

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ

MAGİSTRATURA MƏRKƏZİ

Əlyazması hüququnda

Ramazanov Elvin Elçin oğlu

Azərbaycanın xarici iqtisadi əlaqələrinin genişləndirilməsində rəqabət
siyasəti

Mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

İxtisasın şifri və adı: 060401 Dünya İqtisadiyyatı

İxtisaslaşmanın adı: Beynəlxalq İqtisadi Münasibətlər

Elmi rəhbər:

i.ü.f.d., dos. Əliyeva G.T.

Magistr proqramının rəhbəri:

i.e.n. dos. Rəhimli F.Ə.

Kafedra müdiri:

i.e.d. prof. Hacıyev Ş.H.

BAKİ- 2017

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ.....	3
I FƏSİL. RƏQABƏT ANLAYIŞI, ONUN NƏZƏRİ-METODOLOJİ ƏSASLARI	
1.1 Rəqabət anlayışı, onun funksiyaları, əsas formaları və rəqabətin bazar modelləri.....	5
1.2 Rəqabətin nəzəri əsasları, rəqabət haqqında nəzəriyyələrin tədqiqi.....	18
1.3 Rəqabət strategiyası, rəqabət mühitinə təsir edən amillər sisteminin təhlili.....	30
II FƏSİL. QLOBALLAŞMA ŞƏRAİTİNDƏ MÜASİR RƏQABƏT STRATEGİYASI VƏ RƏQABƏT İMKANLARININ TƏDQIQI	
2.1 Azərbaycan sənayesinin rəqabətqabiliyyətliliyi və xarici iqtisadi aspektləri.....	39
2.2 Müasir şəraitdə rəqabətqabiliyyətin qiymətləndirilməsi və bu sahədə yaranan problemlərin aradan qaldırılması yolları.....	48
III FƏSİL. AZƏRBAYCANIN XARİCİ İQTİSADI ƏLAQƏLƏRİNİN GENİŞLƏNDİRİLMƏSİNDƏ RƏQABƏTQABİLİYYƏTLİLİYİN ARTIRILMASI PERSPEKTİVLƏRİ	
3.1 Azərbaycanın xarici iqtisadi əlaqələrində rəqabət imkanlarının artırılmasında dövlətin rolu.....	53
3.2 Azərbaycan iqtisadiyyatının sektorlar üzrə rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması üzrə prioritet strategiyaların formalaşdırılması.....	62
3.3 Azərbaycanın gələcək inkişafında rəqabət potensialının yüksəldilməsi perspektivləri.....	69
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....	77
İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI.....	83

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı. Müasir qloballaşma şəraitində ölkələr arasında gedən integrasiya prosesində dünya təsərrüfatında Azərbaycanın mövqeyinin, o cümlədən, rəqabət strategiyasının öyrənilməsi mütləqdir. Ölkəmizin dünyanın iqtisadi və sosial inkişafında mühüm rolu vardır. İntegrasiyanın belə yüksək mərhələsində ölkəmizin sənaye sahələrinin inkişafı, ixrac potensialının tədqiq olunması mühüm əhəmiyyət daşıyır. O cümlədən Azərbaycanın bazar iqtisadiyyatına yönələn məqsədləri var. Hər bir halda bu məqsəd xüsusi mülkiyyətə əsaslanan azad bazardır. Təkmilləşmiş azad bazar şəraitində dövlətin əsas işi ədalətli oyun qaydalarının müəyyən olunması və icrasına nəzarətin təmin olunmasıdır. Bu qaydaların əsas elementi kimi rəqabət mühiti iştirak edir. Rəqabət mühiti azad bazarın əsl simasını əks etdirir. Rəqabət mühiti yalnız mövcud olan hüquqi normaları deyil, həm də bazar iştirakçılarının rəsmi və qeyri-rəsmi hərəkətlərini özündə ehtiva edərək formalaşan bazar mühitini özündə əks etdirir. Belə ki, burada əsas məqsəd indiki şəraitdə rəqabət mühitin şəffaflaşdırılmasına nail olub ölkəmizin siyasi azadlığını beynəlxalq müstəvidə gücləndirməkdən ibarətdir.

Tədqiqatın əsas məqsəd və vəzifələri. Tədqiqatımın məqsədi Azərbaycanın rəqabət mühitinin əsas elementlərinin nələrdən ibarət olmasının müəyyən olunması, qloballaşma şəraitində ölkəmizin rəqabət planını müəyyən etməkdir. Bu elementlərin aşkara çıxarılması həm dövlət, həm də özəl sektor üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Dövlət bundan, bazarın mənfə (müsbət) xüsusiyyətlərini aşkar etməklə həyata keçirdiyi rəqabət siyasətinin gələcək perspektivlərini müəyyən etməkdə istifadə edə bilər. Həm də bazar iştirakçısı olan və bazara yeni daxil olmaq istəyən şirkətlər real olaraq oyun qaydaları ilə tanış olur və rəqabət strategiyalarını praktiki təcrübələrlə formalaşdırmış olurlar. Ölkədaxilində sağlam rəqabəti stimullaşdırmaqla, haqsız rəqabəti aradan qaldırmaqla ölkə iqtisadiyyatına töhvə verməklə yanaşı dünya ölkələri arasında möhkəm rəqabət qabiliyyətliliyini təmin etmək üçün şərait yaranır. Dünya təsərrüfatının əsaslı araşdırılması fonunda, ölkənin xarici bazarlara çıxma imkanı və bazar

strategiyasının öyrənilməsi; xarici ticarətinin quruluşu və keyfiyyət parametri baxımından inkişafı; Azərbaycanın 2020-ci ilə kimi xarici iqtisadi münasibətlərinin daha da müasirləşdirilməsi üçün nəzəri və praktiki məsləhətlərin hazırlanması. Qarşıya qoyulmuş hədəfə çatmaq üçün bu vəzifələr işlənib hazırlanmışdır:

-Dünya iqtisadiyyatında rəqabət mühitinin araşdırılması və Azərbaycanın rəqabət strategiyasının müəyyən edilməsi; - yerli sənaye sahələrinin inkişafında dövlətin payı və xarici bazarlara çıxmaq imkanı; - Azərbaycanın son illər həyata keçməsində böyük pay sahibi olduğu transregional layihələrin strukturu, xarakteri və iştirakçıların əsas hədəflərinin dəyərləndirilməsi; - Azərbaycanın rəqabət potensialının araşdırılması.

Tədqiqatın obyekti və predmeti. Tədqiqat işinin obyekti Azərbaycanın milli iqtisadiyyatının rəqabət qabiliyyəti, predmeti isə xarici iqtisadi əlaqələrinin genişləndirilməsində rəqabət siyasətinin yeri və roludur.

Tədqiqatın nəzəri-metodoloji əsası. Araşdırmanın nəzəri-metodoloji əsasını respublikamızın və dünya iqtisadçı alimlərinin bu mövzuya aid yazılmış əsərləri, Prezidentin və Nazirlər Kabinetinin bu mövzuda qəbul etdiyi fərman, sərəncam və qərarlar, başqa normativ hüquqi aktlar müəyyən edir.

Dissertasiya işinin metodoloji və informasiya əsasını yerli və xarici mütəxəssislərin araşdırmaları, kitablar, jurnallar, Dövlət Statistika Komitəsi, İqtisadiyyat Nazirliyi, beynəlxalq iqtisadi təşkilatların hesabatları və digər metodiki vəsaitlər təşkil edir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi. Azərbaycanın rəqabət strategiyasının təkmilləşdirilməsi üçün sənaye, özəl sektor və s. digər sahələrdə həyata keçiriləcək layihələrin təsviri, təhlili və rəqabət qabiliyyətliyə təsirləri verilmişdir.

Dissertasiyanın həcmi və strukturu. Tədqiqat işi girişdən, üç fəsildən, nəticə və təkliflərdən, istifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısından ibarətdir. Kompyuter vasitəsilə yığılmış 85 səhifədə cədvəllər, diaqramlar, qrafiklər və şəkillər də vardır.

I FƏSİL. RƏQABƏT ANLAYIŞI, ONUN NƏZƏRİ-METODOLOJİ ƏSASLARI

1.1. Rəqabət anlayışı, onun funksiyaları, əsas formaları və rəqabətin bazar modelləri

Rəqabət – oxşar hədəfə çatmaq üçün bir neçə şəxsin bir-biri ilə yarış aktivliyi anlaşılır. Azad rəqabət isə, tək adamların və müəssisələrin təsərrüfat hərəkətlərini nizama salan və limitləyən qaydaların bütöv olmamağı anlaşılır. Bu cürə azadlıq görülməyib və indi də yoxdur. Azad rəqabətin quruluşu elədir ki, şəxsi təsərrüfat aktivliyinin qanuni özəyi insanın azadlığına, xüsusi mülkiyyət, satışın qiymət və rəsmi məğzinin aydınlaşdırılmasında hökumətin aşağı səviyyədə iştirakına əsaslanır.

Rəqabət amerikanın azad sahibkarlıq sistemində böyük pay sahibidir. ABŞ iqtisadiyyatının formalaşdığı dövrdə rəqabət hökumət tərəfindən bütün zamanlarda dəyərləndirildi. İndi zamanda da Amerikada rəqabət müəssisələrin böyük və ya kiçikliyindən və ixtisaslaşmasını fərqləndirərək işgüzar sistemin bütün formalarında olur.

Amerikanın standartlarına baxanda görürük ki, onlar rəqabəti iki növdə fərqləndirib. Bu növlər xalis rəqabət və adi rəqabətdir. Elə sferalarda xalis rəqabət olur ki, həmin sferalarda müəssisələrin böyük hissəsi eyni mal yaradırlar yaxud işlər görürlər. Burada bütün müəssisələr yaratdıqları malları başqa bölmələrə təzədən yerləşdirirlər. Çox vaxt hökumət xalis rəqabətin olduğu bölmələrdə nizamlanma etmir.

Düşünsək ki, sferalarda aşağı sayda müəssisə varsa, o zaman rəqabət digər istiqamətlərə doğru hərəkət edir.

Rəqabətin formaları kimi aşağıdakıları göstərə bilərəik:

- 1) Müəssisələrin bir-biriylə xalis olan rəqabəti
- 2) İnhisarçı rəqabət
- 3) Müəssisənin içərisində olan rəqabət.

Bazarda müəssisələrin bir-biriləriylə bağlılıqda olmadığı və azad şəkildə istehlakçı cəlb etmə yarışı xalis rəqabətin əsas fikirlərindəndir. ABŞ praktikasında belə rəqabət aqrar işçilərin bir-biriylə aqrar mallar bazarında görülür. Amerikada baş verən rəqabətdə bəzi göstəricilərin rolu böyükdür. Buraya hökumətin nizamlaması, müəssisələrin bir-biriylə anlaşması və b. aiddir.

İnhisarçı rəqabət elə bir formadır ki, burada bazarın böyük bir payı birləşmələr arasında bölünür. Bu birləşmələrə karteli, sindikatu və tresti misal çəkə bilərik. Müəssisənin içərisində olan rəqabət 20-ci əsrin 20-ci illərindən başlayaraq böyük Amerika şirkətlərində formalaşmışdır. Belə rəqabət formasının məğzi odur ki, fərqli sferalar özləri ilə yarışirlar. Belə formanın xüsusiyyəti odur ki, malın yüksək keyfiyyətə gətirilməsi, istehsal və marketinq xərclərinin azaldılması vasitəsilə baş verir. Belə formanın baş tutması üçün fərqli sahələrin finans və mühasibat hesabları tutuşdurulur.

Demidov və Zavyalov “Marketinqdə uğurun metodu” kitabında marketinqdə rəqabətin uç kateqoriyası haqqında ətraflı məlumat verirlər. Bunlar funksional, görüntü eləcə də rəqabətin predmetdir.

Hər hansısa bir ehtiyacı fərqli yollarla təmin etmək rəqabətin funksional formasındadır. Belə ehtiyacları təmin edən mallar eynilə funksional tərəflər kimi qeyd olunurlar.

Görünüş forma oxşar hədəfə çatmaq üçün malların özlərindən yüksək səviyyədə vacib göstəricilərə görə müxtəliflik yaratmaqlarıyla yaranırlar. Məsələn, eyni sinfə mənsub olan beş yerli minik avtomobili müxtəlif qüvvələri olan motorlara görə müxtəliflik təşkil edirlər.

Predmet forma elə zamanda baş verir ki, müəssisələr belə baxanda eyni məhsullar yaradırlar, lakin düzəltmə formaları ya da ki oxşar formalarla müxtəlifləşirlər. Bu cürə rəqabətə müəssisələrin içərisində gedən rəqabət də deyirlər. İqtisadçı alimlər üsullarına görə rəqabətdə iki müəyyən ediblər. Bunlar qiymət rəqabət, qiymətsiz rəqabəti adını almışdır.

Rəqabət qiymət aləti amerikan biznesinin birinci mərhələlərində çox görülmüşdür. Bu cürə tipdə yaxşılığından asılı olaraq oxşar məhsullar alış-veriş məkanında fərqli dəyərdə satışa qoyulurdu.

Hazırkı vəziyyətdə, bazarların çox az sayda şirkətlər arasında bölüşdürülməsi ilə bağlı olaraq, alıcılar çox az vəziyyətlərdə qiymət rəqabətinin üsullarından istifadə edirlər. Müəssisələr, çox vaxt qiyməti tək məkanda qorumağa və məhsul yaradılış məsrəflərini endirməyə, mənfəətin artmasına daha maraq göstərirlər.

Maraqlıdır ki, ABŞ-ın mövcud rəqabət qaydası müəyyən malın dəyərinin çox yüksəlməsinə qoymur. Elə də olur ki, rəqabət aparan tərəflər yox olanda da bunun baş verməsinə icazə verilmir. Buna səbəb isə, yuxarı qiymət alış-veriş məkanına başqa müəssisələri çəkər ki, belə müəyyən vaxtdan sonra müəssisənin bazardan getməsiylə nəticələnə bilər. Təbii ki, belə vəziyyətlərə iqtisadiyyatın bölmələrin bütün sferalarından nümunələr göstərilə bilər.

Qiymət rəqabət metodu, ilk öncə, autsayder firmaların inhisar müəssisələrlə yarışında görülür. Digər tərəfdən rəqabətin qiymət üsullarından təzə mallarla alış-veriş məkanına girmək, həmçinin satışın gözlənilmədən gərginləşməsi səbəbindən müəssisə istiqamətinin bərkidilməsinə görə işlədilir.

Qiymətsiz rəqabət üsulları indilərdə ən geniş yayılmış, əsasən ABŞ-da çox istifadə edilir. Belə üsullar daxilənə, tərəflərlə müqayisədə, malın böyük etibarlığı eləcə də, göstəriciləri verilir. Belə göstəricilər reklam çarxlarında verilir.

Bilmək lazımdır ki, reklamda rəqib firmaların məhsullarının mənfə xüsusiyyətləri göstərilir. Ancaq malların əsas xarakterini göstərmək və onları özlərinin məhsulları ilə tutuşdurmağa imkan yaradır.

Qiymətsiz rəqabət üsulları daxilində məhsul satışından öncə və ondan sonra yuxarı keyfiyyətli işlər, böyük vaxt, cihazlarla davranmaqda insanların savadlanması və başqaları nümunə göstərilə bilər. Başqa üsullar daxilində ekologiya durumunun çətinləşməsi vəziyyətində ekologiya amillərinin yaxşılaşdırılmasını göstərmək olar.

Bildiyimiz kimi, bazara çıxarılacaq bütün mallar tələbatları ödəmək dərəcəsi testindən keçir. İstehlakçılar isə elə malları almağa meyl edirlər ki, rəqiblərin mallarına nisbətdə bunlar sosial ehtiyacları ödəyə bilsinlər. Bu səbəbdən, malın rəqabət bacarığını iştirakçıların məhsullarını öz aralarında nisbətdə araşdırılır. Daha dəqiq, rəqabət bacarığı nisbi anlayış olub, bazarla əlaqəli olduğunu göstərir. Ancaq hər bir istehlakçının özünün tələblərini təmin etməyə görə özünün dəyərləndirmə üsulu vardır. Həmçinin rəqabət bacarığının ayrıca xüsusiyyətləri də vardır. Unutmayaq ki, malın xüsusiyyəti ilə onun rəqabət bacarığını eyniləşdirmək düzgün deyil. Malın xüsusiyyəti onun hansısa ehtiyacı ödəyən səciyyələrinin toplusudur. Malın xüsusiyyəti zəhmətin sonunda meydana çıxır.

