaliyyətlərinin milli-federal təsirinin yanında beynəlxalq təsirini və gücünü də diqqətə alaraq hərəkət etməkdədirlər.

ABŞ tətbiqi maliyyə bazarlarıyla əlaqədar olaraq, əlbəttə ki siyasi quruluşuna uyğun bir tənzimləmə, qoruma və yoxlama sistemi meydana gətirmişdir. Maliyyə bazarların alt ayrı-seçkilikləri olan, pul və sərmayə bazarı mövzusunda tənzimləmə, qoruma və yoxlama tətbiqlərini reallaşdıran təşkilatlar federal quruluşa uyğun bir sistem meydana gətirmişlər. Pul və sərmayə bazarları mövzusunda tək səlahiyyətli hökumətin federal hökumət olmaması və yerli hökumətlərin də qatqıları ilə maliyyə bazarların nəzarət edir olması nəticəsində təşkil edici və nəzarət edici təşkilatların bir-birlərindən

müstəqil olaraq fəaliyyətdə olması nəticəsində doğrulmuşdur. ABŞ maliyyə bazarları sisteminin diqqət çəkən istiqamətlərindən biri də, milli pul siyasətinin bankçılıq tənzimləmə, qoruma və yoxlama nüfuzu olan Federal Xəzinə təşkilatı tərəfindən təyin olmasıdır. ABŞ yanaşmasına görə, pul siyasəti bankçılıq sektoruyla birlikdə düşünülməsi lazım olan bir anlayışdır və bankçılıq sektoruyla birlikdə reallaşdırılmalıdır.

Federal rəhbərlik sisteminə sahib bir ölkə olmasına qarşı, ABŞ da maliyyə bazarların təşkil edilməsi və nəzarət edilməsində vəzifəli təşkilatlar arasında bir koordinasiya və yaxın əməkdaşlıq mövcuddur.

*İngiltərə modeli:*

İngiltərə maliyyə bazarları ölkə iqtisadiyyatında əhəmiyyətli bir yerə malikdir. Qeyri safi milli nəticənin və daxili gücün məşğulluğunun əhəmiyyətli bir hissəsini maliyyə bazarları təşkil etməkdədir. İngiltərə maliyyə bazarlarının iqtisadiyyat və məşğulluq sahəsində sahib olduğu əhəmiyyət səbəbiylə ortaya çıxması ola biləcək problemlərinə vaxtında müdaxilə edəbilməsi məqsədiylə siyasətdən müstəqil, texniki infrastruktur təchizatına sahib mütəxəssisləşmiş bir təşkilat yaradılması yoluna gedilmiş və 1997-ci ildə Maliyyə Xidmətlər Nüfuzu (Financial Services Authority- FSA) qurulmuşdur. Maliyyə Xidmətlər təşkilatı yeni miniliyə girərkən İngiltərə maliyyə bazarları mövzusunda əsas səlahiyyətli təşkilat olaraq tənzimləmə, qoruma və yoxlama vəzifəsinə başlamışdır.

İngiltərə Maliyyə Xidmətlər təşkilatı, həm pul bazarları həm də sərmayə bazarı mövzusunda vəzifələndirilmiş olan tamamilə maliyyə bazarları təşkil edən və nəzarət edən bir təşkilatdır. Bu istiqamətiylə İngiltərə Maliyyə Xidmətlər təşkilatı, unitar quruluşlu ölkələr baxımından bir model olma xüsusiyyətindədir. Rəhbərlik anlayışı və hüquq sistemi baxımından ABŞ ilə paralel tətbiqlərə sahib olan İngiltərənin maliyyə bazarların yoxlaması mövzusunda fərqli bir sistem seçməsi maliyyə bazarların həssas

və kövrək olmasından ötəri ən uyğun həllin tapılmağa çalışılması nəticəsində tək qurumlu tənzimləmə və nəzarət etmənin daha məhsuldar olacağına təsbit edilməsidir. İngiltərə maliyyə bazarlarının yoxlaması mövzusunda tək qurumlu bir quruluş yaradılmasına əlavə olaraq, sistem üzərində təsirli olan Mərkəz Bankının tətbiqlərinin idarə xarici bir təsir meydana gətirməsinin önünə keçə bilmək ya da tətbiqlərdə koordinasiyanı təmin etmək üçün, Maliyyə Xidmətlər Nüfuzu ilə Mərkəz Bankı nümayəndələrindən ibarət yaranan daimi komitə də yaradılmışdır. Komitə aylıq periyotlarla toplanaraq maliyyə bazarlarında sabitliyin təmin edilməsinə bağlı problemləri və maliyyə bazarlarına bağlı inkişafı müzakirə etməkdədirlər.

Əvvəla, Azərbaycan Maliyyə Bazarlarının təşkil edilməsi, qorunması və yoxlama altında saxlanması mövzusunda vəzifə alan təşkilatların quruluşu və bu mövzudakı beynəlxalq tətbiqlərdən bəzi nümunələrə baxıldığında, ABŞ xaricindəki ölkələrin maliyyə bazarlarıyla bağlı tənzimləmə, qorunması və yoxlama tətbiqləri ümumiyyətlə tək qurum altında toplanmışdır. Maliyyə bazarlarının təşkil edilməsi, nəzarət və yoxlamasından məsul təşkilatların tək mərkəzli hərəkət etmələrinin zəruriliyi ölkələrin iqtisadi sahədə yaşadıkları hadisələrdən əldə etdikləri təcrübələrdən yaranmışdır. Regional və dünya ölçüsündə ortaya çıxan problemlərə müdaxilə edə bilməsi üçün həm milli səviyyədə həm də beynəlxalq səviyyədə işlər görülərək, maliyyə bazarlarının milli sərhədlərə bağlı qalmadan bir-birlərindən təsirlənməyə açıq olmalarının doğuracağı problemlərin qabağına keçilmək istənmişdir.

Ölkəmizdə maliyyə bazarların təşkil edilməsi, qorunması və yoxlamasının təmin edilməsi mövzusunda vəzifəli olan təşkilat və quruluşların müxtəlifliyinə bağlı əvvəlki bölmələrdən edilən araşdırmada da görüldüyü kimi, maliyyə bazarlar mövzusunda səlahiyyət təşkilat və qurullar birdən çox və bir-birlərindən müstəqil olaraq fəaliyyətdə olmaqdadırlar.

Maliyyə bazarlarında vəzifə yerinə yetirən təşkil edici və nəzarət edici quruluşların siyasi təsirdən uzaq tutulması istiqamətindəki ehtiyacın gərəyindən çox

əhəmiyyət verilməsinin nəticəsi olaraq bu təşkilatların mühakimə yoxlamasının xaricində hər hansı bir yoxlamaya tabe tutulmaması mənfiliklərə səbəb olmuşdur.

Maliyyə bazarlarda fəaliyyət göstərən təşkilat və quruluşların birdən çoxunun vəzifə sahəsinə girən mövzularda fəaliyyət göstərən təşkilat və quruluşların nəzarət edilməsində koordinasiya problemləri yaşanmaqdadır.

Azərbaycan Maliyyə Bazarlarının təşkil edilməsi və nəzarət edilməsində iki problem önə çıxmaqdadır;

1. Maliyyə bazarları tənzimləmə və nəzarət etmə vəzifə və səlahiyyətinə sahib təşkilat və quruluşların fəaliyyətlərinin yoxlamasında var olan boşluqlar.
2. Maliyyə bazarların təşkil edilməsi və nəzarət edilməsi müddətində təşkilat və qurullar arasında koordinasiya problemi.

Nəticə etibarilə maliyyə bazarlarını meydana gətirən pul və sərmayə bazarlarının bir-birlərindən müstəqil olaraq düşünülməsi qeyri-mümkündür. Pul və sərmayə bazarlarına bağlı tənzimləmələrin, qorunması və yoxlama fəaliyyətlərinin ortaq bir standartda sahib olması, tətbiqlərin bazarlar arasında paralel olaraq icra edilməsi və tənzimləmə və nəzarət etmə fəaliyyətləri arasında koordinasiyanın təmin edilməsi maliyyə bazarların sağlam işləməsi üçün zəruridir.

Maliyyə bazarların, xüsusilə də pul bazarlarının, nizamlı və sabit bir şəkildə fəaliyyətdə olması vəziyyətində ölkə inkişafına və iqtisadiyyatına qatqısı böyük olacaq. Maliyyə bazarlara duyulan güvənin sarsılması, bazarlarda sabitliyin itməsi vəziyyətində fərdi və milli səviyyədə ciddi iqtisadi zərərlər ortaya çıxaracaq. Bir ölkənin illik milli gəlirinə bərabər bir iqtisadi potensialın, təşkil edilməsi, nəzarət və yoxlama altında saxlanılmasında açıq ictimai mənfəət olduğu danılmaz faktır.