Malın rəqabət bacarığı istehlakçılara görə lazımı səviyyədə istənilən səciyyələrlə müəyyən olunur. Məmulatın bu səciyyələrdən qıraqla olan göstəriciləri rəqabət bacarığının dəyərləndirilməsi zamanı nəzərə alınmamalıdır. Ona görə də normaların, standartların və qaydaların artırılması məmulatın rəqabət qabiliyyətini artırmır. Ona görə ki, istehlakçı nöqteyi-nəzərindən belə artırımlar həmişə öz əksini malın qiymətində tapır, beləcə bu onlara xeyir vermir. Malların rəqabət bacarığı təzə məhsul yaradılışı qüvvələrinin qurulması və böyüdülməsi nəzərində götürülən qərarların nəticəsində təşkil edilməlidir. Rəqabət bacarığı olmayan malların buraxılışı yüksək dərəcədə azalmalarla müşahidə olunur. Bazarlarda realizasiya olunan məhsulların rəqabət bacarığının tədqiqi davamlı və planlı edilməlidir. Beləliklə verilənlərin hansı zamanda aşağı düşməsi vaxtının müəyyən edilməsi şəraiti baş verər. Bununla da zamanında belə yaxud başqa qaydalar müəyyənləşdirmək mümkündür. Bunlara isə məhsulu istehsalınıdayandırmaq, onu müasirləşdirmək, digər alış-veriş məkanına dəyişmək və başqalarını aid edə bilərik.

Bilinir ki, hansısa məhsul alış-veriş məkanına çıxardılan zamanöz rəqabət gücünü itirməyə başlayır. Bu mərhələ ilə onun sürətini azaltmaq olar, saxlamaq olmaz. Bu səbəbdən təzə mal elə sistem əsasında düzəldilməlidir ki, əvvəlki məmulatın rəqabət qabiliyyəti yox olan zamanda onun alış-veriş məkanına girməsi şəraiti yaradılsın. Daha dəqiq, təzə malların rəqabət bacarığı hər zaman öncəlik və

böyük zaman səciyyəsi özündə daşıyır. Bu səbəbdən də məmulatın texniki göstəricilərinin yaxşılaşdırılmasına deyil, alış dəyərinin düşməsinə spesifik nəzarət etmək gərəkdir. Malın rəqabət bacarığını səciyyələndirən göstəricilər kimi bunlar verilir:

- 1) Texnika göstəriciləri
- 2) İqtisadi göstəricilər
- 3) Təşkilati göstəricilər.

Malların rəqabət bacarığının təhlilində aşağıdakı texnika göstəriciləri işlənir. Bunlar təsnifat, konstruksiya, normativ, ergonometrika və estetika göstəriciləridir. Təsnifat göstəricilər malın bəlli nemət tipinə bağlılığını açıqlayır. Rəqabət bacarığı təkcə oxşar qrupa girən mallar əsasında aydınlaşdırmaq mümkündür. Konstruksiya göstəriciləri mala aid texniki-konstruksiya məsələlərini aydınlaşdırırlar.

Normativ göstəricilər malın standartlara, normalara, qanunlara bağlılığı verilir. Belə standartlara uyğun gələn mallar istifadəyə verilir. Ergonomik göstəricilər malların adamların bədən üzvlərinə düzgün gəlməsi və insanmaşın qurğularının aktivliyi göstərilir.

Estetika göstəriciləri obyektin məğzi və quruluşunun birləşməsi fikrini bildirir, yaxşı və pis düşüncələr formalaşdırır. Bu göstəricilər alışın dəyərləndirilməsində xüsusi söz sahibidir. İqtisadi göstəricilərə bəzi istiqamətlər aid edilir. Bunlar:

- 1) Transport məsrəfləri
- 2) Benzin məsrəfləri
- 3) İşçilərin maaşı
- 4) Xidmət və ehtiyat parçaların gətirilməsinə məsrəflər
- 5) Malın sığortalanmasına məsrəflər
- 6) Vergi
- 7) Başqa məsrəflər.

Təşkilati göstəricilərə yığım və ödəniş vəziyyətləri, yığımın vahidləşməsi, imkanlar quruluşu, qarantiya zamanı və şərtləri daxildir. Xalis rəqabət bazarında istehlakçı və məşul satanların sayı heç birinin bazarı tənzimləmələrinə şərait yaratmayan səviyyədə artıqdır. Bu cürə alış-veriş məkanında istənilən bir istehlakçının malını geri qaytarması, ya da məhsulu heç bazara gətirməməsi və ya alıcının hər hansı məhsulu götürmək fikrindən daşınması alış-veriş məkanındakı qiymətə hər hansısa təsiri olmaz. Bu o deməkdir ki, alıcılar və satıcılar eləçoxdur ki, onların heç biri bazardakı dəyəri və atmosferi yeniləmək iqtidarında deyil. Bunu isə azadlıq şərti kimi qələmə verirlər.

Tam adlanan rəqabət bazarına giriş-çixış tam azaddır. Hansısa qadaga, əngəl törədən amillər yox səviyyəsindədir. İstənilən satıcı və ya alıcı alış-veriş məkanına azad daxil ola bilər və həmin məkandan azad çıxı bilər. Buna azad giriş-çixış amili deyilir. Xalis rəqabət bazarında məhsulların hamısı eyni keyfiyyətdə olur və onların özlərinin oxşarı olduğu bilinir. Misal üçün, götürək soyuducunu, deyək ki, onların hamısının oxşar təmlikdə və xüsusiyyətdə olduğu bilinir. Ancaq, dəyər müxtəlifliyi varsa, dəyə bilmərik ki bu keyfiyyətlə bağlıdır. Ona görə ki, tam rəqabət bazarında malların xüsusiyyəti bir nəzərdə tutulur. Bax bu oxşarlıq şərtidir. Xalis rəqabət bazarı eyni dərəcədə açıqdır. Yəni, bazanın quruluşu elədir ki, həm istehlakçılar, həm də məhsul satanlar hansı məhsulun harada olduğundan tamamilə məlumatlıdırlar. Buna da açıqlıqamili deyilir.

Rəqib olan firmalara güclü və ya zəif olduğunu bildirməyə görə mütəxəssislər taktiki birləşmələr kartının tərtib olunmasını məsləhət bilirlər. Bu metod bütünlükdə sektor haqqında və ora girən müəssisələrlə bağlı fikir formalaşdırmağa şərait yaradır. Bu da əsasən o zaman vacibdir ki, sferaya girən müəssisələrin say hədsiz çox olur və onları müxtəlif parametrlərlə ayrıca nisbətə qəlizləşir. Belə metodun işlənməsinə görə bir bölməyə girən müəssisələr bəzi nisbətə olan əsas parametrlər əsasında nisbətə gəlmək üçün eyni məkanda olurlar. Bu sahədə, əsas göstərici verilən bölmələr (dəyər, məhsul yaradılışının miqdarı, satış bazarının həcmi, keyfiyyət göstəricisi, müştəri sayı, xalis qiyməti, zamanət vaxtı və b.) önəmli götürülərək, ən yuxarı dərəcədən aşağıya tərəf müəssisələr

otuzdurulur. Fərqli riyazi düsturla onları həcmliyiylə özlərindən müxtəlifləşən (çevrə, faiz və b.) görüntülərlə məcmu fikir formalaşır. Beləliklə də müəssisənin sferadakı payı (aşağı dərəcə, orta dərəcə, yuxarı dərəcə) müəyyənləşir və bunlardan rəqabət bacarığı meydana çıxır. İşgüzar sahədə ən yaxın yarış iştirakçılarının hərəkətlərinin və uzaq müddətdə olan strateji tədbirlərin bilinməsi rəqabət qabiliyyətliliyinin saxlanmasının vacib xüsusiyyətidir. Yarış iştirakçılarının tərəflərinin tədqiqi, araşdırılması şirkətlərin idarəetmə taktikasının seçilməsində vacib rol oynayır. Əlavə olaraq, tərəflərin strategiyasının öyrənilib qiymətləndirilməsi bütün şirkətin qüvvətli və gücsüz xüsusiyyətlərini tutuşdurma yolu ilə dərhal müəyyən etməyə, təminatla, texniki dərəcədə, marketinq bölməsində keyfiyyət və partiyaların seçilməsində buraxılan nöqsanları aydınlaşdırmağa şərait yaradır.

Tərəflərin istəyi və strategiyalarını bu cürə toplum parametrlərinə səciyyələndirmək mümkündür: rəqabət miqyası – local, region, dövlət daxili, ümumdünya, qlobal səviyyə), strategiya hədəfi (ən yuxarıda dayanan başçıya çevrilmək, hazırkı başçını keçmək, öncül 3 şirkət sırasına keçmək), alış-veriş məkanındakı payını qaldırmaq (məkanla birinci şirkətə çevrilmək, iştirakçıları oyundan çıxartmaq), rəqibliyin ölçüsü (bərkdir, lazımi qədərdir, çalışmağa şərait yaradır, böyükdür, ortadadır) strateji halı (çoc vaxt hücumdadır, müdafiədədir, riskli sayılır), rəqabət strategiyası (məsrəflərin azaldılmasında liderlik əsas bazarın özüdür, bazarda yüksəlməyə doğru, xüsusi tələbli istehlakçılarla çalışmaq, keyfiyyəti qaldırmaq, texnologiyada qabağa getmək, növləri artırmaq).

Bəzən elə hallarda olur ki, müəssisələr risk edərək özlərini böyük şirkətlərlə müqayisə edib, onlarla rəqabətə girirlər. Bu isə sonda kiçik müəssisələrin məğlub olmasıyla nəticələnir. Beləliklə onlar müflis olaraq məkanı tərk etmək məcburiyyətində qalırlar.

Rəqabətdə qazanmağın başlıca amilləri aydınlaşdıraraq. Başlıca amillər odurki, onların səhv olmadan dəyərləndirilməsi axırda strategiyanın doğru seçilməsinə, şirkətin bölmədəki və rəqabətdəki yerinin qalxmasına səbəb olur. Belə amillər həm şirkətin özünün cəhətləri, həm də onun rəqibi olan qabaqcıl şirkətin

cəhətləri ilə müqayisə olunaraq aydınlaşdırılır. Belə amilləri bölməyə bağlı olaraq fərqli yollarla göstərmək olar. Məcmu olaraq, texnologiya, məhsul yaradılışı amilləri bölgü və paylamadakı faktorları (yaxşı satış paylama imkanı, topdan və pərakəndə satış bazarı, satış məsrəflərinin az olması, tez çatdırılma və b.), marketing işləridir. Belə amillər rəqabətdə udmağa imkan yaradır.

Yeni bölmələrlə müqayisədə, təkmilləşmiş bölmələrdə atmosferin təsiri bir o qədər də güclü olmur. Yəni, artıq qazanılmış praktika, öz sözünü deyən texnologiya mərhələsi, bazardakı vəziyyət atmosferin bölməyə təsir gücünün intensiv vəziyyətində böyük qüvvə deyil. Ancaq bu halda da bazarın tələbi köklü yenilənmələrin olmasıyla bilinir. Beləcə, təkmilləşən bölmələrdə aşağıdakılar baş verir:

- Alıcı tələbinin azalması birbaşa bazarda sahənin tutduğu mövqeyini müəyyənləşdirmə rəqabətini meydana gətirir. Əvvəllər hər zaman alıcıların sayının artmasına öyrəşən firma artıq digər tərəfdə olan şirkətin alıcılarını öz tərəfinə çəkməyə meyl edir. Belə olanda planlaşdırılmayan işlər ortaya çıxır. Bunlara da qiymətlərin düşməsi, qüvvətli reklam çarxları kompaniyası başlanır və s.

- Alıcılarməhsul alverində və danışıklarda əsasən istəkli və yumuşaq olmayan görünüşə sahibdirlər. Belə ki, artıq bütün rəqib firmaların əksəriyyətinin məhsullarını tanıyan alıcılar ehtiyaclarını deyərək aşağı qiymətə malı almaq istəyindədirlər.

- Yarış elə həddə çatır ki, artıq əsas fikir məsrəflərinartması və xidmətin artırılmasına istiqamətləndirilir. Yəni, desək ki, istənilən satılan məhsullar oxşar xüsusiyyətdədirsə, onda şirkət artıq mal realizə etməyə görə qiymət və işlər bölməsində güzəştə gedirlər.

- Məhsul yaradılış qüvvəsini yüksəldərkənfirma son bir “limit” halına gəlib çatır. Aşağı ritmli təkmilləşmə deyir ki, şirkət məhsul yaradılış qüvvəsini artırmır. Bütün şirkətlər digər şirkətlərin məhsul yaratma qüvvəsini dəyərləndirməli və onların qüvvəsiylə bağlı özlərinin qüvvəsini aydınlaşdırırlar. Belə olanda, çox məhsul yaratmaq alış-veriş məkanında satılmır. Bu da şirkətə pis təsir edir. Əlavə

olaraq, təkmilləşmənin aşağı ritmi vəziyyətində məhsul yaratma qüvvəsinin əsas olmadan qaldırılması şirkətin mənfəətini aşağı salacaq və sonrakı müddətdə onun rəqabət bacarığını da təhlükəyə qoyacaq.

-O səviyyəyə gəlir ki, artıq nə buraxılan malı inkişaf etdirmək, nə də malı alıcılarda təzə işlətmə məkanlarını müəyyən etmək artıq çətindir. Bu o deməkdir ki, istehlakçı artıq malı digər sektorlarda işlədə bilmir, istehsalçı həmin malın təzə növlərini, tiplərini inkişaf etdirib sata bilmir.

-Ümumdünya rəqabəti yüksəlir. Artıq beynəlxalq bazarda nüfuz əldə etmiş şirkətlər başqa ölkələrdə bazara çıxırlar, bir çoxları ucuz əmək resurslarının olduğu ölkələrdə filiallar qururlar, sektora görə planetdə olan modern güncəlləşmələri və texnikanı işə daxil edirlər, nəticədə, aşağı qiymətli məhsul satmaqla alış-veriş məkanındakı yarışda qalib gəlirlər.

-Sektorun mənfəətliliyi günkeçdikcə aşağı düşür ya da davamlı olaraq aşağı hərəkət edir. Aşağı səviyyəli təkmilləşmə, intensiv rəqabət, istehlakçıların davamlı yüksələn, məhsul yaradılış qüvvələrindən tam istifadə də azalır, müəssisələrin satdığı malın miqdarı və beləcə də onun mənfəəti aşağı düşür.

-Yüksələn rəqabət hər gün rəqib şirkətlərin bazardan getməsinə səbəb olur. Sektor böyük, qüvvəli və rəqabətə tab gətirənlərdən ibarətdir. Belə vəziyyətdə gücsüz strategiya yeridən şirkətlər biraz öz ayaqlarıyla dayanmağa çalışsa daha sonra dözmür və iflasa uğrayır.

Bunların hamısı təkmilləşmiş bölmələrdə olan aparıcı yeniləşmələri bildirir. Ancaq şərait həmişə çətin deyil. Yəni, bəzi mütəxəssislər deyir ki, təkmil şirkətlər qoruyucu işlərlə çox situasiyalarda öz mövqeyini saxlaya bilib.

Belə işlərə aşağıdakılar aid edilir:

- 1) İstehsal olunan məhsulun növünün optimallaşdırılması.
- 2) İstehsalın inkişafına böyük ölçüdə diqqət yetirməlidir.
- 3) Məsrəflərin aşağı salınmasına yüksək diqqət yetirilməlidir.
- 4) Beləliklə həmişəki alıcılar olaraq bilinən və böyük vaxt ərzində əlaqədə olan alıcılara artıq mal satmaq.
- 5) Digər rəqib müəssisələri ucuz qiymətə satın almaq.

6) Ümumdünya alış-veriş məkanına açılmaq.

Sonda tərəflərdən biri öz dövlətində işlətmədiyi texnikanı digər ölkədə təzə texnika kimi işlədir. Başqa dövlət də öz daxilində bu günə kimi təsəvvür etmədiyi təzə məhsul yaradılışı, təzə məhsul və işlər yaradır. Əsasən, təzə inkişaf edən dövlətlərlə inkişaf etmiş dövlətlər arasında baş tutan belə aktivlik rəqabət bacarığı aşağı olan şirkətlərə növbəti nəfəs verir.

Misal üçün, ABŞ-da artıq yetkin həddə çatmış “Coca-Cola” şirkəti dünyanın ən müxtəlif ölkələrinin bazarları hesabına alkoqolsuz içkilərin istehsal edilməsi nəticəsində birinciliyi bu günə kimi qorumuşdur. Bir çox firmalar o bölmələrdə işlər görürdü ki, həmin bölmələr iqtisadiyyatın digər bölmələri ilə müqayisədə daha aşağı sürətlə təkmilləşir, ya da getdikcə istehsalları aşağı düşür. Belə bir vəziyyətdə bu sahədə fəaliyyət göstərən bir çox müəssisə məhv olub bağlanmaq dərəcəsinə çatсалar da, elələri də var ki bu cürə vəziyyətdə həyatda qalmaq bacarırlar. Durgunluq bürümüs sahənin firmalarının mövcudluğu onların hamısının gərəksiz olacağı anlamına gəlmir və qəbul ediləcək qərarı demək axırncı qərar deyildir, o istiqamətdə artıq vəziyyətdən çıxış yollarıxtarmaq mümkündür. Belə vəziyyətdə şirkətlərin özü öz problemlərini düzəltmək üzrə əsaslı tədqiqatlar aparmalıdırlar. Bununla da, belə vəziyyətdə artıq kapital və yatırım hesabına şəraitdən çıxmağın yolu, bir çox mənfəət bölmələrin məhviylə bağlıdır. Əlavə olaraq, qüvvətli rəqiblərin də artıq iflası uğramışlar hesabına bazarı tutacaqlarını yaddan çıxartmamalıyıq. Ona görə də, alış-veriş məkanında az da olsa hissəyə malik olmaq ciddi taktika istəyir.