Maliyyə bazarların təşkil edilməsi, nəzarət və yoxlama altında saxlanılmasında var olan açıq ictimai mənfəət səbəbiylə təşkil edici və nəzarət edici təşkilat və quruluşların yaradılmasına qarşılıq, maliyyə bazarlarına güvən və sabitlik içərisində fəaliyyətlərini davam etdirməsinə mane olan problemlər tam olaraq həllə qovuşdurula

bilməmişdir. Maliyyə bazarların yoxlama mövzusunda iki təməl problem önə çıxmaqdadır; bunlardan birincisi, maliyyə bazarların təşkil edilməsi və nəzarət edilməsində vəzifə alan təşkilat və quruluşların üzvlərinin təyin edilməsinə və lazım olduğunda vəzifədən alınmasına bağlı qaydaların açıqca təşkil edilməmiş və naməlum olması, ikincisi isə maliyyə bazarları meydana gətirən pul və sərmayə bazarlarının təşkil edilməsi və nəzarət edilməsində yaşanan koordinasiya əksiklikləridir.

Maliyyə bazarların təşkil edilməsi və nəzarət edilməsindən məsul təşkilat və qurum üzvlərinin, seçilə bilmə xüsusiyyətlərinin və namizəd göstərməyə səlahiyyətli təşkilat və quruluşların iştirakçı demokratik rəhbərliyə uyğun olaraq yenidən təşkil edilməsinə və vəzifələri əsnasında, seçilə bilmə xüsusiyyətlərini itirmələri ya da vəzifələrinin gərəyini yerinə gətirə bilməmələri vəziyyətlərində vəzifədən alınma bilmələri yolunun açıqca təşkil edilməsi lazımdır. Təşkilat və qurum üzvlərinin seçilmə kafilik və xüsusiyyətlərinin açıqca təşkil edilməsinə və nazirlər kabineti tərəfindən təyin edilən bu kəslərin təyin edilmələrinin Azərbaycan Milli Məclisi tərəfindən uyğun tapılmasına bağlı bir tənzipləməyə gedilərək, siyasi iradənin sektor üzərində fəaliyyətinin örtülü olaraq davam etməsinin qabağına keçilməlidir. Namizəd ola bilmə xüsusiyyətləri açıq bir şəkildə təşkil edilən kəslərin namizəd göstərilmə müddətində hökumət üzvlərinin ya da əlaqədar nazirin fərdi seçimindən çox bu kimi təşkilat, quruluş və peşə təşkilatlarının göstərəcəyi namizədlər arasından seçilməsi yolu təşkil edilməlidir. Buna qarşılıq, siyasi təsirdən uzaq olaraq təyin edilmiş və vəzifəyə başlamış vəzifələrinin gərəyini yerinə yetirməkdən qaçınmaları ya da qeyri-kafi qalmaları ilə təyin edilmə şərtlərinə uyğun olmadıqlarının ya da sonradan itirdiklərinin ortaya çıxması vəziyyətində vəzifədən alınma bilmələrinə bağlı üsul qaydalarının açıqca təşkil edilməsi lazımdır.

Maliyyə bazarların alt hissələri olan pul və sərmayə bazarlarının təşkil edilməsi və nəzarət edilməsi fəaliyyətlərində bir koordinasiya əskikliyi olması açıqca görülməkdədir. Təşkil edici və nəzarət edici təşkilat və quruluşların fəaliyyətləri

arasında bir koordinasiya təmin edilərək, həm tənzimləmə və nəzarət etmələrdə bir standart yaradılması həm də yoxlama qarışıqlığının və ya yoxlama boşluğunun qabağına keçilməsi zərurətdir. Mövcud halıyla maliyyə bazarların tənzimləmə və yoxlama məqsədlərini reallaşdırmaqda qeyri-kafi qalan təşkil edici və nəzarət edici təşkilat və quruluşların, yenidən təşkil edilərək tək qurumlu bir quruluşa qovuşdurulması lazımdır. Tək qurumlu bir quruluş bu təşkilat və quruluşların tək bir cəmiyyət şəxsiyyəti altında dairə başçılıqları şəklində qurulması yoluyla təmin edilə biləcəyi kimi, mövcud cəmiyyət şəxsiyyətləri davam etdirilərək, yalnız koordinasiya məqsədli və təşkilat və quruluş üzvlərindən müəyyən nisbətdə üzv alınaraq yaradılacaq bir üst koordinasiya quruluşu təşkilatı yaradılması yoluyla da reallaşdırıla bilər. Mövcud quruluşun davam etdirilməsi istiqamətində bir yanaşmanın önə çıxması vəziyyətində isə, maliyyə bazarlarının təşkil edilməsi və nəzarət edilməsində vəzifə alan bu administrativ vahidin qərar orqanı olan quruluş üzvləri arasından ən az bir dənəsinin bir başqa quruluşda da vəzifə alması şəklində bir tənzimləməyə gedilərək tətbiqlər arasında paralellik və fəaliyyət təmin edilməsi yoluna gedilməlidir.

Maliyyə bazarlarının təşkil edilməsi və nəzarət edilməsi mövzusunda yaşanan problemlərin həllə qovuşdurularaq, güvən və sabitlik içərisində fəaliyyətlərini davam etdirən və ölkənin iqtisadi inkişafına köməkçi olacaq maliyyə bazarları yaradılmasının həm fərdlərə, həm də cəmiyyətə böyük mənfəəti vardır.

"Azərbaycan MB haqqında Qanun"a uyğun olaraq, Azərbaycan Respublikasının Mərkəz Bankının məqsədlərini bu şəkildə sıralanmışdır:

1. Azərbaycan milli pulunun sabitliyini qorumaq.

2. Azərbaycan bank sisteminin inkişafını və güclənməsini təmin etmək.

MB məqsədlərinə çatmaq üçün aşağıdakı fəaliyyətləri yerinə yetirməkdədir.

1. Dövlətin pul və kurs siyasətini davam etdirmək və təyin etmək.

2. Pulun, tədavülə qoyulması və tədavüldən çıxarılmasını Azərbaycan Respublikasının konstitusiyasının 19-cu maddəsi, II bəndinə görə təşkil etmək.

3. Manatın rəsmi, kursunu uyğun olaraq nizamlı bir şəkildə təyin və elan etmək.
4. Qanuna uyğun olaraq pulun kursunu təşkil etmək və nəzarət etmək.
5. İdarəsində olan beynəlxalq kurs - qızıl ehtiyatlarını uyğun olaraq qorumaq və idarə etmək.
6. Azərbaycan Respublikasının banklar haqqındakı qanununa uyğun olaraq və qanunda qəbul edilən normatif razılaşmalar çərçivəsində bank fəaliyyətlərinə icra etmə icazəsini vermək və təşkil etmək, bank fəaliyyətlərinə nəzarət etmək.
8. Mövcud və digər qanunlarda nəzərdə tutulan digər vəzifələri yerinə yetirmək.

1994-cü ildən bəri Azərbaycanda tətbiq olunan pul siyasətini 4 mərhələli olaraq ələ almaq mümkündür:

1. Mərhələ (1994-1996). 1992-1994 illəri arasında makro ekonomik sabitliyin təmin edilməsi üçün qəbul edilən prinsiplər və möhkəm pul siyasətinin davamlılığı ilə xarakterizə edilir. Bu zəruri fəaliyyətə 1992-1994-cü illər arasında ortaya çıxan obyektiv gerçəklər səbəb oldu. Dünya təcrübəsinə görə; mərkəzi sistemdən bazar iqtisadiyyatına keçmək, istehsal göstəricilərinin aşağı düşməsi və inflyasiyanın yüksəlməsinə, sürətli bir şəkildə milli pulun dəyər itirməsinə və xalqın ictimai vəziyyətinin pisləşməsinə səbəb olar. Bu müddəti, Sovet ölkələriylə uzun illərdir davam edən əlaqələrin iflasa uğraması və fərqli bölgələrdə siyasi və hərbi qarşıdurmaların olması sürətləndirdi. Yuxarıda yazılan gərginliyin təhdid edər dərəcəyə gəlməsi Azərbaycan üçün xarakteristik bir vəziyyət oldu. 1992-1994-cü illərində ortalama inflyasiya ölkədə 1600-1800% ətrafında idi. Milli pul isə dollara görə bir neçə qat dəyər itirdi. Eyni zamanda inflyasiyanın sərhədləri məcbur etməsi pul və pul olmayan səbəblərə bağlı idi. Bunun başqa bir səbəbi, dövlət büdcəsindəki açıqların Mərkəz Bankı kreditlərindən qarşılınması idi. Eyni zamanda ticarət banklarının kredit portfelərinin böyük seqmentinin problemlili olduğunu da qeyd etmək lazımdır.

Dövlət maliyyə sisteminin parametrlərinin pisləşməsiylə birlikdə, dövlətin inkişaf səviyyəsi də çox aşğılara endi. Ölkədə müasir bazar iqtisadiyyatına cavab verən



bir pul bazarı da yox idi. 1994-cü ilin ikinci yarısından etibarən, dövlət və Mərkəz Bankı makro iqtisadi sabitliyi təmin etmək üçün yeni radikal tədbirlər götürməyə başladı. Maliyyə Nazirliyi və Mərkəz Bankı, Dünya Bankının köməyi ilə qısa müddət içərisində təcili olaraq yeni proqramlaşdırma hazırladı. Bu proqramlaşdırmanın yerinə yetirilməsinə Respublika başçısı 15 İyun 1994 tarixində "Xalqın İctimai Vəziyyətin Gücləndirilməsi-Qlobal Maliyyə Böhran Mühitində Azərbaycan Bankçılıq Sektorunun Quruluşu, Xüsusiyyətləri və Problemləri öyrənilməsi və Ölkənin İqtisadi Vəziyyətinin Sabitliyi Üçün Görülməli Tədbirlər" adlı bəyanatından başlandı. Əsas məqsəd, inflyasiyanın yüksəlməsini önləmək, pul və vergi siyasəti ilə manatın kursunu sabitləşdirmək və beləcə iqtisadi inkişaf üçün makro iqtisadi mühit meydana gətirmək idi. İnflyasiyaya qarşı birinci tədbir, Mərkəz Bankının vasitəsilə dövlətin büdcə əksikliyinə aradan qaldırılması oldu. İqtisadi mühitin tarazlığının cari fəaliyyətlərinin və milli pulun sabitliyini təmin etmək məqsədiylə, ölkənin rəsmi kurs ehtiyatları tələbolunan səviyyəyə çıxarıldı və nizamlı bir makro ekonomik inkişaf üçün əlverişli mühit yaradıldı. Beləcə, Mərkəz Bankının həyata keçirdiyi radikal pul siyasəti; maliyyə bazarındakı gərginliyi ortadan qaldırdı, inflyasiyanın həddindən artıq sürətini dayandırdı və sabit bir makro ekonomik inkişaf təmin edildi.

II. Mərhələ: 1997-1998 illərini əhatə edən dövrdə, iqtisadiyyatın təşkilati quruluşuna uyğun olan sərt pul və kurs siyasətlərinin bəzi xüsusları yumşaldılmışdır.

III. Mərhələ: 1999-cu ilin İyul ayında, Mərkəz Bankı pul və kurs siyasətinin 3-cü mərhələsi başladı. Pula olan tələbin zəruri şəkildə artması və təşkilatların yenidən qurulmasının sürətlənməsi ilə nəticələnən iqtisadi böyümə vəziyyətinə diqqət yetirən Mərkəz Bankı "yumşaq" pul və kurs siyasətini gücləndirdi. Sonunda, kreditlərə və zəruri ehtiyac qaynaqlara tətbiq olunan faiz nisbətləri aşağı çəkildi. Tədavüldə olan pulların qeyri-kafi olmasını önləmək və iqtisadiyyatın pula olan ehtiyacını yaxşılaşdırmaq kimi tədbirlər, kurs ehtiyatlarının artması, ixracatın təşkil edilməsi, makro iqtisadi sabitliyin gücləndirilməsi üçün əlverişli mühit meydana gətirdi. Əldə

edilən makro iqtisadi sabitlik nəticəsində; milli iqtisadiyyata mənfi təsir edən səbəblərdən ötəri, 1998-ci ildə dünya bazarında neftin dəyəri aşağı düşmüş və Rusiya iqtisadi böhranının təsirindən xilas olma gərəyi ortaya çıxdı. 1998 sonrakı dövrdə ümumiyyətlə milli pul və bankların sabitliyi qorundu və iqtisadi inkişaf canlanmağa başladı.

IV. Mərhələ: 2003-cü ildə prinsip olaraq yeni makro iqtisadi hadisələrin seyriylə pul kredit siyasətinin dördüncü dövrü başladı. Adam başına düşən gəlir miqdarının hiss edilər dərəcədə artması, ölkənin bölgələrində iqtisadi aktivliyin genişlənməsi, nəhayət neftdən gələn gəlirin yüksəlməsi, Azərbaycanın bank sistemində yeni və xüsusiyyət baxımından daha kompleks funksiya və məqsədlər gətirdi.

1992-ci ildə qurulan və 1995-ci ildə müstəqillik qazanan Azərbaycan Mərkəz Bankı (Milli Bank) pul siyasətlərindən və maliyyə sektorunun nəzarət edilməsindən məsuldur. Azərbaycan Mərkəz Bankının xaricində digər bir dövlət bankı olan Azərbaycan Beynəlxalq Bankı (51,1%-i cəmiyyətin) və Azər-Türk Bank (75%-i cəmiyyətin) var. Bunların xaricində 43 xüsusi bank ölkədə fəaliyyət göstərməkdədir. 43 bankdan 22-i xarici sərmayəlidir. Ölkədə 752 ədəd bank şöbəsi var.

Azərbaycan Mərkəz Bankının (AMB) qərarıyla ölkədə 21.12.2015 tarixindən etibarən dalğalı kurs (üzən məzənnə) sistemində keçilmişdir. Buna görə Azərbaycan Manatı, Avro qarşısında 47,88%, ABŞ dolları qarşısında isə 47,63% dəyər itirmişdir. Dünya iqtisadiyyatında yaşanan böhran və neft qiymətlərindəki eniş səbəbiylə, kurs bazarının və manatın qurunun yeni neft qiymətlərinə uyğunlaşdırılmasının zəruri hala gətirilməsi qərarı alınmışdır. Ölkədə xarici ticarət müddətlərində mal əvəzi gəlmədən ixracatın reallaşdırıla bilməsi ancaq akkreditiv yoluyla mümkün olmaqla birlikdə, yüksək komissiya nisbətləri xərci yüksəltdiyindən, firmalar üçün bu yol cazibədar deyildir. Azərbaycanda 2013 ili etibarilə verilən kreditlərin 40,3%-i istehlak, 15, %-i inşaat və əmlak, 14,4%-i ticarət, 9,8%-i isə sənaye və istehsal məqsədli kreditlərdir.

Azərbaycanda kommersiya banklarının fəaliyyətinin öyrənilməsi məqsədilə CAMELS sistemindən istifadə çox aktualdır. CAMELS ABŞ da nəzarət və yoxlama nüfuzları tərəfindən yaradılan və kommersiya banklarının risk əsaslı yoxlamasını əsasında ümumi vəziyyətlərinin təsbitində və uzaqdan nəzarət fəaliyyətlərində istifadə edilən bir dərəcələndirmə sistemidir. Bu sistem bankların maliyyə vəziyyətinin; əlaqədar qanun və tənzimləmələrə nə dərəcə uyğun gəldiyini, rəhbərlik keyfiyyətini və daxili idarə sistemini əks etdirmək üçün hazırlanmışdır. Ümumiyyətlə yerində yoxlama məqsədiylə istifadə edilən bu sistem xüsusilə ABŞ da uzaqdan nəzarətin əhəmiyyətli vasitələrindən biridir. CAMELS dərəcələri, yoxlama nəticəsində nəzarətçilər tərəfindən əldə edilən, bir bankın maliyyə vəziyyətinin keyfiyyətinin, risk profilinin və ümumi göstəricilərinin ədədi olaraq qiymətləndirilməsidir. CAMELS dərəcələndirmə sistemi yaradılarkən ilk olaraq banklar hər bir CAMELS komponenti üçün qiymətləndirilməkdədir. Bunun üçün müxtəlif maliyyə yoxlamaları istifadə edilməkdə və dərəcələndirmə 1-5 arası bir ölçü üzərindən edilməkdədir. Buna görə "1" əlaqədar komponentdə ən yaxşı performans göstərən təşkilatları təmsil etməkdə və artan dərəcə pisləşən vəziyyəti göstərməkdədir. Komponentlər təyin olunan şəkildə ayrı-ayrı hesablandıqdan sonra bu komponentlərin ağırlıqlı ortalaması o bankın ümumi qeydini verməkdədir. Haqqında danışılan qiymətləndirmə edilərkən istifadə edilən ağırlıqlar tamamilə nəzarətçinin idarəsində olub; bankın quruluşu, böyüklüyü, ümumi və ya banka xas mövzular da diqqətə alınmaqdadır. Bankların hesablanan mürəkkəb CAMELS qeydi də yenə 1 ilə 5 arasındadır. Buna görə;

- "1" hər istiqamətdən güclü bankları (bankın CAMELSi meydana gətirən hər bir komponent üçün qeydi 1 ya da 2 olmalı),
- "2" ümumiyyətlə güclü bankları (hər bir komponent dərəcəsi 3dən pislə olmamalı),

- "3" bankın performansı ilə əlaqədar problemlər olduğunu, qənaətbəxş bir quruluşda işləmədiyini, ola biləcək şoklara qarşı kifayət qədər dayanıqlı olmadığını və nəzarətçilərin problemlə sahələrə əyilməsi lazım olduğunu göstərir,

- "4" ümumiyyətlə ciddi problemləri olan, maliyyə pozulmaların yaşandığı və dolayısı ilə performansı pis olan bankları,

- "5" çox ciddi maliyyə problemləri olub, yüksək batma riski daşıyan bankları, təmsil etməkdədir.