Bununla da, dayanma və məhv səddinə çatmış bölmələrdə aktivliyini yeritmək istəyən şirkətlər aşağıda göstərilən taktiki gedişləri işlədirlər:

- 1) Bölmə içərisində ehtiyat kimi bilinən bazar bölmələrini axtarib aydınlaşdırmağa və ondan sərfəli iş görməyə istiqamətlənmiş taktikadan istifadə etmələri.
- 2) Yaradılan malın keyfiyyətini qaldırmağa və onu yeniləməklə böyük araşdırma metodu ilə seçim etmək.
- 3) Dayanmadan, söylə edilən məsrəflərin miqdarının azaldılması.

Məsrəflərin aşağı salınması metodlarına yazıldığı kimi, aşağı qiymətlə məhsul satan şirkətlərin işlərindən istifadə, öz daxilində yüksək xərcə yaranan xidmətlərin bu işi aşağı xərcə edən şirkətlərin görülməsi, içəridə məhsul yaradılışı resurslarından və məhsul yaradılışı qüvvəsindən sərfəli istifadə, satışın yaradılmasında ortaya çıxan yüksək mərhələlərin sıradan çıxması, aşağı məsrəfli şərtlərlə yaratma texnikasının cəlbi və b. aiddir. Bəzi bölmələrdə yüz, min balaca, orta və böyük ölçüdə şirkətlər işləyirlər. Yarananlardan çoxu müxtəlif adamlar vasitəsilə idarə edilir. Bütövlüyün olmaması və kəmiyyət çoxluğu onlardan hər hansının alış-veriş məkanında yuxarı mövqeyə çatmasına şərait yaratmır. Beləcə, orda birincilikdən bazara hökm etməkdən, böyük istehlakçı kütləsinin marağını əldə etməkdən danışılır.

Misal üçün, jurnal, qəzetlər çap edənlər, manufaktura üsulu ilə fərqli əşyalar yaradanlar, bitkilər əkənlər, mal daşıyan transport vasitələri və b.

Özünəxas cəhətlərə malik belə bölmələrin səciyyəvi cəhəti aşağıdakılardır:

- 1) Həmişə oxşar bölməyə daxil olmaq elə problem yaratmır.
- 2) Məsrəflərin səviyyəsi və şirkətlərin iriliyi ilə bağlı qüvvətli rəqabət mövcud deyil.
- 3) Edilən xidmətin tipi, səviyyəsi və gördürənləriylə elə bil qapalı bir bazarın olması belə bölmələrə xasdır.
- 4) Məhsul və iş satışı üzrə xeyli və çeşidli fəaliyyət növünün olması belə bölmələrə xasdır.
- 5) İri həcmli və ağırlığı artıq mövcudluğundan belə iş bölməsinin yayılma ərazisi limitli dairəylə baş verir.
- 6) Lokal qərarla haqqa, mədəniyyətə, həyat stilinə tərs gələn hərəkət tiplərinin hərəkətliliyi mümkün deyil.
- 7) Bölmənin özünün hər gün güncəlləşməsi eləcə də cavan qalması baxımından birbirinə nümunə yaxud təsirli qüvvəyə malik olmaması.

Bu xüsusiyyətlərlə səciyyələndirilən özünəxas cəhətli bölmədə, olmalı bir hadisə kimi, oxşar hərəkət tiplərlə iş görən şirkətlər bütövləşmək imkanına

malikdirlər. Belə halı, şirkətlərin məcmu istəkləri, eyni məhsul daşıyanları və alış-veriş məkanına birlikdə məhsul daşımaları həyata keçirirlər. Belə bölmədə də şirkətlərin biraz da şəraitlərini təkmilləşdirirlər, qalanları, o cür bölmənin xüsusiyyətinə sahib adi qaydada, indiki şərait və ehtiyacla hərəkət edirlər. Belə bölmədə rəqabət aşağı səviyyəli və qüvvətli olur. Ona görə ki, sferaya girmək yuxarıda dediyim kimi, çox da problem yaratmır. Balaca həcmli şirkətlərhəm alıcı, həm də tərəfdaşlarla biznesdə qüvvətli söz sahibi və rol əhatəsinə sahib olmadığından onlar böyük həcmdə böyük şirkətlərin arxasında qalırlar. Rəqabət məhsul çeşidinin çoxalması, xidmət servisinin yüksəldilməsi, aşağı dəyərlə məhsul yaradıb, aşağı qiymətə satılması, göstərilən xidmətlərdən əlavə servis işlərinin satışı bölmələri aparılır. Beləliklə, bu bölmədə var olan rəqabət bacarığı aparıcı alıcılar və bazar segmentində boş qalan mövqeləri tutub söz sahibliyi əldə etməkdir.

Müəssisələr və firmalar aktivliklərində ümumdünya alış-veriş məkanına çıxarırlar. Bu da fərqli amillərdən baş verir. Belə amillərə təzə bazarları tapmaq, içəridəki yarışa tab gətirmək, aşağı zəhmət ehtiyatlarını işlətmək və b. aiddir. Səbəblərin nə olmasına fərq qoymadan, digər dövlətlərin bazarlarında müəssisələri digər dövlətin bəzi ehtiyacları daxildir. Belə şərtlərə məsrəflərin fərqli yenilənməsi, məzənnələrin yenilənməsi, o dövlətin ticarət politikası və ümumdünya rəqabətin özünəxas cəhətlərini göstərmək olar. Gəlin ayri-ayrılıqda nəzərdən keçirək:

- 1) Dövlətdən dövlətə məsrəflərin yenilənməsi. Bütün dövlətlərdə maaş həddi, əmək məhsuldarlığı, inflyasiyanın tempi, enerji daşıyıcılarının dəyəri, qayda-qanun, fərqli tərzdə yeniləndiyindən məsrəflər də fərqli olur. Elə bu faktorların ucuz olduğu ölkələrdə istehsal olunması ucuz və aşağı məsrəflə yaratmaq mümkündür. Zəhmətin aşağı xərcəli olan dövlətlərə Meksikanı, Tayvanı, Cənubi Koreyanı, Braziliyanı göstərmək mümkündür.
- 2) Məzənnənin dəyişməsi. Məzənnənin aparıcı amili kimi həm məsrəflərə, həm də mənfəətə təsir göstərir. Bir çox məzənnələr 12 ayda iyirmi-qrx faiz dəyişə bilər. Belə yenilənmə müəssisələrin çoxunun mənfəətini qaldırırsa da, bəzilərini kasıblaşdırır.

3) Ölkənin yeritdiyi beynəlxalq ticarət siyasəti. Ölkə özünün daxili iqtisadiyyatını müdafiə etmək üçün gömrük, vergi kimi sektorlarda bəzi yenilənmələrə imza atıb, içəridəki bazarda özünün mallarına sərfəli mühit düzəldir. Ya da, başqa ölkənin məhsullarıyla dövlətin ehtiyaclarını təmin etmək hədəfiylə yüksək əlverişli vəziyyət yaradıb onları stimullaşdırmağa bilər. Digər tərəfdən, nə kimi məhsulların çıxarılmasına yaxud ölkəyə gəlməsinə imkan vermək ölkənin öz qərarıdır. Ölkənin öz iqtisadi qanunları, mülki və bu qanunlar başqa ölkələrlə iqtisadi əlaqələrə mənfi təsir edə bilər.

Bununla da, təkcə bazarda və ya onun hansısa bir hissəsində firmanın rəqabətə davamlılığının qiymətləndirilməsi müəssisənin texnoloji, istehsal, maliyyə və satış potensialının diqqətlə öyrənilməsinə əsaslanmalıdır. Bu isə, marketinq araşdırmalarının tamamlayıcı mərhələsi olmaqla, firmanın potensial imkanlarının aydınlaşdırılmasına, təkcə bazarda və ya onun hansısa hissəsində yarış atmosferinin yüksək səviyyədə qalmasını yarada biləcək işlər qurğusu düzəltməyə və onu reallaşdırmağa yardım eləyəcəkdir.

1.2. Rəqabətin nəzəri əsasları, rəqabət haqqında nəzəriyyələrin tədqiqi

İstər iqtisad elmi olsun, istər başqa bir elm burada “nəzəriyyə”-nin aparıcı hədəfi buradakı bilik bölməsinin obyektinə bağlı işlərin nədən baş verməsini aydınlaşdırmaq, işlər arasındakı “səbəb-nəticə” əlaqələrini tədqiq etməkdir. Rəqabətin konsepsiyalarının da əsas məqsədi ölkələr arasında baş verən yaxınlaşmanın, baş verən rəqabət əlaqələrinin nədən olmasını və sonunu aydınlaşdırmaqdır. Rəqabət sözü nəzəri anlamda çox geniş başa düşmək və işlətmək üçün onun nəzəri əsaslarını və olan nəzəriyyələri öyrənək. Birinci klassik məktəbə nəzər yetirək. Onların yaratdıqları nəzəriyyələri öyrənək.

Adam Smit klassik məktəbin yaradıcısı hesab edilir. O, xalqın rifahi onun qazandığı qızılın həcmindən daha çox, mal və işlər yaratmaq bacarığı ilə bağlıdır. Bu səbəbdən də, aparıcı qiymətli metal yığımından deyil, əmək bölgüsü hesabına istehsal prosesinin inkişaf etdirilməsindən ibarətdir. Belədə iştirakçıların iqtisadi olaraq bütöv müstəqil olduqları, yəni sərbəst rəqabətin yaradıldığı vəziyyətdə çox yaxşı olaraq əlinə keçirir. Smitin fikrincə, ümumi dünya yığını konstant hesab edilmir. Əməyin beynəlxalq bölgüsünə dayanan ölkələrin başqa ölkələrlə ticarəti axırda dünya istehsal həcmi ni yüksəlməsinə səbəb olur.

Yəni, öz aralarında alış-veriş edən iki dövlət əməyin beynəlxalq bölgüsü sonunda çox səviyyədə məhsul yaratmaq və almaq dərəcələri qazanaraq yaşayış standartlarının artımına

nail olurlar. Dolayı yolla, Smit merkantil düşüncə olan ticarət zamanı birinin uduzduğu deyimini məhv edir. Ona görə ki, dövlətlər ticarət edən zaman hər ikisi qazanır.

Bildirim ki, klassiklər dəyər haqqında danışarkən əmək-dəyər konsepsiyasını ortaya qoymuşlar. Konsepsiyanın ana fikri, bir malın qiyməti onun yaradılmasına xərclənən məsrəflərin ölçüsü ilə bilinir. Bu səbəbdən də, yaradılmasına yüksək zəhmət çəkilən məhsulun qiyməti baha, aşağı zəhmət çəkilən məhsulun qiyməti az olur. Belə fikirlərdən o çıxır ki, klassiklər dəyəri yaradan başqa amillərdən xəbər tutmadıqlarını deməsi doğru deyil. Düzü, onlar hesab edir ki, təbii faktorlar

İlahinin bizə lütfüdür, o deməkdir ki, insanlar onları qazanmaq üçün böyük zəhmət çəkmirlər. Demək, təbii faktorlar dəyəri yaradan amillər kimi desək düz demərik. Modern konsepsiyalara baxsaq rəqabətin konseptual əsaslarının müxtəlif meyarlarda göstərildiyini və izah edildiyini görürük. Məsələn, ümumdünya ticarəti monopol rəqabət vəziyyətində aydınlaşdıran konsepsiyanın təkmilləşməsinə təzə dövr amerikalı alim Pol Kruqman öz sözünün demişdir.

Monopol rəqabətin ümumdünya ticarətə verdiyi təsiri aydınlaşdırmaq üçün birinci şirkətlərin kəmiyyəti və onların mallarının dəyəri arasındakı qarşılıqlı münasibətləri aydınlaşdırmaq gərəkdir. Monopol yarışın beynəlxalq ticarətə təhfəsini ölçmək məqsədilə birinci şirkətlərin kəmiyyəti və şirkətlərin mallarının dəyəri arasındakı münasibətləri açmalıyıq. Bunun üçün birinci şirkətlərin kəmiyyəti ilə xüsusi şirkətin orta məsrəfləri arasındakı qarşılıqlı bağlantı tapılmalıdır. Yəni, firma nə qədər çoxdursa, o şirkətlərin istehsal miqyası bir o qədər aşağı və bir məhsula sərf edilən məsrəflər bir o qədər artıq olacaqdır. Şirkətlərin sayı ilə bu şirkətlərin satış qiymətləri arasındakı qarşılıqlı əlaqə; müəssisələr çox olduqca rəqabət güclənir və qiymətlər aşağı düşür. Daha sonra şirkətlərin satış qiymətləri ilə onların kəmiyyəti arasındakı qarşılıqlı əlaqə öyrənilir. Yəni qiymət orta bazar səviyyəsini keçirsə bazarda əlavə şirkətlər yaranır və əksinə, qiymət orta səviyyədən aşağıdırsa təsərrüfat subyektlərinin sayı aşağı düşür. İnhisar rəqabəti modeli üçün birinci iki əlaqə daha vacibdir. İnhisar rəqabəti çərçivəsində ticarət modeli ondan çıxış edir ki, beynəlxalq ticarət satış bazarının həcmi genişləndirir. Dövlətlər qarşılıqlı ticarət edən zaman ümumi bazar bu dövlətlərin bazarlarının toplamından böyük olur və istehsalın növü artır, məhsulun qiyməti isə azalır.

M.Porter ümumdünya ticarət konsepsiyalarının inkişafına öz töhfəsini vermişdir. Belə ki, o 1980-ci illərdə “dövlətlərin rəqabət üstünlüyü” konsepsiyasını işləmişdir. Porter yaratdığı konsepsiyada bir çox məktəbin fikirlərini üst-üstə qoymağı bacarmışdır. Konsepsiyada klassik və yeni klassik, həmçinin yeni texnoloji universitetin nümayəndələrinin fikirləri toplanmışdır. Alim beynəlxalq ticarətin ½ bölməsini özündə saxlayan on ən böyük sənaye dövlətlərinin təcrübəsi üzrə araşdırma apararaq bir nəticəyə gəlib. Bu nəticədən irəli gələrək alim dövlətin

rəqabət bacarığının bir-biriylə qarşılıqlı əməkdaşlıqda və bağlılıqda olan dörd parametr ayırmışdır.

1. Amillərin vəziyyəti. Burada bilinən sektorda uğurla yarışmağa labüd lakonik yaradılış amilləri bildirilir. Klassik göstəricilər konsepsiyasının fikirlərinə etiraz etməyən Porter onu daha da təkmilləşdirdi.
2. Mal və xidmətlərə ehtiyac vəziyyəti. Yəni, sektor yönündən satılan mal və xidmətlərə içəridəki alış-veriş məkanında olan ehtiyacı ehtiva edilir. Ehtiyac firmanın təkmilləşməsini bildirən vacib ünsürdür. Onda içəridəki ehtiyacın şəraiti çöldəki alış-veriş məkanının özündə olan qabiliyyətləri ilə bütöv vəziyyəti böyük ölçüdə dəyişir. Həm də firmanın çöl alış-veriş məkanına girişinə daxil olan daxili səciyyələr də götürülmüşdür. Porterin məsələyə baxışı fərqli firmaların hərəkətinə içəridəki alış-veriş məkanının vacib olduğunu göstərir.
3. Dövlətlərin müəssisələrinin taktikası, müəssisələrin quruluşu və yarışı. Bölmə, dövlətdə şirkətlərin formalaşması və menecmenti bəlli vəziyyəti və içəridəki alış-veriş məkanında yarışı bildirir. Şirkət yönündə müəyyən edilən alış-veriş taktikası və labüd cəldlik yaradan idarəetmə quruluşu ümumdünya ticarətə uğurla girmənin birinci qaydasıdır.
4. Dövlətdə olan ailə və oxşar sektorların səciyyəsi. Buraya dövlətdə dünya bazarında yarış bacarığı olan ailə yaxud oxşar sektorların varlığı yaxud olmaması aiddir. Lazımı vasitələrlə təchizat, transport, maliyyə və finans quruluşları ilə möhkəm bağlılıq yarış nəzərindən vacibdir.

Belə quruluşa o cümlədən planlaşdırılmayan işlər və dövlətin politikası da daxil olur. Belə göstəricilər dövlətin rəqabət qabiliyyətini həm qüvvətləndirə, həm də gücsüzləşdirən parametrlərdir.