CAMELS-i meydana gətirən komponentlər yaradılarkən eyni maliyyə göstəriciləri birdən çox belə formada istifadə edilə bilməkdədir. Məsələn, bankların aktiv strukturlarını qiymətləndirərkən istifadə oluna bir qisimi eyni anda həm qazanclılığ, həm likvidliyi həm də aktiv keyfiyyətini təsir edə bilməkdədir. CAMELS sistemi təməldə altı faktordan meydana gələn, performans dəyərləmə, nəzarət və yoxlama kimi sahələrdə istifadə edilən bir nisbət yanaşmasıdır. Bu sistem söz mövzusu faktorların qiymətləndirilməsində təşkilatın böyüklüyünü, quruluşunun kompleksliyini, əməliyyatların çətinlik dərəcəsini, risk profilini diqqətə almaqdadır.

C; sərmayə kafiliyi (capitaladequacy)

A; aktiv keyfiyyəti (assetquality)

M; rəhbərlik kafiliyi (managementadequacy)

E; qazanc vəziyyəti (earnings)

L; likvidlik (liquidity)

S; bazar riskinə həssaslıq (sensitivityto market risk)

Sərmayə Kafiliyi; Bankın sərmayəsini miqdar və keyfiyyət baxımından qiymətləndirən nisbətlər istifadə edilərək bankın sərmayə kafiliyi qiymətləndirilməkdədir.

Aktiv Keyfiyyəti; Bankın Aktiv keyfiyyəti komponenti, balans xarici əməliyyatların yanında, kredit riskinin və sərmayə portfeylərinin özü ilə gətirdiyi mövcud və potensial kredit riskini, sahib olunan digər varlıqların keyfiyyətini

göstərməkdədir. Rəhbərliyin kredit riskini təyin etməsi, ölçməsi, izləməsi, nəzarət etməsi bu komponent içərisində qiymətləndirilməkdədir.

Rəhbərlik Kafiliyi; Rəhbərlik keyfiyyəti, idarəçilik və performansını təmsil etməkdədir. Bu komponent köməyiylə idarə heyəti və rəhbərliyin öz vəzifələriylə əlaqədar olaraq, təşkilatın fəaliyyətlərinə bağlı riskləri təyin etmə, ölçmə, izləmə, nəzarət etmə və təşkilatın qüvvədəki qanun və müdiriyyətlərə uyğun etibarlı və təsirli işininin təyin olunmasındadır.

Qazanclar; Qazancların keyfiyyəti və miqdarı qeyri-kafi idarə olunmuş kredit riskindən, kredit və mali kirayəyə götürmə itkiləri üçün qarşılıqlı əlavələr edilməsindən ya da faiz nisbətlərindəki dəyişkənliyin təşkilatın qazanclarına gərəyindən çox yüklədiyi yüksək səviyyədə ki bazar riskindən təsirlənə bilməkdədir. Qazancların keyfiyyətinin düşməsinə, fəvqəladə gəlirlərə olan həddindən artıq asılılıq, əlverişsiz vergi təsiri, gözlənilməyən hadisələr kimi mövzular da səbəb ola bilər.

Likvidlik Vəziyyəti; Qısa zamanlı öhdəçiliklər və gözlənilməz nağd çıxışlarına cavab vermədə qeyri-kafi olan qurumların, likvidlik riskinə səbəb olduqları görülməkdədir. Bankın likvidlik mövqeyini bu komponent vasitəsilə qiymətləndirilməkdədir.

Bazar Riskinə Həssaslıq; Bankçılıq təşkilatının gəlirinə və ya sərmayəsinə mənfi təsir edə biləcək, faiz nisbətlərində, mal qiymətlərində, səhm qiymətlərindəki dəyişmələrdən qaynaqlanan bazar riskinə həssaslığı göstərməkdədir. Bu komponent qiymətləndirilərkən rəhbərliyin bazar riskini təyin etmə, ölçmə, izləmə və nəzarət etmə qabiliyyəti, təşkilatın böyüklüyü, fəaliyyətlərinin növü, kompleksliyi və məruz qaldığı bazar riski səviyyəsiylə əlaqəli olaraq sərmayə kafiliyi və qazanclarının diqqətə alınması lazımdır.

### **3.2. Bazar infrastrukturunun idarə edilməsində iqtisadi effektivliyin təmin edilməsi**

Səmərəlilik, ümumiyyətlə, "geniş" və "dar" mənada olmaq üzrə iki şəkildə təyin olunmaqdadır. Geniş mənada səmərəlilik, iqtisadi məqsədlərə çatmada vasitələrin həssaslıq və fəaliyyətini ölçən mücərrəd bir anlayış olaraq təyin olunmaqdadır. Dar mənada isə səmərəlilik, texniki baxımdan səmərəlilik ilə eyni mənayı verməkdə və istehsal miqdarı ilə istehsal faktorları miqdarı arasındakı fiziki əlaqəni göstərməkdədir. İstər praktikada və istərsə də ədəbiyyatda səmərəlilik deyilincə, "dar mənada" və ya "texniki" baxımdan səmərəlilik ağla gəlməkdə və vahid istehsal faktoruna təsir edən istehsal miqdarı və ya o faktorun ortalama məhsulu olaraq təyin olunmaqdadır. Yəni səmərəlilik deyilincə, tətbiqdə ümumiyyətlə iş-gücü səmərəliliyindən danışılır. Bunun səbəbi isə, iş-gücü xaricində maşın, vasitə-vəsait, müxtəlif təchizat və digər sabit varlıqların meydana gətirdiyi əhəmiyyətli bir istehsal faktoru olan sərmayənin səmərəliliyinin fiziki olaraq ölçümünün az qala qeyri-mümkün olmuşdur.

Yuxarıdakı təriflərə görə, səmərəlilik statik deyil, dinamik bir ölçüdür. Çünki, səmərəliliyin ölçümü üçün müəyyən bir istehsal dövründə (saat, gün, həftə, ay və il kimi) istehsala qatılan hər bir faktorun vahidinə düşən istehsal miqdarının ölçülməsi və dəyişik dövrlər arasında faktor səmərəliliyinin bir-birləriylə müqayisə edilməsi lazımdır. İstehsal miqdarının istehsal faktorlarına nisbəti olaraq təyin olunan məhsuldarlıq, "cəmi faktor səmərəliliyi" və "qismi səmərəlilik" deyə iki qrupa ayrılır. Cəmi istehsalın, istehsalda istifadə edilən bütün faktorlara bölünməsiylə əldə edilən nisbəti "cəmi faktor səmərəliliyi", cəmi istehsal miqdarının iş-gücü, xammal, maşın və təchizat kimi istehsal faktorlarına nisbətində də o faktorun səmərəliliyi və ya "qismi səmərəlilik" deyilməkdədir.

Cəmi faktor səmərəliliyinə bəzən "Firmanın cəmi səmərəliliyi" də deyilməkdə və qısaca aşağıdakı bərabərlik formasında göstərilməkdədir:

Cəmi faktor səmərəliliyi = Cəmi istehsal miqdarı (output) Cəmi daxil olma miqdarı çıxarılan məhsul və bunu çıxarmaqda istifadə edilən istehsal faktorları homogen bir xüsusiyyət göstərmədiyindən, digər bir deyişlə eyni ölçü vahidiylə ölçülə bilmədiklərindən tətbiq də ümumiyyətlə cəmi faktor səmərəliliyi istehsal dəyərləri cinsindən (pul olaraq) hesablanıla bilər.

Səmərəliliyin firmalar cəhətdən əhəmiyyəti iki nöqtədə yekunlaşdırıla bilər:

1. Səmərəlilik firmanın müvəffəqiyyət dərəcəsini və qazanclılıq vəziyyətini göstərir. Bazar şərtlərinə zamanında uyğunlaşma göstərən bir firmanın uğur qazanmasında əsas faktor; o firmanın texnoloji inkişafa uyğunlaşaraq gerçək xərclərini salması, digər bir deyişlə firma məhsul istehsalı üçün istifadə edilən xərclərin həcmi azaltmasıdır. Gəlir və xərc arasındakı nisbət məhsuldarlıq olaraq təyin olunduğuna görə, firmanın müvəffəqiyyəti məhsuldarlıq artımına bağlıdır deyə bilərik. Müəyyən miqdarda xərclər qarşısında istehsaldakı artımlar, digər bir deyişlə, məhsuldarlıqdakı artımların ən böyük səbəbi texnoloji inkişafdır.

Sərbəst rəqabətə söykənən bir iqtisadiyyatda firmaların uzun dövrlərdəki qazanclılıq nisbətləri, məhsuldarlıqlarını əks etdirən bir ölçü olaraq qəbul edilə bilər. Sərbəst rəqabət bazarında bütün firmalar eyni qiymətlərlə qarşılaşdıqları üçün, bu firmaların qazanc nisbətlərindəki artımlar mədaxillərin gerçək xərclərinin azalması, yəni məhsuldarlığın artımına bağlıdır.

2. Səmərəlilik firma rəhbərliyi baxımından da əhəmiyyətlidir: Məhsuldarlıq nisbətləri və məhsuldarlığın ölçülməsi firmaların ümumi işləyişlərini və müvəffəqiyyət dərəcəsini ortaya qoyan əhəmiyyətli göstəricilərdir. Bu səbəblə, səmərəlilik nisbətləri və məhsuldarlığın ölçülməsi firmaların idarəçiləri üçün təsirli bir yoxlama vasitəsi olaraq istifadə edilə bilər. Xüsusilə, indiki vaxtda, firmlarda rəhbərliyin iqtisadi və texniki

istiqamətlərinin bir-birini tamamlayacaq şəkildə əhəmiyyət qazandığı, buna qarşı idarəçilərin çox da texniki mövzular xaricində iqtisadi mövzularda da xarici qalmaları ehtimalı diqqətə alındığında; məhsuldarlıq və məhsuldarlığın ölçülməsinin idarəçiyə gərək texniki, gərəksə iqtisadi problemləri həll etmədə köməkçi bir vasitə olacağı gerçəkdir.

Gərək cəmi faktor və gərəksə qismi məhsuldarlıq ölçümü, effektivlik nisbətini meydana gətirən istehsal miqdarının və mədaxillərin fiziki miqdarlarının müəyyən olunmasını tələb edir. Beləcə, ümumiyyətlə məhsuldarlıq ölçümü, məhsuldarlıq nisbətini meydana gətirən məxaric və mədaxillərin tərifini və bunların fiziksəl vahidlərlə ölçümü əməliyyatını sadələşdirmiş olar. Firmanın və çıxarılan məhsulun növünə görə çıxışlar vahid zamanda çıxarılan m<sup>2</sup>, m, kq, ton, vs. fiziki vahidlərlə ölçülərkən; maşın-saat, İşçi sayı və ya adam-saat cinsindən ölçülməyə çalışılır.

Səmərəliliklə-artımın əlaqəsi. Səmərəlilik böyümə mühasibliyində, böyümə tənliyində, təməl komponentlərdən biridir. Artım istehsaldakı, milli gəlirdəki artım deməkdir.

$$Q = A \cdot K \cdot L.$$

Q=məhsul artımı, A= tfv, texnoloji inkişaf, K=sərmayə, L= iş-gücü

Bu əlaqələri ( $g = s/k$ )  $g$ = böyümə sürəti,  $s$ =tasarruf meyli,  $k$ = sərmayə nəticə əmsalı

Səmərəlilik-inkişaf əlaqəsi. İnkişaf dövrü içində məhsuldarlıq ilk hərəkət nöqtəsidir. Məhsuldarlıq müsbətincə milli gəlir artar, yuxarıdakı böyümə tənliyində  $A$  müsbətincə,  $Q$  artar, milli gəlir müsbətincə həm istehlak həm də tasarruf artar, istehlak və tələb artımını görən istehsalçı artan qənaətləri də istifadə edərək sərmayələri artırır, sərmayə müsbətincə istehsal və məhsuldarlıq artar, məhsuldarlıq müsbətincə gəlir artar, gəlir müsbətincə yenidən tələb artar və bu dövr belə sürər. Bölüşüm də ədalətli olduqca ictimai inkişaf sürətlənər, yayılır. Burada ilk hərəkət məhsuldarlıq artımındadır.



Bazar infrastrukturunun inkişafında səmərəliliyin atırılmasının müstəsna əhəmiyyəti vardır. Xüsusən də, kommertiya fəaliyyətinin inkişaf strategyasında bazar infrastrukturunun səmərəli inkişafı prioritet məsələ sayılır.

Bazar infrastrukturunun idarə edilməsinin ümumi effektivliyi ona çəkilən xərclər ilə əldə olunan səmərənin müqayisəsindən əldə edilir. Bazar infratsrukturunun ayrı-ayrı kateqoriyaları üzrə də səmərəlilik qeyd edilən qayda ilə hesablanır. Bazar infrastrukturunun səmərəli inkişaf yollarından biri kimi biz bu fəsildə məşğulluq sisteminin təkmilləşdirilməsindən danışıcağıq.

Məşğulluq siyasətlərində uğur qazanan ölkələr baxımından 1990-ların əvvəli ilə günümüz arasında bir qiymətləndirmə ediləcək olsa, bu ölkələr sıralaması əhəmiyyətli dərəcədə dəyişikliyə uğramışdır. Son 15 il içərisində məşğulluq siyasətlərində müvəffəqiyyətli olan ölkələr sıralamasında qabaqda gələn Yaponiya və Almaniya, bu gün üçün işsizlik baxımından əhəmiyyətli çətinliklər ilə qarşı-qarşıyadır. Yaponiya uzun zamandır gələn bir iqtisadi böhran ilə mübarizə edərkən, Almaniya məşğulluq və işsizlik ilə əlaqədar müsbət göstəricilər ortaya qoyacaq bir iqtisadi dinamizm tuta bilməmişdir. Bu dövr içərisində Yaponiya və Almaniyanın çox gerisində olan, məsələn İngiltərə, Hollandiya, Danimarka və ABŞ kimi ölkələr isə məşğulluq siyasətlərində əhəmiyyətli irələmələr əldə etmişlər. Bu ölkələrdə bir tərəfdən məşğulluq artarkən, digər yandan işsizlik nisbəti eniş meyli içərisindədir. Məsələn, ABŞ uzun məfəsli bir iqtisadi böyümə müddətinə girmiş, iqtisadiyyatın yeni iş yaratma tutumu artmış, məşğulluq həcmində sabit bir böyümə meyli göstərməkdə və təxminən son 30 ilin ən aşağı işsizlik nisbətini tutdurmuşdur. ABŞ da son 15 il içərisində çatılan bu nəticələr "məşğulluq möcüzəsi" olaraq da adlandırılmaqdadır. Avropa qitəsində də son illərdə məşğulluq siyasətlərində müvəffəqiyyətli olan ölkələr vardır. Bu ölkələr arasında Hollandiya məşğulluq həcmi davamlı və sürətlə artıran ölkə olaraq diqqəti çəkməkdədir. Hollandiya son 15 il ərzində ABŞ la bərabər ən yüksək məşğulluq artımı