Porterin fikrincə, içəridəki bazarda rəqabətin olması vacibdir. Bu, ölkə tərəfindən qorunaraq istehsalın yerli bir şirkətdə toplanmasının rentabelliğini kəskin olaraq qəbul etmir. Belə ölkə firmalarının əksəriyyəti aşağı rentabelliliyi, təbii resurslarda sərfəli olmayan işlətmə və zəif əmək məhsuldarlığı ilə fərqlənir. Şirkətlərin strategiyası, onların quruluşu və rəqabəti ailə və oxşar sferalar, faktorlar

şəraiti, ehtiyac şəraiti, təsadüf dövlət, içəridəki bazarda sərt rəqabət firmaları xarici bazara çıxmağa stimullaşdırır, başqa ölkə bazarlarını tapmağa stimullaşdırır. Əlavə olaraq, içəridəki alış-veriş məkanında rəqabət bacarığı olan malların olduqca yerləşdiyi vəziyyətdə digər ölkə bazarlarının tapılması məsələsi nisbətən asanlıqla həll edilir. Bu baxımdan, Porterin konsepsiyasına əsasən, başqa ölkələrlə ticarət əlaqələrindən yüksək qazanc əldə etmək üçün yerli malların rəqabət bacarığını qaldırmaq lazımdır. Porter məhsul yaradılışı faktorlarının klassik konsepsiyalarının müdafiəçisi olaraq, o, belə faktorları, limitləməkdən əlavə, o cümlədən təzələrini, məhsul yaradılışı mərhələsində yaranan, onları da buraya aid edir.

Müəssisənin təkmilləşməsi üçün vacib ünsür kimi ikinci lazımi meyar ehtiyacdır. Yəni, digər ölkədəki mövcud vəziyyətlə qarşılıqlı təsirdə daxili tələbin vəziyyəti firmanın vəziyyətinə böyük təsir edir. Orada şirkətin başqa dövlətə getməsinə təsir edən lokal səciyyələrdə qeyd etmək vacibdir. M. Porterin yanaşmasında ayrıca şirkətin fəaliyyəti üçün daxili bazarın ehtiyacı həlledici qiymətləndirilir.

Üçüncü komponent - istehsalın, xidmət göstərən və ona yaxın görülən sektorların şəraiti və təkmilləşmə dərəcəsi, bəlli avadanlıqlarla təchiz olunması, maliyyə, kommersiya strukturları və malğöndərənlərlə sıx bağlılıqların olması.

Dördüncü komponent – rəqabət vəziyyəti və firmanın strategiyası. Müəssisə müəyyən etdiyi taktika və ona uyğun davranışları təşkilati struktura beynəlxalq ticarətə müvəffəqiyyətlə qoşulmağın mühüm göstəricisidir. Böyük motivasiya içəridəki alış-veriş məkanında lazımi səviyyədə rəqabətin olmasıdır. Dövlətin yardımını ilə süni hökmranlıq düzgün qərar olmayıb, vəsaitlərdən səmərəsiz və talançı istifadə edilməsidir.

Fərqli dövlətlərdə belə faktorların fərqli kombinasiyası ola bilər. Porter belə vəziyyətə xas dövlətlərin həyat dövrlərinin dörd mərhələsini müəyyənləşdirib:

- 1) Məhsul yaradılışı mərhələsi. Bu mərhələdə mövcud dövlətlər xüsusən sahib olduqları məhsul yaradılışı faktorlarından – aşağı zəhmət gücü, daha səmərəli əkin-biçin bölmələri və b. işlətdiklərinə görə rəqabət edirlər.

- 2) Yatırım mərhələsi. İqtisadiyyatın rəqabət bacarığı ölkənin və yerli şirkətlərin yatırım hərəkətliyinə bağlıdır ki, belə situasiyada yerli istehsalçıların xarici texnologiyalara adaptasiyası və onları inkişaf etdirmək bacarığı son nəticə kimi hesab edilir. İnvestisiyaların həcmnin artması yeni, qabaqcıl amillərin yaradılmasına və modern quruluşun təkmilləşməsinə səbəb olur.
- 3) Təzələnmə mərhələsi. Bu zaman böyük sektorlar əsasında, özləriylə qarşılıqlı təsir göstərən 4 faktor vardır. Həmin faktorlardan doğan rəqabət üstünlüyü formalaşmışdır. Yerli firmaların uğurla rəqabətdə olduğu sektorların cəmi böyük həcmdə yüksələrək dərinləşmişdir.
- 4) Sərvət mərhələsi. İstehsalın səviyyəsinin aşağı düşməsi. İqtisadiyyatın fəaliyyət etdirən gücü qazanmış zənginliyə işləyir. Dövlət və onun firmaları ümumdünya rəqabətdə öz yerlərini yavaş-yavaş itirərək, bütöv qüvvəsini öz yerlərini qorumağa istiqamətləndirir. Lakin aktiv yatırımlardan dövlət orqanlarının arxasında durduğu konservasiya taktikası işlədirlər.

Belə bölüşdürülməyə əsaslanan Porter dövlətlərə onların iqtisadi siyasətlərinə uyğun aşağıdakı tədbirləri məsləhət görür:

- 1) Məhsul yaradılışı mərhələsində mövcud dövlət iqtisadiyyatlarına xas:
 - Politik və makroiqtisadi davamlılığının yaradılması və saxlanılması, qanunun aliliyinə nail olunması;
 - Fiziki quruluşun və məcmu savadlılığın yuxarı dərəcəyə qaldırılması;
 - bazarların açıqlığı;
 - dünya səviyyəli texnologiyanın assimilyasiya edilməsi üçün şəraitin yaradılması.
- 2) Yatırım mərhələsindəki dövlət iqtisadiyyatına xas:
 - Bilik sahəsində araşdırma və fiziki quruluş qüvvələrinin inkişafına investitsiyaların qoyulması;
 - xarici texnologiyaları qabaqlayan və dəyərlilərin yaradılması sisteminin bütün mərhələləri əsasında məhsul yaradılış qüvvələrinin böyüdülməsinə imkanların yaradılması.

3) Yeniləşmə mərhələsində mövcud dövlət iqtisadiyyatına xas:

- Dünya səviyyəsində araşdırma ehtiyatlarının formalaşdırılması;
- Yerli firmalara az tapılan taktikanın və dünya üzrə təzə texnikaların formalaşdırılması üçün imkanların verilməsi.

Porterin konseptual baxışları xarici ticarətdə ölkənin mallarının rəqabət bacarığını qaldırmaq istəyiylə 20-ci əsrin son on illərində Avstraliya, Yeni Zenlandiya və Amerikada hazırlanan dövlət səviyyəli məsləhətlərin əsasını təşkil edirdi. Bir sıra iqtisadçılar M. Porterin nəzəri baxışlarının təkmilləşdirməyə tələb vardır kimi görsənirdi və deyirdilər ki, belə konseptual baxışlar dövlətin rəqabət bacarığının təkmilləşdirilməsi yönündə inkişaf etdirilməlidir.

Dövlətin ümumdünya rəqabət bacarığının artırılması nəzəriyyəçiiqtisadçılardan başqa bir sıra ölkələrin hakimiyyət orqanları ilə yanaşı beynəlxalq təşkilatları da maraqlandırır. Misal üçün 1980-1990-cı illərdə Amerikada rəqabət bacarığı üzrə Şura, Avropa komisiyasında rəqabət bacarığı əsasında Məsləhət toplumu yaradıldı. Bir firmanın rəqabətçi üstünlüyünün olması belə şirkətə ən çətin alış-veriş məkanında da qazanc verəcək. Rəqabət üstünlüyü yox olan şirkət də imkanların artıq olduğu məkanlarda da gücsüz olacaqdır.

Porter rəqabətçi üstünlüyü əldə etmək üçün və böyük zamanda bunu əldə saxlamağa icazə verən bir yer tutmaq və digər iştirakçılardan qabaqda olmağa görə 3 strategiya işləyib hazırlayıb.

1. Maya dəyərinə liderlik strategiyası
2. Müxtəlifləşdirmə Strategiyası
3. Fokuslanma Strategiyası

Bu üç strategiya iki yöndə ələ alınmışdır: Stratejik sahə və stratejik qüvvət. Stratejik sahə tələb yönüdür və hədəf bazarın böyüklüyünü və kompozisiyasını nəzərə alır. Stratejik qüvvət ehtiyacı təmin etməyə yönəlik yanaşmadır və firmanın qüvvətli tərəfini nəzərə alır. Stratejik sahə baxımından ələ alınan fərqliləşdirmə strategiyası, alıcını mərkəzə yerləşdirərək onların ehtiyaclarına görə malların istehsalını nəzərdə tutur.

Strategiya gücündə şirkətin ucuz maya qiyməti dəyərli yer tuta bilməkləməyə qiyməti lider taktika işlətməklə olur. Üçüncü fokuslanma taktikası belə birinci iki ədəd taktikanın müəyyən edilmiş sıx məqsədə işlədilməsidir. Maya qiyməti liderliyi taktikasının işlədilməsi şirkətin olan məsrəflərinin ortada olan digər tərəfin olan məsrəflərindən aşağı mövcudluğuyla bağlıdır.

Müxtəlifləşdirmə taktikasının işlədilməsi alıcılar onlara satılan mal və işlərin daha yuxarı olmasını fikirləşərsə və digər tərəfin satdığı mal və işlər daha yuxarı dəyər verməklə realizə edirdilər.

Maya qiymətində liderlik taktikası. Maya qiymətində liderlik, səmərəli səviyyədə fəaliyyət göstərən şirkətlərin qurulmasını, qazanılmış praktikalarla qüvvətli maya qiyməti və ümumi məsrəflərə sıx nəzarəti, kiçik müştəri hesablarından uzaq durulmasını və araşdırma-təkmilləşdirmə, servis, satış qüvvəti, reklam çarxları və başqa bölmələrdə çəkilən məsrəflərin ən aşağıya salınması lazımlı edir. Bu strategiyayı tətbiq edən şirkətlər məhsulları iri həcmdə yaradaraq məhsul buraxırlar daha aşağı həcmdə məhsul buraxan müəssisələrə qarşı daha aşağı qiymətlər təklif edə bilirlər.

Aşağı maya dəyəri ilə çalışmaq üçün firmaların bir neçə üstünlüyə sahib olması lazımdır. Bunlar:

- Xammalları problemsiz qazanmaq imkanı;
- Məsrəfləri yaymağa görə böyük bir mal növünə maliklik;
- Miqdar böyüklüyündən istifadə etmək üçün əsas məqsəd bazar və alıcı toplumuna maliklik.

Şirkət maya qiymətində öndə olmağa görə bütün sferada gözəl görünmək iqtidarında deyildir. Lakin belə şirkət ən aşağı maya dəyərində sahib olmalıdır və sükanı belə saxlamalıdır. Belə taktikanı çox vaxt iri şirkətlər istifadə edirlər. Lakin müasir dövrdə insana xas tələblər istehsalı kütlə halında yox, tək ehtiyacları ödəyəcək formada realizə etməsini bildirir. Maya qiymətində öncüllüyü tutan müəssisələr elastic hərəkətlərdə xüsusən səmərəli hesab edilmirlər. Əsasən də tələblərdəki intensive yenilənmələr və texniki təkamül belə firmaların həm maya

qiyməti, həm də alıcıya lazımi xidməti təklif etmə baxımından çətinliyə salacaqdır.

Müxtəlifləşdirmə taktikası. Alıcılara informasiyaların verilməsi, tələblərdəki səmərə predmetində müxtəlifləşmələr yaxud mallardan istənilən səmərənin müxtəlif görünüşdə olması şirkətləri rəqabətə girməyə həmişə təzəliyə və müxtəlifliyə istinadlanmağa istiqamətləndirir. Bölmələrdə şirkət kəmiyyəti həmişə yüksəlir. Bundan sonra malın özü və dəyəriylə rəqabətə girmək qəlizləşməkdədir və elə zamanlarda da vacibliyini qorumaqda çətinlik çəkir.

Şirkətlər onları başqalarından ayıran sütunlar – müxtəlif və çoxlu olaraq xüsusiyyətlər və cəhətlər üstündə fokuslanmaq iqtidarındadırlar. Xüsusiyyət, görünüş, güncəlləşmə, alıcılarla iş, texnika, alış-veriş məkanına sürətli giriş yaxud cavab vermə (həmçinin ehtiyacları əvvəlcədən təyin etmə), çatdırılma, artıq xidmətlər, stil (brend görünüşü), fərdilik, göstəriş, sosial mesaj, təhlükənin olmaması xüsusiyyətlərin biri yaxud çoxu ilə müxtəlifləşmə yarana bilər. Əlavə olaraq aparıcı malla eyni vaxtda tamamlayıcı mallar satmaq və yeridilən fərqli kampaniyaları ilə müxtəlifləşmək olar. Şirkətlər olan bu sütunlar ilə müxtəlifliklərini meydana çıxarırlar. Müxtəlifləşməylə şirkət başqa şirkətlərdə yox olan fərqli bir tipə xas olurlar. Beləcə alıcının şirkətə bağlılığını və sədaqətini artırır. Alternativin olmaması müştəri itkisinin qarşısını alır.

Təzə müəssisələr də alıcı cəlb etməkdə problemlə qarşılaşacaqları səbəbindən daxil olma problemi yaradılmış olur. Fərqliləşdirmə strategiyasının təməli rəqiblərdən fərqli məhsulları alıcılara səmərə verəcək formada satmaq olduğundan, belə taktikanı yaradan müəssisə alıcılarla bir yerdə rəqib tərəfləri də nəzarət altında saxlamalıdır.

Şirkətin malını rəqiblər olmadan və oxşar olmadan görsəndiyinə görə, alıcılar malın dəyərinə fərq qoymayacaq, yəni ehtiyacın dəyər elastikliyi aşağı düşəcək və alıcıların brend sadıqlıyı yüksələcək. Müxtəlifləşmə strategiyası aşağıdakı imkanlara təsir göstərir:

1. Mal müxtəlifliyi
2. Dəyər müxtəlifliyi

3. Tutundurmaq müxtəlifliyi
4. Bölüşdürmə müxtəlifliyi
5. Brend müxtəlifliyi
6. İşlərin müxtəlifliyi

Müxtəlifləşmə aşağıda yazılan göstəricilərin müvəffəqiyyətlə realizə edilməsiylə bağlı olan gözəl sonla bitər:

- Alıcı səmərəsi – müxtəlifliyin alıcılar tərəfindən, almağın sonluğunu gözəlləşdirən qiymət kimi nəzərə alınmalıdır.
- Oxşar olmamaq – alıcılar satılan malın digər iştirakçıların satdığından müxtəlifliyini başa düşməlidirlər.
- Gəlirlilik – Şirkət, malı gəlirə çevirəcək dəyərə, maya qiymətində və həcmdə məhsul yaratmaq imkanındır.
- Davamlılıq – Müxtəliflik digər iştirakçılarla oxşar edə bilmədiyi və davamlı təkmilləşdiriməlidir.

Fərqliləşdirmə strategiyası daha çox şirkətə görə müxtəlifləşmənin nəticələndiyi böyük məsrəflərə səbəb olur.

Fokuslanmastrategiyası . Fokuslanma strategiyası firmanın spesifik bir alıcı toplumu, mal toplumu yaxud geoloji alış-veriş məkanı üstündə sıxlaşaraq strategiyalarını belə məqsədlər yönündə aparmasıdır. Qalan iki taktikanın işlənmə bölməsi bütün sferaları tutduğu zamanda, fikri cəmləmə strategiyası müəyyən bir hədəfə çox yaxşı bir şəkildə xidmət etməyə əsaslanır. Hədəf, müəyyən edilən məqsədə alış-veriş məkanında çox da ixtisaslaşmaya gedərək belə bölmədə öndə olmaq yaxud bildiyi sahədə alış-veriş məkanında işləməkdir.

Fokuslanmastrategiyasının yaratdığı xüsusiyyətlər üç yerə bölünür:

1. Müəssisə elə bölmədə tək istehlakçıları çox rahat aydınlaşdırmaqdır, bunlarla tanışa bilir, fokus qruplar çalışdırmaq imkanı və həmin məkana əməlli düz gələn və sərfəli qiymətə mal satışı düzəltmək imkanı.
2. Yaxşı seçilmiş müəyyən hissə firma, çox aşağı sayda tərəflə qarşılaşır və rəqiblərini yaxşı tanıyır.

3. Müəssisənin bu hissəsinin bilinən alıcısı olmaq və çox iri bazar payını və mənfəət qazanmaq şansı çox böyükdür.

Belə taktika düzü maya qiymətində öncüllük strategiyasının və ya fərqliləşdirmə strategiyasının çox sıx hissə üstündə işlənməsidir. Fikri cəmləmə taktikası işlədən şirkət çox balaca alış-veriş məkanına fokuslanacaqdır və beləliklə bunun üçün bütün alış-veriş məkanı şirkətin iş sektoruna daxil olmayacaqdır. Beləcə şirkətin məkanda olan imkanları bilə və qiymətləndirməməsiylə sonlanacaqdır.

M.Porter üçün sahədə rəqabəti aydınlaşdıran beş amil yaxud qüvvə mövcuddur, aiddir:

- sahəyə təzə gələcək şirkətlər
- sahədəki olan iştirakçılar
- dəyişəcək məhsullar
- istehlakçılar
- Mal daşıyanlar.