təmin edən ölkə olmuşdur. Bu dövrdə illik məşğulluq artım nisbəti 1.8% dir. İşsizlik nisbəti də indiki vaxtda 3% in altına geriləmişdir. İngiltərə, İrlandiya, Danimarka və Avstriyada məşğulluqda artan ölkələr arasında iştirak etməkdədir. Məsələn, İrlandiyada 1993-1998 illəri arasında cəmi məşğulluq artımı 25% olarkən, işsizlik nisbəti 17% dən 7.8% ə düşmüşdür. 1998-2001 illəri arasında isə cəmi məşğulluq 17.9% artarkən, işsizlik nisbəti də 7.8% dən 3.7% ə geriləmişdir. İrlandiyada təxminən on illik dövr içərisində işsizlik nisbətindəki diqqətə dəyər enişin kənarında, daha da əhəmiyyətli olan uzun davamlı işsizlik probleminin təhlil edilə bilməsidir. 1988-ci ildə 10.4% olan uzun davamlı işsizlik nisbəti, 2001-ci ildə 1.2% kimi çox aşağı bir nisbətə geriləmişdir. Xüsusilə iki Almaniyanın birləşməsi sonrası dövrü qiymətləndirildiyində, bütün bu ölkələr Almaniya qarşısında məşğulluq-işsizlik problemlərinin həllində böyük mərhələ göstərmişlər. Digər yandan Almaniya ilə birlikdə Avropa qitəsinin digər böyük ölkələri olan Fransa, İtaliya və İspaniya təşkilati tənzimləmələri və qeyri-kafi iş-gücü bazarı inkişaf etmiş ölkələrdə məşğulluq siyasətləri, elastiklik axtarışı və Təsirləri səbəbiylə, dəyişən iqtisadi ətraf şərtlərinə uyğunlaşma təmin etməkdə çətinlik çəkmişlər. Bu ölkələrdə işsizlik 1970 lərin ortalarından etibarən yüksəlmə meyli içərisinə girmiş və strukturca xüsusiyyət qazanmışdır. Bu bağlamda 1990 sonrası iqtisadi ətraf şərtlərindəki dəyişmə və qloballaşma müddətiylə güclənən yeni iqtisadi quruluşlar, təşkilatı və qanuni tənzimləmələrdə yenidən formalaşmağı reallaşdırmada gecikən bu ölkələri məşğulluq-işsizlik problemləri ilə qarşı-qarşıya buraxmışdır. Ancaq, Almaniyayı digər ölkələrdən fərqli edən bir xüsusiyyəti unutmamaq lazımdır. Almaniya 1980lər və 1990ların başında, AB ortalamasının üzərində bir iqtisadi böyümə nisbəti tutmuş və digər sənayeləşmiş ölkələrin əksinə iqtisadi durğunluq dövrünə, birləşmə müddətinin yaratdığı dinamik nəticəsi gecikməli olaraq girmişdir. Şübhəsiz iqtisadi durğunluq dövründən çıxış müddətində gecikməli olaraq başlayacaq. Bu məzmununda iki Almaniyanın birləşmə müddətinin yaratdığı maliyyə çətinliklər xaricində, yüksək vergi nisbətləri, ictimai təhlükəsizlik qatqı paylarının yüksəkliyi və iş-gücü bazarının

elastikləşdirilməsinə istiqamətli qeyri-kafi tənzimləmələr Almaniyada məşğulluq- işsizlik problemlərinin aşılmasını çətinləşdirməkdədir. Hər nə qədər bəzi ölkələr məşğulluq siyasətlərində müvəffəqiyyətli olsalar da, işsizlik problem indiki vaxtda da varlığını davam etdirməkdədir.

ABŞ da 1990 ların sonunda ortalama işsizlik nisbəti 10% in üzərinə çıxmışdır. Xüsusilə aşağı xüsusiyyətli iş-gücü məşhur işsizlik problemi ilə qarşı-qarşıyadır. Ayrıca gənc əhali və etnik azlıq içərisində də işsizlik nisbəti, ölkə ortalamalarının hər vaxt üzərindədir. ABŞ da gənc əhalinin ortalama işsizlik nisbəti 19.1 % dir. Fransa, İspaniya və İtaliya kimi ölkələrdə isə gənc əhalinin işsizlik nisbətləri 25% ilə 35% arasında dəyişməkdədir. Yalnız Almaniya və Hollandiyada gənc halinin işsizlik nisbəti, ABŞdakı gənc əhalinin işsizlik nisbətindən altındadır. Almaniyada gənc əhalinin işsizlik nisbətindən aşağı olmasının əhəmiyyətli bir səbəbi olaraq təcrübəçi sisteminin təsirli çalışması göstərilənməkdədir. Hollandiyada isə məşhur elastik məşğulluq tətbiqləri gənc əhalinin ən əhəmiyyətli şansı olaraq qəbul edilməkdədir. İşsizliyin önləməsinə istiqamətli siyasətlər məzmununda xüsusilə aktiv iş-gücü bazarı tədbirlərinə böyük ağırlıq verən Danimarkada isə həm uzun davamlı işsizlik nisbəti, həm də gənc əhalinin işsizlik nisbəti əhəmiyyətli geriləmələr qeyd etmişdir. Danimarkada 1985-ci ildə 39% olan uzun davamlı işsizlik nisbəti 1998-ci ildə 29% a geriləyərkən, 25 yaş altı gənc işsizlik nisbəti eyni illərdə 11% dən 7% ə düşmüşdür. Bu ölkələrdə işsizlik probleminin bir başqa xüsusiyyəti də uzun davamlı yaşanan işsizlikdir. AB ölkələrində ən az bir il işsiz qalanların nisbəti diqqəti çəkməkdədir. Məsələn, ən az bir il işsiz qalanların nisbəti təxminən Danimarkada 30%, Hollandiyada isə 50% dir. Qısaca AB nin uzun davamlı işsizlik nisbəti, ABŞın uzun davamlı işsizlik nisbətindən 6 qatından daha çoxdur. Ümumiyyətlə məşğulluğu qoruma tənzimləmələrindəki qatılıq, yüksək və minimum məvaciblər, elastik məşğulluğa istiqamətli etibarsızlıq işləyənləri qoruyarkən, məşğulluq imkanlarını məhdudlaşdırmaqdadır. Ümumiyyətlə 25-54 yaş arası və kişi

işləyənlər iş-gücü bazarında əsas yer alarkən, gənc əhali, 55-64 yaş arası iş-gücü və işsizlər üçün məşğulluq imkanları azalmaqdadır.

ABŞ da isə aşağı xüsusiyyətli iş-gücü, gənc əhali və etnik azlıq işsizlik problemini məşhur şəkildə yaşayarkən, uzun davamlı işsizlik diqqətə çarpan bir problem olaraq qarşımıza çıxmaqdadır. ABŞ da gənc əhalinin işsizlik nisbəti 20% in altında qalarkən, qassra və Latın əhalinin işsizlik nisbətləri təxminən 40%dir. Gənc qara əhalinin işsizlik nisbəti isə 30% in üzərindədir. ABŞ da gənc əhali və etnik azlıq baxımından mənfi göstəricilər olsa da, uzun davamlı işsizlik problemi çox ciddi ölçülərdə deyil. Bu ölkədə uzun davamlı işsizlik nisbəti təxminən 10% dir. ABŞ da uzun davamlı işsizlik nisbətini nisbilik olaraq daha aşağı olmasının ən əhəmiyyətli səbəbi, işsizlik müvaminətləri miqdar və müddət olaraq daha məhdud olmasıdır. Bu vəziyyət, işsizlər üzərində yeni bir iş axtarış və tapma təzyiqini artırmaqdadır. Bu məzmununda ABŞ da iş-gücü bazarına yenidən girmə asanlıqları olduğu idda edilə bilərkən, ictimai köməklərin və ödənişin daha işsizlik nisbəti 10% in üzərinə çıxmışdır. Xüsusilə aşağı xüsusiyyətli iş-gücü məşhur işsizlik problemi ilə qarşı-qarşıyadır. Ayrıca gənc əhali və etnik azlıq içərisində də işsizlik nisbəti, ölkə ortalamalarının hər vaxt üzərindədir.

İqtisadi böyümə ilə məşğulluq arasındakı əlaqə qiymətləndirildiyində isə, iqtisadi böyümənin bəzi ölkələrdə məşğulluğa qatqısının nisbilik olaraq çox daha yavaş olduğu və dolayısıyla işsizlik probleminin yüngülləşdirilməsinin çətinləşdiyi bilinməkdədir. Məsələn, Almaniyada iqtisadi böyümə ilə məşğulluq arasındakı əlaqə bir-birini gücləndirir. Digər bir ifadəylə, ABŞ və Hollandiya, Almaniya ilə bir-birinə yaxın iqtisadi böyümə nisbətlərini tutmuş olsa da, bu ölkələrdəki məşğulluq artımı, Almaniyanın məşğulluq artımının üzərində olmuşdur. Şübhəsiz bu vəziyyət Alman iqtisadiyyatı baxımından bir məhsuldarlıq artımı olaraq da dəyərləndirilməlidir. Ancaq Almaniyada məşğulluq-işsizlik problemlərinin həllinə müsbət qatqısının nisbilik olaraq zəif qaldığını ifadə etməkdə yanılıcı olmayacaq. İqtisadi böyümə ilə məşğulluq