Rəqabətin yüksək zirvəsi, daxil olmağın azad olduğu, var olan firmaların tədarükçülər və müştərilər qarşısında bazarlıq gücünə sahib olmadıqları, sayısız şirkət və malın özüylə eyni olması səbəbindən rəqabətin geniş yayıldığı “mükəmməl rəqabət şəraiti” kimi bilinən sahədir.

Belə güclərin qarışımı sahənin necə də çəkici olmasını və belə sahədə hansı strategiyaların işlədilməsi lazım olduğunu aydınlaşdıracaqdır. Deyək ki, sahədə yarış zirvədəki yerə gəlibsə belə sahədə qazanc götürmək də problemli olacaq. Alıcı cəlb etmək məqsədilə şirkətlər arası qarşılıqlı gedişlər baş verəcəyi kimi, bir çox şirkətlərin də sahədən çıxması məşhurlaşacaqdır. Belə şəraitdə şirkətlərə yaxşı çıxış variantı ola bilsin ki, təmin edilməyən tələblərin var olduğu bazar bölmələrinə istiqamətlənmək və özünə yaxın alıcı toplumu yığmaq olacaqdır. Bu sektora yönəlmək isə firmaları müxtəlif olmağa görə işlər görməyə vadar edəcəkdir. Ona görə ki, yaxın alıcı toplumu sahiblik, firmanın əvəzedilməz xüsusiyyətlərə sahib olmasıyla ortaya çıxması mümkündür.

Sahədə rəqabətin böyük ölçüdə olmasını aydınlaşdıran qüvvələrə qısa göz gəzdirək. Təzə daxil olacaq firmaların yaratdığı problem, yəni yarışda rol oynama səviyyəsi, onun qarşılaşacağı giriş əngəllərindən asılıdır. Çoxlu əngəllərlə qarşılaşan şirkət sahəyə daxil olmaqda problem yaşayacaq. Sahəyə daxil olmaq asan olsaydı, yəni giriş əngəlləri yeni firmaları məhdudlaşdıracaq səviyyədə qüvvəyli deyilsə, o zaman, sahədə rəqabətin gücü də artmış olacaqdır. Ona görə ki, təzə şirkətlər olan bazar imkanlarından özlərinə mənfəət götürəcəklər.

Bazardakı tərəflər arasındakı yarış, şirkətin başqa şirkətlərə qarşı güc göstərməsi yaxud yerini möhkəmlətməyə görə qiymət yarışı, reklam mübarizəsi, bazarda təzə malın tanınması, böyüdülmüş alıcı işləri kimi strategiyalar rəqabətə girmələri formasında meydana gəlir.

Lakin şirkətlərin özləriylə daim rəqabət və gedişlərdə olmağı olan şirkətlər pis təsir göstərir.

İkamə mal, digər sahələrdə yaradılan məhsul, şirkətlərin mal və işlərinin bir-birinin və saxtası olmayan, yalnız əvəzedicisi kimi mal və işlərdir. Şirkətlər həmişə öz sektorundakı firmalarla deyil, həmçinin firmanın malın qiymətinin əvəzinə ola biləcək yaxud şirkətin malının başqa bir mala görə seçilməməsiylə sonuclanan əvəzləşdirici mallara qarşı yarışa girmək ehtiyacı hiss edirlər. Orada deyilən rəqabət ikamə rəqabəti olacaqdır. Sektorda ən təsirli faktorun alıcı olması firmaların belə qüvvəyə spesifik nəzarəti lazımlı edəcək. Alıcıların ən təsirli güc olması isə sektordakı rəqabətin alıcı uğrunda olmasından qaynaqlanır. Alıcılar güclü olduğu təqdirdə firmaları fədakarlıqlara məcbur edərək daha yaxşı məhsul və xidməti aşağı qiymətdən almaq üçün bazarlıq yaradacaq və tərəfləri özlərinə qataraq rəqabəti qızıdıracaq. Mal daşıyanlar, dəyəri artırma və ya xidmətlərin keyfiyyətini aşağı salma hədəsiylə bazarlıq güclərini göstərə bilirlər. Tədarükçülər, sayları az olduğunda, alıcıların başqa mal daşıyanlara keçmək məsrəfləri artıq olarsa, düz daxil olma şərtlərinin olması halında qüvvətlidir.

Şirkət belə qüvvələrlə mübarizə aparmaq və özünə gözəl yarış ərazisi yaratmaq məqsədində olacaqdır. Lakin qeyd olunmalıdır ki, yarışın böyüdüyünü ortaya çıxaranbeş qüvvətin olmağı da şirkət aparıcı nəzarəti alıcılara ayırmalıdır.

Çünkü firmalar alıcı çəkmək yaxud müdafiəsi üçün mübarizə aparır. Müştərilər qarşısında müvəffəqiyyətli olan şirkət başqa qüvvələr qarşısında da effektiv olacaqdır. Əksinə, misal üçün, hərəkətinin iri bir hissəsini tərəflərin neytrallaşdırmağa cəlb olunan şirkət axırda itki ilə yaşayacaqdır. İdmanın aikido növünün bazar cəlb edilməsi mövzusunı qoruyan R.Pinonun sözü olaraq hücumçu və saxta atmosferdə olan bütün şirkətlər itki ilə yaşayacaqlar.

1.3. Rəqabət strategiyası, rəqabət mühitinə təsir edən amillər sisteminin təhlili

Rəqabət strategiyası, rəqabət atmosferinə təsir göstərən amillər quruluşunun tədqiqi hökumətin reallaşdırdığı iqtisadi xüsusiyyətlərin önündə iqtisadi hərəkətin hüquqi xassələrini aydınlaşdırmaqdır. Belə olanda da, tədqiqat birincisi ölkəmizdə rəqabət şəraitinin hüquqi əsasları gözdən keçirilir. Bunun daxilində, rəqabət atmosferinin birbaşa nəzarətdə saxlamasını reallaşdıran "Antiinhisar fəaliyyəti haqqında" qanun, "Haqsız rəqabət haqqında" qanun və "Təbii inhisarlar haqqında" qanunla yanaşı, deputatların qabağına qoyulmuş "rəqabət qanunu" proyeksi də tədqiqi olunmuşdur. Qanunların təhlili zamanı almanlar, türklər, rus və ukraynalılar öz qanun praktikasından istifadə edirlər, rəqabət nəzarəti hüquqi əsaslarında əsas məqamların müqayisəli təhlili aparılmış və bir sıra maraqlı ünsürlər göstərilmişdir.

Sizin mükəmməl qanunlarınız və böyük potensiala malik bazarınız ola bilər. Əgər bu qanunları işlətmək metodlarına sahib deyilsənsə, həmin vaxt istənilən bir ölkə nəzarətindən danışa bilmərik. Ona görə də, tədqiqatın başqa parametrində ölkəmizdə rəqabətin hökumət nəzarətinin bürokratik bazasını araşdırmışıq. Bu fəsilə araşdırmamızın əsas bölməsində rəqabət nəzarətinin birbaşa reallaşdıran təşkilat kimi Antiinhisar Dövlət Xidmətinin hərəkətləri qanun və təcrübə yönünə baxılmışdır. Bölmədə, həmin vaxtda, ümumdünya praktikaya istinad edilmişdir. Qərbi və şərq avropa dövlətlərinin rəqabət nəzarətinin hökumət orqanları nisbət formasında göstərilmişdir. Əlavə olaraq, Antiinhisar Dövlət Xidmətinin təcrübə hərəkətinə diqqət edilmiş, işin reallaşdırılması tədqiqatda araşdırılmışdır. Bu bölmədə, o cümlədən, rəqabət şəraitinin dəyər nəzarətində vacib yer tutan Tarif Şurasının da mövqeyinə baxılmış, hərəkət metodları verilmişdir. Tədqiqat daxilində hədəf rəqabət şəraitinin qiymətləndirilməsini reallaşdırmaqdırsa da, bütöv bazarın araşdırmasını gerçəkləşdirmək əlbəttə ki, olan iş deyil. Birincisi, bazar yekcins deyildir və çoxlu müxtəlif cəhətlərə sahib mal və iş bazarıyla tamamlanır. İkincisi, istənilən bazarın tədqiqinə artıq kəmiyyətdə fərqli ehtiyatlara ehtiyac olur ki, belə vaxt və rentabellik üzrə araşdırma səmərəli olmur. Ona görə

də, ölkəmizdə rəqabət bazarının araşdırılması çoxlu misallar üstündə formalaşmışdır.

Ölkəmizin bazarında rəqabət mühitinə ilkin baxış sığorta bazarından başlanmışdır. Sığorta bazarının öz müəyyənləşdirdiyi də göydən düşməmişdir. Yəni, alış-veriş məkanı haqqında müvafiq hesablama-analizlərin aparılması üçün yetərli güvənəli informasiyanın olması, bazarın inkişafının görülmə bilmə imkanı kimi faktorlar, birincisi, elə haqqında müvafiq hesablama-analizlərin aparılması üçün yetərli güvənəli informasiyanın olması, bazarın inkişafının götürməyimizi ehtiva etdi. Beləliklə, formal informasiyalar və bazarın məcmu rəqabət tədqiqinin bütöv görünüşünü formalaşdırdığını düşünmək absurd olardı. Bazarın araşdırılmasının tamlığını təchizləndirmək istəyiylə sığorta bazarında aktivlik edən mütəxəssislərin rolu böyük olmuşdur. Bu da, bizə bazarın ilk baxışda görünməyən tərəflərini üzə çıxarmağa və yarış atmosferinin tədqiqini realda çox uyğun formada reallaşdırmağa şərait yaradır. Sonda, məcmu faktorlarla bazarın bütöv rəqabət atmosferinin analizi reallaşdırılmış, bazarda monopoliya, qeyri-iqtisadi dəstək, haqsız yarış kimi faktorların mövqeyi ortaya çıxmışdır. Həmçinin, ölkəmizdə rəqabət atmosferinin say amillərinin hesablanması zamanı mobil rabitə bazarı nümunəsinə baxılmış, bazar iştirakçıları, onların bazar payı və ümumi bazarın mərkəzləşmə dərəcəsi aydınlaşdırılmışdır. Bazaar tədqiqinin sonunda isə, ölkəmizin bazarında rəqabət atmosferinin vacib üzünə aid amil kimi çıxış edən qeyri-iqtisadi dəstək anlayışının nəzəri-təcrübə daxilində dərinləşdirilmişdir.

Yəni, iqtisadiyyata aid olmayan köməkli firma, iqtisadiyyata aid olmayan ərazi, həmin ərazinin əmsalı bazarın qeyri-iqtisadi potensiallı zonası, qeyri-iqtisadi heç kimə aid olmayan ərazi, iqtisadiyyata aid olamayan təhlükəsiz alış-veriş məkanı, iqtisadiyyata aid olmayan rəqabətli alış-veriş məkanı, iqtisadiyyata aid olmayan monopol bazar kimi rəqabət atmosferini aydınlaşdıran anlayışlar açıqlanmış, müəssisələrə bundan sonrakı bazaar qiymətləndirmələrində işlədilən vasitələr göstərilmişdir. Məcmu bazaar tədqiqatından sonra, ölkəmizin bazarında

davamlı şəkildə görünən haqsız rəqabət halları, onların səbəbləri, şirkətlərin davranış kodeksi misallarla verilmişdir.

Müəssisələr vaxtaşırı qarşılaşdığı problemlər malın oxşadılması, saxta mal, kommersiya sirlərinin açılması, hökumət idarələriylə rəqabət bölməsində davamlı baş verən çətinliklər araşdırma olaraq göstərilib. Verilən misallarda ortaya çıxan çətinliklərin nədən yaranması və onların həll edilməsi üsullarının açıq formada nümayişi hədəfiylə verilən firmaların mütəxəssislərin düşüncələrindən istifadə olunmuşdur.

Tədqiqat daxilində rəqabət şəraitinin say ölçüsünün amili kimi, bazar payları ilə yanaşı, aparıcı ölçmə cihazı kimi Herfindal-Hirşman göstəricisi işlənir. Lakin aparılmış hesablamaların bazar haqqında olan rəsmi məlumatlara əsaslandığını, eləcə də, rəqabət şəraitində mövcud çətinliklərin gizlin istiqamətlərini göz önündə tutaraq araşdırmada uyğun bölmənin mütəxəssis yardımına müraciət olunub. Yəni, bazarla bağlı uyğun rəqabət şəraiti hesablamalarının aparılması üçün lazım olan ilkin informasiyaların qazanılması artıq kəmiyyətdə bazar bölmələriylə mümkün deyildir.

Buna görə də, araşdırmada Azərbaycanda yalnız iki bazarın məzmu ölçmə analizi göstərilmişdir. Əlavə olaraq, firmaların daxilində onların məlumat qazanması zamanı ciddi problemlər yaşanmışdır. Belə ki, şirkətlər, xüsusilə bazarın rəqabət analizinin reallaşdırılmasına ən balaca məlumatın da ötürülməsi fikrindən daşınır və firmanın adının hallanmamağını təkidlə bildirirdilər. Bu da araşdırmanın müəyyən mərhələsində yetərli miqdarda informasiyanın olmaması səbəbindən müvafiq təhlillərin dayandırılması ilə nəticələnmişdir. Tədqiqatın başqa bir problemi də vaxt daxilində mövcuddur. Yəni, tədqiqatın konseptual və təcrübə baxımından bütöv istifadə edilməsi böyük məlumat ehtiyatlarının hazırlanmasına ehtiyac vardır. Belə məlumat ehtiyatlarının qazanması isə adətən planlaşdırıldığından artıq vaxt aparır. Dünyanın əksər ölkələrində, o cümlədən respublikamızda sənaye iqtisadiyyatın aparıcı yollarındandır. Ölkəmizin sənayesi dolğun adətlərə sahibdir. Dünyada birinci olaraq 1848-ci ildə Bakıda sənaye üsulu ilə neft çıxarılıb. Beləcə, ölkəmizdə

sənayeləşmə başlanğıcı hesab olunur. Dünyada ilk neftayırma müəssisələri və neft daşıma qabları ölkəmizdə işlənilib. Ölkəmiz 1900-cü ildə neft çıxarılmasına görə dünyada ilk sıranı tutub. İkinci Dünya müharibəsində ölkəmiz sovetlərin neft və neft emalı məhsullarının böyük hissəsini təmin edib. Keçən əsrin 70-80-ci illərində ulu öndər Əliyev Heydər Əlirza oğlu ölkəmizin iqtisadiyyatını təkmilləşdirmişdir. Bu dövrdə sənayenin inkişafına irihəcmli vəsaitlər yönəldilib, bir çox böyük sənaye şirkətləri formalaşib, istehsalın şaxələndirilməsi intensivləşdirilib. Məişət kondisionerlərinin hamısı, nasosların hamısı, qalan neft mədən avadanlığının 70 faizi, şərab məhsullarının yarısı, elektrik motorlarının 13 faizi, elektrik-qaynaq avadanlığının 9 faizi, soyuducuların az hissəsi ölkəmizdə yaradılıb. Mustəqilliyin əvvəllərində Azərbaycanda olan böhran, Azərbaycan ərazilərinin Ermənistan tərəfindən işğalı iqtisadiyyatın digər sahələrində olduğu formada, istehsalda belə böhran olub. İstehsalın həcmi və çeşidi azaldı. Sənayenin yenidən canlanması ulu öndərin dövlətə gəlişindən sonra qəbul edilən “Əsrin müqaviləsi” ilə başladı. Heydər Əliyevin öndərliyi ilə reallaşdırılan antiböhran işləri qısa vaxt həcmində siyasi iqtisadi davamlılığın formalaşması və 1997-ci ildən etibarən sənaye istehsalının artması ilə sonuçlandı. Sənaye şirkətlərinin xüsusiləşməsi reallaşdırıldı, bazar iqtisadiyyatı institutları yaradıldı, Bakı-Tbilisi-Ceyhan, TRASECA layihələrinin əsası verildi. Ölkəmiz bu illər ərzində qaz və elektrik idxalçısından ixracatçısına çevrildi, Avropanın enerji təhlükəsizliyinin təmin olunmasında etibarlı tərəfdaş oldu, elektrik stansiyalarının enerji qüvvələrinin yarısından çox artırıldı, Bakı-Tbilisi-Ceyhan, Bakı-Tbilisi-Ərzurum layihələri reallaşdırıldı, qədim məhsul yaradılış aktivlərinin dərinləşdirilməsi, təzə məhsul yaradılış bölmələri yaradıldı, əsas qida məhsulları və inşaat materialları ilə özünütəminat səviyyəsi yüksəldildi.

Sonda məhsul yaradılışının ÜDM-də böyük payı 2005-dən on il ərzində 10 faiz artmışdır. Məcmu olaraq, bu illərdə sənaye yaradılışı 3 dəfəyə yaxın, inşaat materiallarının istehsalı 2,5 dəfə, elektrik avadanlıqlarının istehsalı 2,1 dəfə, metal sənayesi 2,2 dəfə, paltar istehsalı 2,5 dəfə artıb. Azərbaycanda yaradılmış səmərəli iş və yatırım şəraiti, varlı təbii resurslar, enerji və transport quruluşu, böyük

ixtisaslı kadrlar, beynəlxalq bazarlara çıxış imkanları, hökumət imkanları və başqa modern dövlət sənayesinin intensiv təkmilləşməsinə tam əsas yaradır. Sənayenin müasir texnologiyalar ilə təmin edilməsi və quruluşunun inkişaf etdirilməsi, neftə aid olmayan sənayenin şaxələndirilməsi və iqtisadiyyatda xüsusi çəkisinin, eləcə də ixrac potensialının artırılması, enerjidən faydalı yararlanın, böyük artıq səmərə götürən rəqabət bacarığı sənaye istehsalının, elmtutumlu və innovativ istehsalın genişləndirilməsi, bilik iqtisadiyyatının yaradılması, yeni istehsal sahələri üçün ixtisaslı kadrların hazırlanması Azərbaycan sənayesinin başlıca inkişaf istiqamətləridir. Hazırda ölkə iqtisadiyyatında qazanılmış makro iqtisadiyyat davamlılığı, hərəkətli iqtisadi artım, yoxsulluğun azaldılması və əhalinin sosial rifahının yüksəldilməsi sahəsində qazanılan uğurlar Azərbaycan Respublikasının başçısı İlham Əliyevin başçılığı altında həyata keçirilən sistemli və ardıcıl fəaliyyətin nəticəsidir.

Dövlətimizin başçısı üç il öncəni “Sənaye ili” adlandırmışdır. Bu, Azərbaycanın təkmilləşən dövlətlər mərtəbəsinə qalxmasında aparılan məqsədyönlü fəaliyyətin məntiqi davamıdır. Xatırladım ki, dövlətimizin başçısı 2014-cü ildə sənaye sahəsində xeyli işlər görmüşdür. Bununla bağlı işlər planı hazırlanmışdır. Burada əsas məqsəd digər ölkələrdən asılılığını minimuma endirmək, habelə idxalı azaltmaq, istehsal etdiyimiz məhsulların rəqabətə davamlılığını artırmaq və ixracatı artırmaqdan ibarətdir. Həmçinin, mal və yarımfabrikat ixracatı mümkün qədər azaldılmalı, hazır məhsul istehsalına qazanc gətirməlidir. Bəllidir ki, bəzən aşağı səviyyəli sənaye kimi dövlətlər mal ixracatına yönəlirlər. Ölkəmizin başçısı bu il əsas vəzifələri deyərəkən: “Həmin zamanlarda sonrakı təkmilləşmə tempini aydınlaşdıran sənaye bölməsinə artıq iri nəzarət ediləcəkdir. Texnika parkları, təzə sənaye şirkətləri, ixraca istiqamətlənən sənaye mallarının istehsalı, mal yaratma şirkətlərinin, iri sənaye obyektlərinin yaranması – olan bu tədbirlər dövlətimizin sonrakı təkmilləşməsinə yaradacaq, neft və qaz amilindən bağlılığı çox aşağı salacaq və dövlət iqtisadiyyatını davamlı olaraq təkmilləşməsinə aydınlaşdıracaqdır.”

Sənayeyə doğru gedən tempi ilə təkmilləşmə üçün İqtisadiyyat Nazirliyi yönündə düzəldilən uyğun işlər əsasında aparıcı mövzular özünü göstərüb. Bunlar isə hazırkı mərhələdə müasir çağırışlar və yeni təşəbbüslər nəzərə alınmaqla sənaye müasirləşməsi, neftlə aid olmayan sənayenin çoxaldılması, olan təbii və finans ehtiyatların təsərrüfat çevrəsinə çəkilməsi, keçmiş sənaye sektorlarıyla yanaşı, təzə aparıcı məhsul yaratma sektorlarının, sənaye parklarının yaradılması və regionlarda sənaye potensialının gücləndirilməsindən ibarətdir. Yuxarıda sadalananlarla bağlı elə bir nüans var ki, onu da deməliyik. İndiki dövrdə sənayenin reallaşması məqsədilə bir sıra vacib işlər baş tutur. Bunlara misal olaraq, sənaye parklarının yaradılması və regionlarda sənaye potensialının gücləndirilməsidir. Xatırladaq ki, ölkə başçısı İ.Əliyev Sumqayıt şəhərində olub, burada sənaye potensialının möhkəmləndirilməsinin, yeni iş yerlərinin açılmasının vacibliyi ilə bağlı düşüncələrini paylaşmışdır. Başçımız Sumqayıtın modern sənaye məkanına dönməsinə görə mövcud planların olduğunu bildirib ki, “Biz Sumqayıtın inkişafına çox böyük diqqət göstəririk. Sumqayıtı modern sənaye obyektinə döndərmək üçün mövcud işlər görəcəyik. Əslində, Sumqayıt sənaye şəhəri kimi formalaşmışdır, yaradılmışdır.

İndi isə Sumqayıt modern sənaye bölgəsi olaraq təkmilləşir. Beləcə yaradılan və inşa edilməkdə olan, inşa edilən sənaye şirkətləri ölkəmizdə sənayeləşmə proqramının icrası üçün çox vacib rol oynayacaqdır. Artıq bu proqramın icrasının birinci mərhələsindəyik. Burada böyük Sumqayıt Texnologiya Parkı yaradılıb, ona yaxın modern şirkət aktivlik edir.

Belə şirkətlərdə yaradılan mallar başqa ölkəyə göndərilir, dövlət içində də alınır. Novbəti dövrdə Sumqayıtda təzə kimya zavodlarıyla bağlı sənaye bölgəsi yaradılacaqdır. Bunun üçün artıq işlər başlamışdır. Bu işlərdə hökumətlə yanaşı, xüsusi şirkətlər də cəlb edilmişdir.

Prezidentin verdiyi qərarla bu cürə şirkətlərin yaranması ölkə iqtisadiyyatının artımına istiqamətlənib. Bu gün kimya zavodlarının, metal şirkətlərinin, sement zavodlarının və s. şirkətlərin mövcudluğu qeyri neft sektorunun artımına əsaslanır.

Verilən qərarlara görə Sumqayıt Kimya Sənaye Parkının yaradılması düşünülür. Həm də qərara görə, sənaye parkları aktivlərinin yaradılmasına görə quruluş və menecment qurumlarına malik olan, müasir texnologiyaların yeridilməsiylə rəqabət bacarığı mallar istehsalı və işlər görülməsi hədəfi üçün işlədilir, sahibkarların səmərəli fəaliyyətinə və inkişafına kömək edən ərazidir. Sumqayıt Kimya Sənaye Parkının məkanında neft və kimya və başqa aparıcı sənaye bölmələri ilə rəqabətə davamlı malların (işlərin, xidmətlərin) istehsalı və emalı müəssisələri yaradılmalıdır. Sumqayıtda kimya sahəsində yuxarı texnika parklarının yaxın və uzunmüddətli perspektivdə inkişafını stimullaşdırmaq səbəbiylə dövlətin vergi qanununda sənaye və texnika parkında çalışan insanlara, həmçinin parkların idarəedici təşkilat və operatorlarına vergi sahəsində güzəştlər tətbiq edilmişdir. Həmçinin, Sumqayıt Kimya Sənaye Parkının tikintisində işlər sürətlə aparılır. Parkın sakini olanlar burada istehsalla məşğul olurlar. Onlara edilən güzəştlər ölkə iqtisadiyyatının artımına hədəflənib.

Müəssisənin istehsal prosesinə 2016-ci ildə başlaması planlaşdırılır. Bunlarla yanaşı, hazırda Sumqayıt Kimya Sənaye Parkının sosial zonasında yerləşəcək 16 mərtəbəli inzibati binanın inşası davam etdirilir, yaxın zamanlardaysa peşə təhsil obyektlərinin və üç emalatxananın tikintisinə başlanılacaq. Sumqayıt texnologiyalar parkı 2009-dan aktivlik göstərir. Bu sahə ölkəmizdəki qeyri-neft sahəsinin təkmilləşməsində əsas rola malikdir.

Ölkəmizdə həmçinin parklarla yanaşı, sənaye mərkəzlərinin də qurulması iqtisadiyyatımızın inkişafına hədəflənib. Ölkəmiz xarici dövlətlərlə əlaqələri buraya yeni texnikanın gətirilməsinə səbəb olur. Bu da istehsalımızın artıma gəlib çıxır. Həmçinin yaradılan malların keyfiyyətinin yüksəldilməsi, onların dünya standartlarına uyğun olması xarici dövlətlərin də bizim mallara tələbatını artırır. Bundan başqa sənayedə klasterləşmə yaradılması istəkləri də var. Bu da özlüyündə sənayenin bir mərkəzdən idarə edilməsi imkanını yaradır. Belə hal məhsul yaradılışı müddətini azaldır, yeni tərəfdaşlıqların formalaşmasını, yeni malların ortaya çıxmasına səbəb olur.

Dünyanın təkmilləşən dövlətlərinin praktikasına deyir ki, dövlət iqtisadiyyatının, sənayenin inkişafında klasterlərin rolu danılmazdır. Demək, mərkəzləşmə hansısa bir geoloji məkanda olan, tamamlayıcı, eyni cəhətlərə sahib şirkətlərin və bağlı institutların cəmidir. Başqa cürə isə, axırncı mal yaradılışı ilə məşğul olan şirkətlər, təchizatçı müəssisələr, bağlı işlər bölməsi, elmi araşdırma institutları və başqa orqanlar çox vaxt mərkəzləşmə yaradan aparıcı iştirakçılar kimi götürülür. Axır zamanlarda Sumqayıt Kimya Sənaye və Sumqayıt Texnologiyalar parkları ilə yanaşı bir sıra digər iri sənaye müəssisələri-Gəmiqayırma zavodu, Naxçıvan avtomobil zavodu, bərk məişət tullantılarının yandırılması fabriki, metallurgiya fabrikləri, ölkəmizdə qızıl-mis emalı, Gəncə alüminium, Mingəçevir elektron avadanlıqlar zavodları, inşaat sahəsindəki zavodlar, məişət zavodları fəaliyyətdədir. Gəmiqayırma zavodunun fəaliyyəti ölkənin sənaye imkanlarının daha da artırılmasına böyük töhfə olmaqla yanaşı, müasir texnologiyaların cəlb edilməsinə, idxaldan asılı vəziyyətin azalmasına, qeyri-neft sənayesi sahələrinin inkişafına ciddi təkan verəcək. Sənayenin inkişafında vacib ünsürlərdən biri modern transport quruluşunun formalaşdırılmasıdır.

Keçən dövr zamanında ölkəmizdə yeddi hava limanı inşa edilib və uzun maşın yolları tikilib. Böyük ipək yolu, şərqlə qərbin birləşməsində, şimal ilə cənubun kəsişməsində olan ölkəmiz bu sahədə xüsusi yer tutur. Həm quru, həm su, həm də hava yolu ilə mal və insan daşınmasında gözəl mövqedə yerləşirik.

Bundan başqa ölkəmiz inkişaf etdikcə bu bizim hərbi gücümüzü də artırır və hərbi sənayenin artımına gətirib çıxarır. Belə şirkətlərin olması, rəqabət şəraitini də artırır. Rəqabət daha keyfiyyətli mal yaratmağa imkan yaradır. Bu olmasa keyfiyyətsiz məhsullar bazarımızı ələ keçirər. Bu gün ölkəmizdə maşınqayırma, cihazqayırma, kimi zavodlar vardır. Əlbəttə elm və texnikanın inkişafı buna səbəb olmuşdur.

Sənayenin hərəkətli inkişafı sözügedən sahədə məhsul istehsalına da öz yaxşı rolunu oynayıb. Ölkəmizin verdiyi statistik məlumatlar əsasında üç il bundan öncə ölkə iqtisadiyyatında 49,2 milyard manatlıq məcmu daxili məhsul yaradılıb. Bunun miqdarı isə keçən zamanlarda təxminən 3 faiz yüksəlib.

Ümumidaxili məhsulun 61 faizi məhsul yaradılışı bölmələrində, həmçinin 39 faiz isə sənayenin payına aiddir. Ötən illərdə sənayedə 28 milyard manatlıq mal yaradılıb. Emal sahəsində 23 faiz sənayedə mal yaradılıb. Buraya ərzaq, siqaret, toxuculuq, geyim, kimya, tikinti materiallarının, hazır metal məmulatlarının, elektrik avadanlıqlarının, avtomobil və qoşquların və s. məhsulların istehsalında artım müşahidə olunub. Ümumi sənaye məhsulunun 80,6 faizi özəl bölmədə istehsal olunub.

II FƏSİL. QLOBALLAŞMA ŞƏRAİTİNDƏ MÜASİR RƏQABƏT STRATEGİYASI VƏ RƏQABƏT İMKANLARININ TƏDQİQİ

2.1 Azərbaycan sənayesinin rəqabətqabiliyyətliliyi və onun xarici iqtisadi aspektləri

Ölkəmiz sənayesinin rəqabət qabiliyyətliliyi və onun xarici iqtisadi təsirləri, dinamik iqtisadi inkişaf tempi, zəngin karbohidrogen ehtiyatları və mühüm investisiyalarla dünya təsərrüfatında öz yerini tutmaqdadır. Azərbaycan geosiyasi strateji əhəmiyyətə malik olan Xəzər dənizi ilə Qara dənizi əlaqələndirən quruda yerləşməklə dünya enerji bazarında xüsusi əhəmiyyət daşıyır, neft və qaz kimi strateji əhəmiyyəti olan təbii ehtiyatların həm istehsalçısı, həm ixracatçısı, həm də transfer ölkə kimi fəaliyyət göstərir. SSRİ-dən ayrıldıqdan sonra ölkəmiz karbohidrogen ehtiyatları hesabına yüksək iqtisadi artım əldə etdi. Ancaq, Azərbaycanda bu artımdan sonra artımın azalması halı müşahidə edilmişdir. Bu problemin aradan qaldırılması üçün ölkədə ümumi daxili məhsulun stabil artımına nail olmaq məqsədilə yeni iqtisadi strategiyalar işlənib hazırlanmışdır. Gələcəkdə neft ehtiyatlarının tükənəcəyi zəruri olduğundan, qeyri-neft sektorunun inkişafına yönələn tədbirlərə ehtiyac yaranmışdır. Qeyri-neft sektoruna dəstək əsas prioritet qəbul edilmiş və investisiyaların bu sektora yönəldilməsinə başlamaqla, sənayenin strukturunun yenidən qurulmasına zəmin yaratmışdır. Müasir texnologiyalar təchiz etmək və qeyri-neft sektorunda texniki biliklər əldə etmək üçün müxtəlif strategiyalar tətbiq edilməyə başlanmışdır. Əsasən də, kənd təsərrüfatı, qida, turizm, alternativ enerji mənbələri və informasiya texnologiyaları kimi əhəmiyyətli sahələrin inkişafı üçün milli strategiyaların yaradılması mühümdür. Sənaye diversifikasiyası üçün Xüsusi İqtisadi Zona (XİZ) və Sənaye Parklarının (SP) yaradılması yerində atılmış addımlardan biridir. Xüsusi İqtisadi Zonalar və Sənaye Parkları yeni yanaşmalara təkan verməklə investisiyaların cəlb olunmasına və işsizliyin qarşısının alınmasına şərait yaradır. 1960-cı ildə Koreya 1.9 milyard ABŞ dolları ümumi daxili məhsul və adambaşına düşən ümumi daxili məhsul 79 ABŞ dolları ilə ən yoxsul ölkələrdən sayılırdı. Ancaq daha sonralar istehsala yönəlmiş

siyasət sayəsində sürətli artım əldə etmiş oldu. Koreyada sənaye parkları sənaye siyasətində əsas yer tuturdu. 2015-ci ildə SP-ri ixracatın 77%, istehsalın 69% və istehsal sektorunda məşğulluğun 46%-ni təşkil etdi. 2015-ci ildə Koreyada 81,000 müəssisə, 2 milyona yaxın işçi və 2 min km² ərazini əhatə edən 956 SP-ı vardır. Azərbaycan iqtisadi inkişaf, sənaye diversifikasiya haqqında texniki biliklərə yiyələnmək və buna bənzər digər dövlət siyasətlərini nəzərə alaraq kifayət qədər iqtisadi artım əldə etmək imkanına malikdir. Azərbaycanda XİZ-nin və SP-nin yaradılması ölkənin sənaye diversifikasiyasını və davamlı iqtisadi artımını təmin edəcəyi gözlənilir.

Cədvəl 1.