arasındaki əlaqə daha dərininə qiymətləndirildiyində, məşğulluq siyasətlərində müvəffəqiyyətli olmuş ölkələri müqayisə etsək, Almaniyanın bənzər məşğulluq artımını tuta bilməsi üçün daha yüksək iqtisadi böyümə nisbətində inkişaf etmiş ölkələrdə məşğulluq siyasətləri, elastiklik axtarışı və təsirlərinə çatması lazımdır. Çünki məşğulluq da artım yaratdıracaq iqtisadi böyümə olaraq təyin olunan məşğulluq səvviyəsi baxımından, məsələn ABŞ ilə müqayisə edildiyində, Almaniyanın məşğulluq səvviyəsi nisbəti ABŞ-ın məşğulluq səvviyəsi nisbətində müqayisə etdikdə daha yüksəkdir. ABŞ-a yaxın olan məşğulluq səvviyəsi nisbəti, Almaniyada təxminən 2% dir. Qısaca, Almaniya iqtisadiyyatının quruluşu etibarıyla məşğulluq həcmində diqqətə dəyər artımlar göstərə bilmək üçün nisbi olaraq daha yüksək iqtisadi böyümə nisbətlərini tutması lazımdır. Məşğulluq yaratma tutumu baxımından Alman iqtisadiyyatının digər iqtisadiyyatlar qarşısındakı bu çətinliyi, az qala bütün AB ölkələri üçün də etibarlıdır. AB ölkələrinin ÜDM-dəki böyümə nisbətləri, ABŞ-ın ÜDM dəki böyümə nisbətinə yaxınlaşmış olmaqla birlikdə, bu vəziyyət, AB ölkələri baxımından məşğulluq artımı yaratmamışdır. 1987-1997 illəri arasında ABŞ-a ortalama ÜDM böyümə nisbəti 2.3% olarkən, bu nisbət ABŞda 2.6% olmuşdur. Eyni dövrdə adam başına böyümə nisbətisə ABŞ da 1.5% olarkən, AB ortalaması 1.9% dır. AB ilə ABŞ arasında ÜDM nisbətlərindəki yaxınlığa baxmayaraq, məşğulluq artımı baxımından böyük fərqliliklər vardır. Eyni dövrdə ABŞ da məşğulluq artımı 1.4% olarkən, Almaniyada 0.05% Fransada 0.3%, İspaniyada 0.9%, İtaliyada 0.3%, İngiltərədə isə 0.6% olmuşdur. ABŞ-ın məşğulluq artım nisbətini aşan tək ölkə 2% ilə Hollandiyadır. Qısaca bənzər böyümə nisbətlərinə qarşı, AB ölkələrinin daha aşağı məşğulluq artımı göstərmələri, Avropa da işsizlik probleminin makro iqtisadi müvəffəqiyyətsizlikdən deyil, iş-gücü bazarının kafi elastikliyə sahib olmamasından qaynaqlandığının iddia edilməsinə səbəb olmaqdadır.

Nəhayət hər ölkə öz məşğulluq siyasətini təyin edərkən tarixi təcrübəsindən, iqtisadi və ictimai quruluşundan və xüsusilə ictimai tərəflər arasındakı güc tarazlığı ilə

ictimai tərəflərin beynəlxalq rəqabətə bağlı olaraq dəyişən ətraf şərtlərin analizindən təsirlənməkdədir. Bu məzmununda hər ölkənin özünə xas məşğulluq siyasətləri inkişaf etdirdiyini və bu yanaşmasında ən sağlam nəticələri yaradacaq anlayış olduğunu qəbul etmək lazımdır. Ancaq bu yanaşmada əhəmiyyətli olan, ölkələrin məşğulluq siyasətlərini bütünlük içərisində meydana gətirmələrinin unudulmamasıdır. Digər bir ifadəylə, məşğulluq-İşsizlik problemlərinə istiqamətli siyasətlərin bir bütün içərisində tətbiq olunması və qismi həllərdən qaçınılması əsasdır. Çünki, əskik siyasətlər gözlənilən nəticələndirərin əldə edilməsini gecikdirməkdə və hətta maneə törətməkdədir.

Azərbaycanda 1991-1996 illər arası yaşanan böhran dövründə real olaraq məşğulluq səviyyəsi ciddi bir şəkildə düşsə də, bu müddət statistikalara əks olunmamış və gizli işsizlik aşkar hala gəlmişdir. Amma buna baxmayaraq, yenə də 1991-1996 illər arasında məşğulluqda 45 min ətrafında artım olduğu statistik hesabatlarda keçmişdir. İqtisadiyyatın sabitlikli müddətə girdiyi 1996-2004 illəri arasında isə bu artım 122 mindən çox olmuşdur.

Müstəqillik sonrası Azərbaycan iqtisadiyyatında ən çox məşğulluq artımı isə təbii olaraq yüksək iqtisadi böyümənin yaşandığı 2004 il sonrası dövrdə yaşanmışdır. Belə ki, 2004-2010 illəri arasında məşğulluqda 520 min, digər ifadəylə 1991-2004 illəri arası dövrdə olduğundan təxminən 7 dəfə çox artım ortaya çıxdığını görməkdəyik. Sözügeçən artım işsizlik nisbətinə də təsir etmiş və 2004-cü ildə yüzdə 8,4% olan işsizlik nisbəti, 2010-cu ildə yüzdə 5,6%-ə geriləmişdir. Məşğulluqda yaşanan digər bir meyl, ictimai sektorunda çalışanların nisbətinin sürətlə azalması, xüsusi sektorda çalışanların həcmnin isə sürətlə artmasıdır. Belə ki, ictimai sektorun məşğulluqdakı payı 1991-ci ildə yüzdə 70,7, 1996-cı ildə yüzdə 50,1, 2004-cü ildə yüzdə 31,8, 2008-ci ildə yüzdə 30,7, 2010-cu ildə isə yüzdə 26,4 olmuşdur. Bu meyl, müstəqillikdən sonra ölkədə xüsusi sektorun inkişafını və Sovet dövründən qalma "dövlətin məşğulluq qapısı olma" xüsusiyyətinin getdikcə ortadan qalxdığını göstərməkdədir.

ÜDM-in sektorlar baxımından meydana gəlməsinə baxdıqımızda, Azərbaycanın bir sənaye ölkəsi olduğunu görsək də, məşğulluğun sektorial dağılımında vəziyyətin tamamilə fərqli olduğu qarşımıza çıxmaqdadır. Belə ki, müstəqillik dövründə cəmi məşğulluqda sənayenin payı gitikce azalmış və 2010-cu ildə xidmətlər sektorunun payı yüzdə 52,8, əkinçilik sektorunun payı yüzdə 39,8 olduğu halda, sənayenin payı yüzdə 7,4 olmuşdur. Bunun təməl səbəbi iqtisadiyyatda böyük paya sahib neft sənayesinin əmək-sıx olmamasıdır. Əslində ölkədə yüksək iqtisadi böyümənin mütənasib məşğulluq yaradıcı təsirinin tapılmamasının təməl səbəbi də bu olmaqdadır.

## NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Dissertasiya işinin məzmunu ilə tanışlıq da göstərir ki, tədqiqatın əvvəlindən başlayaraq onun axırına kimi əsas məqsəd kommertiya fəaliyyətinin inkişaf strategiyasının əsas istiqamətlərini bazar infastrukturunu elementlərinin təkmilləşdirilməsi və inkişafı əsasında müəyyənləşdirməkdir. Dissertasiyanın ilk fəslində əsasən kommertiya və bazar infastrukturunun nəzəri konsepsiyalarına baxılmış və qiymətləndirilmiş, kommertiya fəaliyyətində bazar infastrukturunun inkişafının rolu məsələsinə mütərəqqi metodoloji yanaşma ilə (dialektik) baxılmışdır. Həmçinin, ilk fəslə son dövr kommertiya ədəbiyyatlarında kommertiya yanaşmalar və onların tənqidi üzərində iş görülmüşdür. Bundan əlavə ilk fəslə tədqiqat sahəsində mövcud aparat təhlil olunanarq müəyyən anlayışlar barəsində yeni mülahizələr irəli sürülmüşdür.

Tədqiqat işinin ikinci fəslində sahibkarlıq və biznes infastrukturunun təkmilləşdirilməsi və bunun iqtisadi artımda rolundan bəhs olunmuşdur. İlk dəfə olaraq sahibkarlıq infastrukturunu ilə iqtisadi artım arasındakı əlaqə tədqiq olunmuşdur.

Dissertasiya işinin ikinci fəslində həmçinin bazar infastrukturunun kommertiya fəaliyyəti ilə sıx qarşılıqlı əlaqə və asılılıqda olan üç elementinin (bank, birja və reklam) inkişafının müasir vəziyyəti tədqiq olunmuş və onların əsas inkişaf meyilləri müəyyənləşdirilmişdir.

Tədqiqatın üçüncü fəslində isə əsasən bazar infastrukturunun idarə edilməsi üzərinə fokuslanmışdır. Tarixi və məntiqi olaraq bazar infastrukturunun idarə edilməsindən öncə, ümumiyyətlə, iqtisadi idarəetmənin mahiyyəti açılmışdır. Həmçinin, qeyd olunmuşdur ki, bazar infastrukturunun idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi kommertiya fəaliyyətinin inkişafının əsas amillərindən sayılır. Bu səbəbdən də istər-ayrı-ayrı bazar infastrukturunu elementlərinin, istərsə də bütövlükdə makroiqtisadi səviyyədə bazar infastrukturunun idarə edilməsi məsələləri tədqiq edilmişdir. Bazar infastrukturunun idarə edilməsinin təmsali əsasən iki infastruktur elementinin (maliyyə



sistemi və məşğulluq) tədqiqi əsasında aparılmışdır. Üçüncü fəsildə, həmçinin səmərəlilik problemi sistemli şəkildə tədqiq olunmuşdur. İqtisadi və bazar idarə edilməsi şəraitində səmərəliliyin əhəmiyyəti vurğulanmış, həmçinin məşğulluq sisteminin timsalında bazar infrastrukturunun idarə edilməsində səmərəlilik problemi geniş tədqiq edilmişdir.