2006-2015-ci illər üzrə ÜDM-nin artım cədvəli, faizlə

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ÜDM	134,5	125,0	110,8	109,3	105,0	100,1	102,2	105,8	102,8	101,1

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi (<http://www.stat.gov.az>)

1-cicədvəldən də göründüyü kimi Azərbaycanın Ümumdaxili məhsulunun artım dinamikası 2007-ci ildən başlayaraq neft sektoruna aidiyyətə görə azalmağa başlamışdır. Bunun əsas səbəbi iqtisadiyyatın neftdən asılılığı olmuşdur. ÜDM-nin artımının yenidən stabilləşdirilməsi üçün qeyri-neft sektoruna investisiya qoyuluşları artırılmağa başlanmış və bunun üçün dövlət strategiyaları hazırlanmış və tətbiq olunmağa başlanmışdır. Bu barədə növbəti paraqraflarda daha ətraflı tədqiqat işləri aparacağıq.

Bu hallarda firma beynəlxalq istehsala sferasına qoşula bilər:

- 1) Firma digər firma və ya ölkənin əldə edə bilmədiyi xüsusi üstünlüklər əldə edərsə;
- 2) Bu üstünlüklərin satışı və ya icarəsi əvəzinə firmanın özü tərəfindən istifadəsi daha məqsədə uyğun olarsa
- 3) Firma öz aktivlərini daxili bazara nisbətən xarici bazarlarda istifadəsi daha mənfəətli olarsa. Başqa cür desək, istehsalın xaricdə yerləşdirilməsi zamanı xüsusi ərazi məsələləri və üstünlüklərin qazanılmış olması əsas yer tutur.

Deməli, xarici investorları cəlb etmək istəyən hər hansı dövlət xarici firmaları ucuz xammal, minimum istehsal xərcləri, xüsusi vergilər kimi üstünlüklərə malik olan ərazilərlə təchiz etməlidir.

Cədvəl 2.

Beynəlxalq bazara giriş formaları üçün üstünlüklər

	Üstünlüklərin növləri		
	S	M	Ə
Lisenzialaşdırma	Bəli	Xeyr	Xeyr
İxrac	Bəli	Bəli	Xeyr
BXI	Bəli	Bəli	Bəli

Mənbə: John H. Dunning (1980). Toward an Eclectics Theory of International Productions: Some Empirical Tests.

2-cicədvəldə S=Sahibkarlıq üstünlükləri, M=Məniməmə üstünlükləri, Ə=Ərazi üstünlüklərimənasın verir. Cədvəldə beynəlxalq bazarlara giriş üçün üstünlüklər göstərilmişdir. İndi isə Azərbaycan sənayesinin sahə struktrunu analiz edək.

Cədvəl 3.

Sənayenin sahə strukturu

	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Bütün sənaye	100	100	100	100	100	100	100	100
Mədənçixarma sənayesi	53,4	67.4	78.9	80.5	78,8	77,2	73	67.0
Xam neft və təbii qaz hasilatı	46,7	63.8	76.4	78.0	76,2	74,1	69,6	60.3
Metal filizlərinin hasilatı	0,0	0.0	0.2	0.2	0,2	0,2	0,2	0.4
Daş, qum, çınqıl, duz və digər mədənçixarma sənayesi məhsullarının hasilatı	0,1	0.3	0.2	0.2	0,2	0,2	0,2	0.2
Mədənçixarma sənayesi sahəsinə xidmətlərin göstərilməsi	6,6	3.3	2.1	2.1	2,2	2,7	3	6.1

Emal sənayesi	31,3	25.9	15.9	14.3	15,3	16,5	20,2	24.3
Qida məhsullarının istehsalı	1,9	2.4	1.5	1.5	1,5	1,7	2	2.5
İçki istehsalı	0,8	0.86	0.6	0.5	0,5	0,7	0,8	0.8
Tütün məmulatlarının istehsalı	0,6	0.36	0.08	0.1	0,06	0,04	0,1	0.1
Toxuculuq sənayesi	0,8	0.4	0.1	0.2	0,2	0,2	0,2	0.1
Geyim istehsalı	0,3	0.2	0.1	0.1	0,11	0,13	0,2	0.2
Neft məhsullarının istehsalı	18,5	9.9	8.2	7.4	7,3	7,6	9,5	10.1
Kimya sənayesi	3,3	2.4	0.45	0.6	0,6	0,6	0,82	1.4
Əczaçılıq məhsullarının istehsalı	0,02	0.01	0.0	0.01	0,01	0,01	0,01	0.01
Tikinti materiallarının istehsalı	0,8	1.6	1.7	0.8	1	1,2	1,7	1.8
Metallurgiya sənayesi	0,1	2.0	0.5	0.6	1,1	0,9	0,9	0.9
Elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı	13,6	5.7	4.6	4.7	5,3	5,6	6	7.7
Su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı	1,7	1.0	0.6	0.5	0,6	0,7	0,8	1.0

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi (<http://www.stat.gov.az>)

Cədvəl 3-dən aydın olur ki, Mədəncixarma sənayesi müstəqilliyin ilk illərində ümumi sənayenin təqribən 50 faizini təşkil edirdisə, son illərdə artıq bu rəqəm 70 faizə qədər artmışdır. Baxmayaraq ki, son illərdə Azərbaycan sənayesi inkişaf etməklə birlikdə emal sənayesində də xeyli artım olmuşdur, neft və qaz ehtiyatlarının hasilatı payı 2013-cü ilədək artmışdır. 2015-ci ilin əvvəlində dünyada baş verən hadisələr Azərbaycanın iqtisadi, sosial problemlərinin həlli yolu kimi dövlətimiz qeyri-neft iqtisadiyyatının inkişafında maraq göstərir və emal

sənayesinin inkişafına xüsusi önəm verməyə başlamışdır. Sənayenin sürətli inkişaf tempi qeyri-neft sektorunda da istehsala müsbət təsir göstərmişdir.

Cədvəl 4.

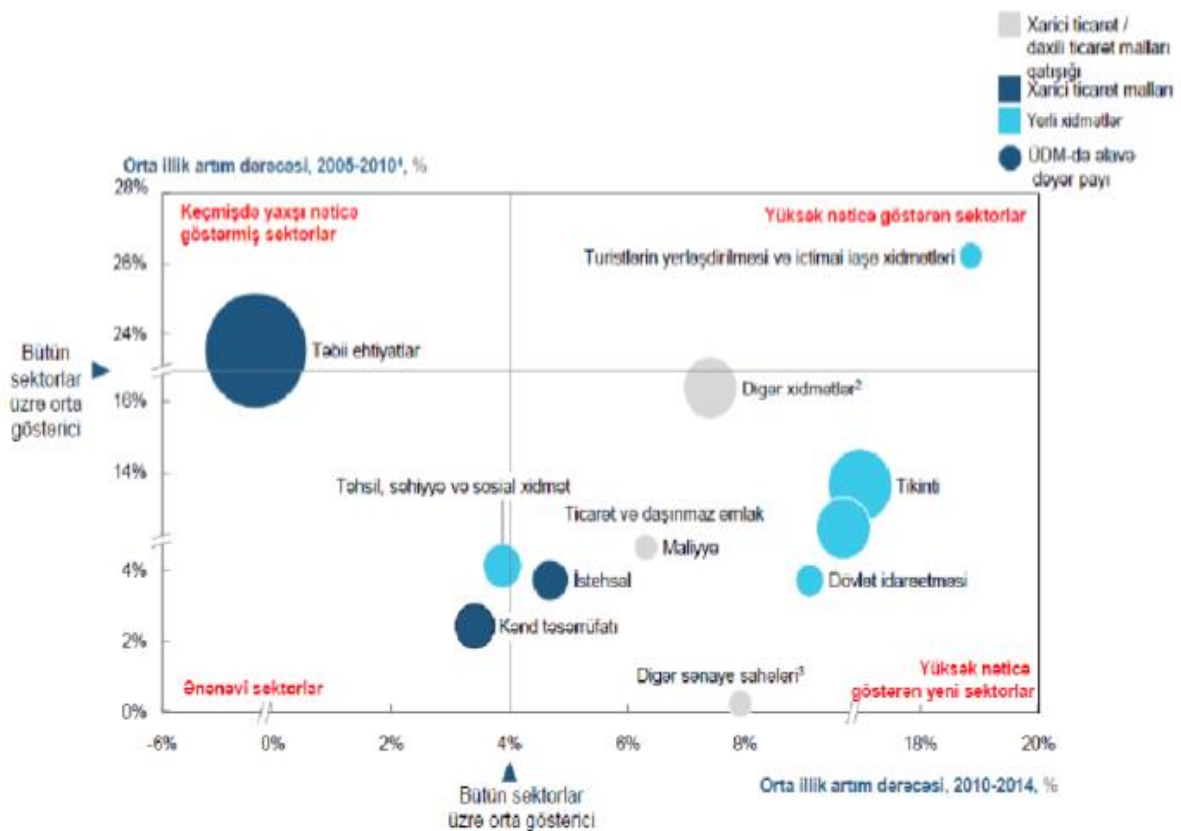
ÜDM-də sektorların payı

	2000	2005	2010	2014	2015	2016*
Ümumi daxili məhsul - cəmi	4 718,1	12 522,5	42 465,0	59 014,1	54 380,0	60 393,6
o cümlədən:						
neft-qaz sektoru	1 371,0	5 520,9	20 409,5	21 405,2	15 382,2	19 648,9
qeyri-neft sektoru	3 055,9	6 055,1	19 179,0	33 195,9	34 138,8	36 153,5
məhsula və idxala xalis vergilər	291,2	946,5	2 876,5	4 413,0	4 859,0	4 591,2

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi (<http://www.stat.gov.az>)

Şəkil 1.

Sektorların iqtisadi artım səviyyəsinə görə qruplaşdırılması



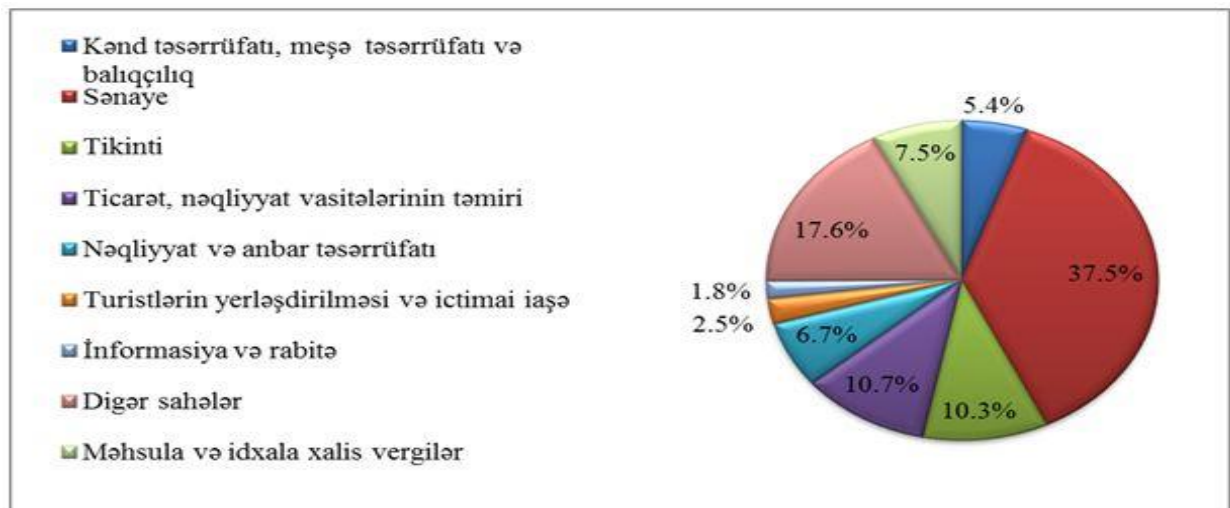
1. Azərbaycan üçün 2005-ci ilin sabit qiymətlərində ÜDM-ə əsasən (maliyyə vasitəçilərinin şərti hesablanmış xidmət haqları və vergidən əvvəl)
2. Nəqliyyat və anbar təsərrüfatı, informasiya və rabitə, digər ictimai, sosial və fərdi xidmətlər
3. Elektrik, qaz və su təchizatı

Artıq 2012-ci ildən etibarən qeyri-neft sektorunun ÜDM-də payı neft sektorunu keçmişdir. Bu onun nəticəsidir ki, neft-qaz sektorundan əldə edilən gəlirlər və ölkəyə qoyulan investisiyaların böyük bir hissəsi artıq qeyri-neft sektoruna yönəldilmişdir.

Statistika Komitəsinin hesabatına görə, 2016-cı ilin ilk on ayında ölkədə 60.3 milyard manat dəyərində ÜDM istehsal olunub, əvvəlki ilin eyni dövrünə nisbətən 11faiz artım olub. Ümumi daxili məhsulun 61,1 faizi istahsal sahələrinin, 37,5 faizi isə sənayenin hesabına olub.

Qrafik 1.

Ümumi daxili məhsulun strukturu (yanvar-noyabr 2016-cı il)



Mənbə: İqtisadiyyat Nazirliyi (<http://www.economy.gov.az>)

Keçən ilin yanvar-noyabr aylarında ölkədə sənaye subyektləri 27,8 milyard manatlıq məhsul istehsal edib və xidmət göstərüb. 2015-ci ildə emal sahəsində istahsalın həcmi ümumi sənaye məhsulunun 24,3 faizini təşkil edib, qida məhsulları, tütün, toxuculuq sahəsi, kimya, metal məmulatlarının, avtomobil və s. məhsulların istehsalında artım müşahidə olunub. Özəl sənaye bölməsi isə ümumi sənaye məhsulunun 80,6 faizini istehsal edib.

Cədvəl 5.

Sənaye istehsalının sahə strukturu

	2013	2014	2015
Bütün sənaye	100	100	100
Mədənçıxarma sənayesi	77,2	73	67.0
Xam neft və təbii qaz hasilatı	74,1	69,6	60.3
Metal filizlərinin hasilatı	0,2	0,2	0.4
Daş, qum, çınqıl, duz və digər mədənçıxarma sənayesi məhsullarının hasilatı	0,2	0,2	0.2
Mədənçıxarma sənayesi sahəsinə xidmətlərin göstərilməsi	2,7	3	6.1
Emal sənayesi	16,5	20,2	24.3
Qida məhsullarının istehsalı	1,7	2	2.5
İçki istehsalı	0,7	0,8	0.8
Tütün məmulatlarının istehsalı	0,04	0,1	0.1
Toxuculuq sənayesi	0,2	0,2	0.1
Geyim istehsalı	0,13	0,2	0.2
Dəri və dəri məmulatlarının, ayaqqabıların istehsalı	0,1	0,1	0.1
Ağac emalı və ağacdən məmulatların istehsalı	0,05	0,1	0.1
Kağız və karton istehsalı	0,06	0,1	0.1
Poliqrafiya fəaliyyəti	0,15	0,11	0.2
Neft məhsullarının istehsalı	7,6	9,5	10.1
Kimya sənayesi	0,6	0,82	1.4
Əczaçılıq məhsullarının istehsalı	0,01	0,01	0.01
Rezin və plastmas məmulatların istehsalı	0,23	0,2	0.4
Tikinti materiallarının istehsalı	1,2	1,7	1.8

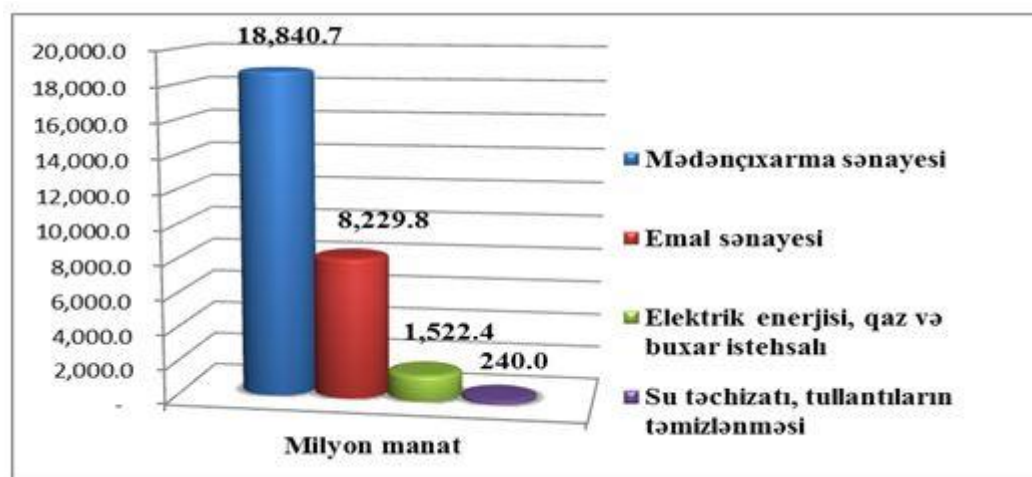
Metallurgiya sənayesi	0,9	0,9	0.9
Maşın və avadanlıqlardan başqa hazır metal məmulatlarının istehsalı	0,3	0,4	0.6
Kompüter və digər elektron avadanlıqların istehsalı	0,3	0,2	0.3
Elektrik avadanlıqlarının istehsalı	0,6	0,5	0.4
Maşın və avadanlıqların istehsalı	0,8	0,9	0.8
Avtomobil və qoşqların istehsalı	0,02	0,3	0.4
Sair nəqliyyat vasitələrinin istehsalı	0,04	0,04	0.05
Mebellərin istehsalı	0,14	0,1	0.2
Zərgərlik, musiqi, idman və tibb avadanlıqlarının istehsalı	0,03	0,02	0.04
Maşın və avadanlıqların quraşdırılması və təmiri	0,6	0,9	2.7
Elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı	5,6	6	7.7
Su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı	0,7	0,8	1.0

Mənbə: Dövlət Statistika Komitəsi (<http://www.stat.gov.az>)

Cədvəl 5-dən də göründüyü kimi Azərbaycan Respublikasının sənayesinin neft və qaz çıxarmadan asılılığı getdikcə azalır və artıq emal sənayesi hər ötən il sənayedə öz payını artırmağa davam edir.