Tədqiqat işində ümumi olaraq bazar münasibətlərinin müasir inkişaf ənənələrini nəzərə almaqla kommertiya sahəsinin inkişafında bazarın infrastrukturunun formalaşması və inkişafı prosesində meydana çıxan iqtisadi münasibətlər öyrənilmişdir. Tədqiqatın obyektini müasir iqtisadi şəraitində kommertiya fəaliyyətinin inkişafı üçün bazar infrastrukturunun formalaşması və inkişafı ilə bağlı iqtisadi proseslər təşkil edir.

Tədqiqatın zamanı ölkəmizdə kommertiya fəaliyyətinin inkişaf etdirilməsi yollunda bazar infrastrukturunun rolu və onun formalaşma və inkişafının nəzəri-metodoloji məsələləri araşdırılmış, mövcud təcrübənin kompleks tədqiq olunmuşdur.

Sonda dissertasiya işinin nəticəsi olaraq tədqiq olunan məsələlərin içərisində əsas problemlərin həlli üçün təkliflər veririk. Fikrimizcə, kommertiya fəaliyyətinin inkişaf strategiyasında bazar infrastrukturunun inkişafının rolunu nəzərə alaraq aşağıdakı qeyd olunan başlıqlar üzrə təkliflərimizi verə bilərik.

İqtisadi sistemin, kommertiya fəaliyyətinin və bazar infrastrukturunun təkmilləşdirilməsi üzrə aşağıdakı problemlərin həllini zəruri hesab edirik:

- davamlı iqtisadi inkişafın təmin edilməsi, məşğulluq səviyyəsinin yüksəldilməsi, yoxsulluğun azaldılması, gəlir dağılımında ədalətsizliyin azaldılması, regionlar arasında fərqli inkişaf səviyyəsinin azaldılması, neft xarici sektorların inkişaf etdirilməsi istiqamətindəki hökumətin 2008-2012 və 2013-2015 proqramlaşdırarının təqibi və “Strateji Yol Xəritəsi”nin icra edilməsi;
- sahibkarlar üçün dövlət təşviq mexanizmlərinin inkişaf etdirilməsi lazımdır. Bu baxımdan yeni sahibkarlar üçün təşviqlərin genişləndirilməsi, Sahibkarlığa Dəstək Milli Fondunun ucuz kreditləndirmə mexanizminin inkişaf etdirilməsi, əkinçilik

sektorunda tətbiq olunan təşviq mexanizminin fəaliyyətinin artırılması, təşəbbüskarlarla dövlət tərəfindən elmi və məlumat əldə etmə dəstəyinin genişləndirilməsi, təşəbbüskarların dövlət tərəfindən mükafatlandırılma mexanizminin inkişaf etdirilməsi tədbirləri təsirli olacaq.

- sahibkarlıq infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi lazımdır. Bu baxımdan xüsusilə sərmayə və sığorta bazarının inkişaf etdirilməsi, mütəşəkkil sənaye bölgələrinin yaradılması, məsləhətçilik xidmətləri sektorunun və sərğiçilik infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi əhəmiyyət ifadə etməkdədir.
- ölkədə sahibkarların haqq və mənfəətlərinin təmin edilməsi səviyyəsinin daha da yüksəldilməsi lazımdır. Bu baxımdan təşəbbüskarların mütəşəkkil olma səviyyəsinin yüksəldilməsi, rəsmi əməliyyatlardakı gecikmələrin önlənməsi və əqli mülkiyyət və ya təlif haqqlarının qorunması zəruridir.
- iqtisadiyyatın kommertiya sektorunda bazar infrastrukturunun formalaşması, quruluşu və fəaliyyətinin xüsusiyyətlərini müəyyən edən amillər və onların təsir mexanizmləri öyrənilməli və bu sahədə praktiki addımlar atılmalıdır;
- müasir şəraitdə bazar infrastrukturunu sistemində mövcud olan çatışmazlıqlar və onları doğuran amillər aşkar edilməli və aradan qaldırılmalıdır;
- bazar infrastrukturunu şəbəkəsinin genişləndirilməsi və modernləşdirilməsinin sürətləndirməsinə yönəldilmiş təkliflər hazırlanmalıdır;
- bazar infrastrukturunun formalaşdırılması və inkişafının təşkilati və institusional mexanizmləri təkmilləşdirilməlidir.

## İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. "Sahibkarlıq fəaliyyəti haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Bakı.1996
2. A.Əmiraslanov. "Azərbaycan iqtisadiyatı və bazaar münasibətləri". Zaman nəşriyyat. 2007
3. Allahverdiyev H.B, Qafarov K.S, Əhmədov Ə.M. "Milli iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi". Bakı.2007
4. Aysəba Əlizadə. " Reklam və kommunikasiya sistemi". Bakı. 2010  
Dərslük. "İqtisadi Nəzəriyyə". Moskva.2009
5. İ. E.Feyzullayev. " Ticarətin iqtisadiyyatı". Bakı. 1995
- 6.K.P.Paşayev. Redaktəsi. Dərslük."Kommersiya fəaliyyətinin əsasları".Bakı.2010
7. Kemal Yıldırım, Doğan Karaman, Murat Taşdemir. "Makroekonomi" Eskişehir.2006
8. M.Ə.Əhmədovun. Redaktəsi. Dərslük."Bazar iqtisadiyyatının dövlət tənzimlənməsi" 2-ci nəşr. Bakı.2008
9. M.Q.Ağamalıyev, M.M.Məmmədrzayev. "Kommersiya fəaliyyətinin təşkili" Bakı.2004
10. O.Məmmədov. " Bazar iqtisadiyyatının dövlət tərəfindən tənzimlənməsi". Bakı.2006
11. Teymur Vəliyev. "İnfrastruktur mahiyyəti, təsnifatı və əhəmiyyəti". Bakı. 2000
12. Tofiq Quliyev. " Menecmentin əsasları". Bakı. 2006
- Tümay Ertek. "Makroekonomiyə Giriş". İstanbul.2006
13. V.S.Seyidov. "Kommersiya fəaliyyətinin formalaşması və səmərəliliyi". Bakı .2008

İnternet resursları

1. [www.bfb.az](http://www.bfb.az)
2. [www.cbar.az](http://www.cbar.az)
3. [www.ilkercolak.com.tr](http://www.ilkercolak.com.tr)
4. [www.stat.gov.az](http://www.stat.gov.az)

## РЕЗЮМЕ

Для нормального претворения в жизнь коммерческой деятельности, важным условием является наличие рыночных инфраструктурных элементов. Сбор разбросанных предприятий в одном месте и упрощение управления коммерческой деятельности.

Именно на базе этих принципов фирмы и предприятия приносят товары на рынок и с минимальными затратами потребителя стараются получить прибыль. Эта форма торговли считается основной коммерческой деятельностью фирмы. Основной целью диссертационной работы решение теоретических методических задач организации и выявлении роли рыночных инфраструктур в развитии коммерческой деятельности.

Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, выводов и предложений.

В первой главе исследуются основные теоретические и методические вопросы рыночной инфраструктуры.

Во второй главе были исследованы элементы деятельности и проблемы рыночной инфраструктуры.

В третьей главе проанализировано управление рыночной инфраструктуры, обращено внимание на ее совершенствование и развитие.

Наряду с этим, в отдельных главах диссертации представлены результаты и рекомендации.

## **SUMMARY**

To make the activity of commerce real some market infrastructure must exist. It is the way to make random companies connect to one another and control of activity of commerce easier.

By doing this, companies market the commodities and try to minimize cost and maximize profit. It is the most important activity of commerce of company. The aim of dissertation is to show the importance of market infrastructure in improvement of activity of commerce and to explore the organization of its theoretical and methodological issues.

Dissertation contents are introduction, three sections those are based on the aim of the main topic, conclusion, and suggestions.

In the first section, theoretical and methodological issues of market infrastructure was explored.

In the second section, elements of activities of market infrastructure and its problems was investigated.

In the third section, control of market infrastructure is analyzed, ways of making it better and its improvement was paid attention.

Moreover, results and suggestions was given through the dissertation work