Qrafik 2.

Sənayedə ümumi buraxılışın istehsalı (yanvar-noyabr 2016-cı il)



Mənbə: İqtisadiyyat Nazirliyi (<http://www.economy.gov.az>)

Azərbaycan Respublikası Statistika Komitəsinin 2015-ci il üçün verdiyi statistik göstəricilərdə sənaye istehsalının sahə strukturuna nəzər yetirsək mədənçıxarma sənayesinin ümumi istehsalın 67%, emal sənayesinin 24,3% təşkil etdiyini görərik. Emalsənayesinin aşağı olması öz növbəsində iqtisadi artım tempinin zəif olmasına, təbii resursların xammal formasında ixrac olunması, bu da iqtisadiyyata pis təsir göstərən amillərdəndir. Ölkə emal sənayesini gücləndirməklə həm daxili tələbatı hazır məhsullarla təmin edir, həm də əhali məşğulluğu tənzimlənir və ölkə ÜDM-də emal sənayesinin hesabına artım müşahidə edilir.

Mədənçıxarma sənayesinə nəzər salsaq sənayenin 60,3 faizini neft və qaz hasilatı təşkil edir. Metal filizlərin hasilatı isə sənayenin 0,4 faizini təşkil edirdi. Neft və təbii qaz xammalının emal olunması üçün sənaye sahələrinin açılıb genişləndirilməsi, ÜDM-in yalnız neft-qaz məhsullarının hesabına gəlirlərin minimuma endirilməsi ölkəmizin növbəti illər üçün hədəfidir.

2.2. Müasir şəraitdə rəqabətcabiliyyətin qiymətləndirilməsi və bu sahədə yaranmış problemlərin aradan qaldırılması yolları

Ölkəmiz SSRİ dağılandan sonra ciddi iqtisadi tənəzzül yaşayırdı, lakin böyük karbohidrogen ehtiyatları səbəbilə iqtisadi göstəricilər xeyli artdı. Sovet İttifaqı dövründə Azərbaycan əsas enerji təchizatçısı rolunu oynayır, ona görə də nisbətən yaxşı enerji strukturuna, həmçinin kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı üçün mühüm olan iqlim şəraitinə sahib idi. Ölkədə təbəqələr arasında fərqin çox olmaması və gəlir səviyyəsinin elə də yüksək olmamasına baxmayaraq digər ittifaqa daxil ölkələrdən fərqlənərək, kənd təsərrüfatı və sənayenin balansını qorumaqla sistemi nisbətən sabit saxladı. Ölkənin regional problemlər və neft asılılığı kimi ciddi problemləri olsa belə, eyni vəziyyətdə olan Mərkəzi Asiya ölkələrindən daha yüksək artıma malik idi. Ancaq, 1990-cı illərdə zəif iqtisadi struktura və Ermənistanla münaqişə vəziyyətində olan ölkənin bazar təcrübəsi demək olar ki yox idi. 1991-1996-cı illər ərəfəsində, əsasən də 1993-1995-ci illərdə inflyasiyanın həddi 1000%-dən yuxarı idi.

İttifaq dövründə, birlik ölkələrində ittifaqın rəhbərliyi altında təkcə məhsulların çeşidi, qiymətləri və həcmi deyil, həm də hər bir üzv ölkənin xammalını əhatə edən təchizat zənciri yaradılmışdı. Qiymətlər stabil idi, respublikaların bacardığı yalnız ittifaqın tapşırıqlarını icra etmək idi. Lakin, ittifaqda işlək vəziyyətdə olmayan qurğu və avadanlıqlar vasitəsilə istehsal edilən məhsullar beynəlxalq standartlara əsasən kəmiyyəti və keyfiyyətinə görə ciddi şəkildə fərqlənirdilər. Birlik ölkəmizdə dəmir filizi, əlvan metallar kimi təbii sərvətlərin tədarükü və emalı, həmçinin neft sənayesi vəs. digər sahələrin inkişaf perspektivlərinin müəyyənləşdirmişdi. Qlobal rəqabət sferasında ölkənin sənayesinin enerjiden asılılığı onun inkişafına çətinliklər törədirdi. Ümumi daxili məhsulun 80 faizini sənaye və aqrar sahə təşkil edirdi. Aqrar sahədə istehsal olunan məhsulları qiymətdən asılı olaraq tələb – təklifin uyğun olmaması dünya bazarlarında daha çox mənfəət əldə etməyə imkan vermirdi. Hökumətin siyasəti bazar haqqında

məlumatın azlığına və maliyyə məhdudiyyətlərinə görə məhsuldarlığa yönləşdirilməmişdi. Sistemin dağılması aqrar sahəyə təsirsiz qalmadı.

Birliyin dağılması yalnız ölkəmizdə olan müəssisələrin deyil digər birliyə daxil ölkələrdə də çoxlu iş yerlərinin ləğv edilməsinə gətirib çıxardı. Birliyə daxil olan ölkələr öz aralarında xammalın təşkili, məhsul alışının dayanması və istehsal üçün lazım olan investisiyaların kəsilməsi Azərbaycan qitədiyyatına ciddi təhlükə yaratdı. İstehsal prosesi tam olaraq dayandı və ölkə idxaldan-xarici məhsullardan asılı duruma düşdü.

İqtisadi stabilləşmə və yenidənqurma dövrü. Azərbaycanın bazar iqtisadiyyatına keçidi 1992ci ildə məhsulla və xidmətlərin liberallaşdırılması, milli valyutanın yaranması, investisiya haqqında qanun, milli Bank haqqında qanun və s. digər qanunların qəbulu, o cümlədən özəlləşdirməni icra edən Əmlak Komitəsinin yaranması ilə başladı. Daha sonra, 1994-cü ilə kimi böyük xərclər tələb edən ticarətin liberallaşdırılması və torpaq islahatları kimi mühüm iqtisadi islahatlar həyata keçirildi.

Heydər Əliyev üçüncü prezidentliyi dövründə Azərbaycanda yaşanan iqtisadi və sosial xaos dayandı. Ermənistanın ərazi iddiaları başlayan münaqişələr insanların həyatını məhv etdi, qaçqın düşənlərin sayı bir milyonu ötüb keçdi. Uzaqgörən siyasətçi Heydər Əliyev 1994-cüildə Ermənistanla atəşkəs imzalanmasına nail oldu. Bu saziş imzalandıqdan sonra ölkə başçısı Xəzərin böyük karbohidrogen ehtiyatlarının dünya bazarına çıxarılması üçün böyük əmək sərf etdi. 1994cü ildə Əsrin Müqaviləsinin imzalanması Xəzər neftinin dünya bazarlarına çıxması yolunda atılmış ilk addım oldu. Azərbaycan Dövlət Neft Şirkəti də daxil olmaqla 8 ölkədən 11 neft şirkəti ilə Azəri-Çıraq-Günəşli neft yatağının birlikdə istismarı üçün Azərbaycan Əməliyyat Şirkəti yaradıldı.

Hökumət neftdən gələn gəlirin 80 faizini iqtisadi inkişafa yönəltdi və digər ölkələrdən fərqli olaraq qərb kapitalı əsasında iqtisadiyyatını inkişaf etdirməyə başladı. Qərb Yaxın Şərqdən enerji asılılığını azaltmaq üçün Azərbaycanda bu sahəsin inkişafında maraqlı idi. Azərbaycan qərb texnologiyasının və kapitalının Bakıya cəlb edilməsi ilə beynəlxalq sferada neft hasil edən ölkə statusu qazandı.

Siyasi hərcmərclik və Ermənistanla olan müharibə vəziyyətinə görə inflyasiya o vaxtın ən yüksək həddinə, 1,664%-ə qədər yüksəldi. Daha sonralar enerji sahəsinə cəlb edilən investisiyalar səbəbilə inflyasiya stabilləşdi. Azərbaycan investisiyanı genişləndirmək, son texnologiyaları tətbiq etmək, istehsalatın və idarəetmə sistemlərinin inkişafını təmin etmək, yeni iş yerləri yaratmaq və kasıblıq səviyyəsini endirməyə böyük önəm verirdi. Hər bir sahədə beynəlxalq standartlar tətbiq edilməyə başlandı. Nəticə olaraq vergilər aşağı salındı, maliyyə axınlarının şəffaflığı və büdcənin icrasına nəzarət gücləndi. 1998-ci ildə Azərbaycanın idxal və ixracının həcmi 1 milyard dollardan aşağı idi. Sonrakı illərdə ticarətdə sürətli artım müşahidə olundu. Məsələn, 2005-ci ilə nisbətən 2009-cu ildə ixracatın həcmi 850% artdı.

Dövlət Neft Şirkəti neft və qaz kontraktlarından əldə olunmuş gəlirlərin toplandığı və gələcək nəsillər üçün qorunub saxlanıldığı xüsusi dövlət təşkilatıdır. Şirkət neftdən gələn gəlirlərin idarə edilməsi, o cümlədən bu gəlirlərin digər vacib layihələrin icrasına yönəldilməsi məqsədilə yaradılmışdır.

Dünya İqtisadi Forumunun 2013-2015-ci illərdə dərc etdiyi hesabatında 144 ölkədə çalışan iş adamları arasında sorğunun nəticələrindən, statistik göstəricilərdən istifadə edilib. Hesabatda, Azərbaycan iqtisadi rəqabət qabiliyyətinə görə ölkələr arasında 37-ci pillədə yer tutub.

Rəqabətqabiliyyətliliyin müəyyən edilməsi üçün istifadə olunan 12 göstərici bunlardır: keyfiyyət, makroiqtisadi sabitlik, infrastruktur, sağlamlıq və orta və ali təhsil, əmtəət və xidmətlərin səmərəliyi, maliyyə bazarının inkişafı, texnoloji səviyyə, daxili bazarın həcmi şirkətlərin rəqabətqabiliyyəti və innovasiya imkanlarıdır.

Azərbaycan MDB ölkələri arasında rəqabət qabiliyyəti indeksinə görə birinci yer tutaraq, Latviya və Litvani qabaqlayır. İqtisadiyyat Nazirliyinin məlumatına görə, Azərbaycan reytingdə yaxşı mövqe tutub və buna səbəb kimi son illər aparılan iqtisadi siyasəti göstərmək olar. Ölkəmiz yaxın 10 ildə iqtisadi və sosial inkişafda yüksək nəticələr əldə edib. Qeyri-neft sektorunun artım tempi 10 ildə orta hesabla 10% təşkil edib. Hesabatda həmçinin qeyd edilir ki, ölkəmiz biznes

prosedurun sayına görə 10-cu yerdə, qeydiyyatata alınması üçün lazım olan vaxta görə isə 38-ci yerdə qərarlaşıb. O cümlədən, “maliyyə bazarının inkişaf tempi”, “əmək bazarının səmərəliliyi”, “texnoloji səviyyə” göstəricilərinə görə də Azərbaycan digər ölkələri qabaqlayır.

Hesabata əsasən ölkəmiz makroiqtisadi sabitliyə görə 8-ci, biznesə dəstəyə görə 81-ci, əmək bazarının inkişafı üzrə 34-cü, ali təhsil üzrə 91-ci, maliyyə bazarlarının inkişafına görə 89cu yerdə qərarlaşıb. Yaxın 10 il ərzində Azərbaycan bu hesabata əsasən 31 pillə irəliləyərək 38-ci yerdə qərarlaşıb. Müstəqil Dövlətlər Birliyi ölkələri arasında yalnız Rusiya və Qazaxıstandan geri qalır.

“Sahibkarlığın inkişafı ilə əlaqədar əlavə tədbirlər haqqında” fərmanın imzalanması sahibkarlığın dövlət tərəfindən tənzimlənməsinə, biznes mühitinin daha cəlbedici olmasına imkan verib. Həmin sahələrdə aparılan islahatlar-prosedurların sadələşdirilməsi, biznesə başlama müddətinin azalması Azərbaycanın mövqeyinin güclənməsinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir edib və ölkəmiz biznesin elektron qeydiyyatının istifadəsinin artması üzrə top onluğa daxil ola bilib.

Hal-hazırda da ölkəmizdə biznes mühitinin yaxşılaşdırılması və rəqabətqabiliyyətliliyin artırılması məqsədilə tədbirlər həyata keçirilir. 2014-cü ildə icazələrin verilməsi prosesində psosedurların sadələşdirilməsi, müddətin azaldılması, daşınmaz əmlaka hüquqların dövlət reyestrinin, idarəetmə sistemlərinin təkmilləşməsi, idxal və ixrac əməliyyatları üçün tələb olunan sənədlərin və s. xərclərin azalması kimi dəyişikliklər tətbiq olunmağa başlandı..

Rəqabət qabiliyyətinin artırılması əsas prioritet olaraq “Azərbaycan 2020: Gələcəyə baxış” konsepsiyasının mətninə daxil edilib. Ölkəmizin rəqabət qabiliyyətində müsbət dəyişiklik biznesə və sahibkarların biznesdən gözləntilərinə də əhəmiyyətli dərəcədə təsir edəcək.

Millət vəkili Əli Məsimlinin sözləri ilə desək: “Azərbaycanda sahibkarlıq fəaliyyətinə müdaxilə edilməsi hallarının aradan qaldırılması lazımi tədbirlər görülüb və biznes fəaliyyətinin lisenziyalaşdırılması işində yeniliklər tətbiq olunub, lisenziyanı verən dövlət orqanlarına nəzarət gücləndirilib. Biznesə dövlət dəstəyinin artırılması üçün xüsusi icazə əsasında qurulan fəaliyyət sahələrinin sayı

mütləq şəkildə azaldılıb, şəffaflığın artırılmasını təmin edən qanunlar qəbul edilib”. Dünya təcrübəsində, enerji hasilatçısı ölkələrin qeyri-neft sektorunun göstəricilərinə daim diqqət edilir. Azərbaycan isə reyting qiymətləndirilməsi baxımından mühüm enerji tədarükçüləri olan Rusiya və Qazaxıstanı qabaqlayır ki, bu da ölkəmizin iqtisadiyyatının şaxələndirildiyini sübut edir. Azərbaycanın hesabatda irəlidə olması xarici investorların ölkə iqtisadiyyatına marağını artırır, əlavə investisiyaların cəlb olunmasına səbəb olur. Belə investisiyalar da yeni iş yerlərinin, müəssisələrin açılması, məşğulluğun artmasına gətirib çıxaracaqdır.

Ölkəmizin Dünya İqtisadi Forumunda reyting qiymətləndirilməsində mövqeyini yaxşılaşdırması aparılan islahatların nəticəsidir ki, respublikamızın iqtisadiyyatı əhəmiyyətli şəkildə güclənib, sürətli iqtisadi və sosial inkişafa nail olunub və əhalinin rifahı yüksəlib. Əsasən də qeyri-neft sektorunun inkişafı ölkə iqtisadiyyatının rəqabətə davamlı olmasına imkan verib. Marketing Cəmiyyəti Azərbaycanın iqtisadi durumunun qiymətləndirilməsi üçün sorğular təşkil edir.

III FƏSİL. AZƏRBAYCANIN XARİCİ İQTİSADI ƏLAQƏLƏRİNİN GENİŞLƏNDİRİLMƏSİNDƏ RƏQABƏTQABİLİYYƏTLİLİYİN ARTIRILMASI PERSPEKTİVLƏRİ

3.1. Azərbaycanda xarici iqtisadi əlaqələrində rəqabət imkanlarının artırılmasında dövlətin rolu

Ölkə rəhbərliyin həyata keçirdiyi sosial-iqtisadi inkişaf strategiyasının əhəmiyyətli hissəsi olan sahibkarlığın inkişafına, biznes mühitinin şəffaflaşdırılması yönündə mühüm tədbirlər həyata keçirilir.

İlham Əliyevin həyata keçirdiyi siyasət yaxın 10 ildə Azərbaycanın yeni mərhələyə qədəm qoyması, ölkəmizin daha da güclənməsi, insanların sosial rifahının yüksəlməsi ilə nəticələnmiş, Azərbaycanı dünya miqyaslı iri layihələrin iştirakçısına, nüfuzlu və söz sahibi bir ölkəyə çevirmişdir. Statistik olaraq isə bu göstəricilər belədir. Yaxın 10 il ərzində ÜDM 3.4 dəfə, qeyri-neft sektoru 2,5 dəfə, həmçinin aqrar təsərrüfat 1.4 dəfə, turizm 10,5 dəfə, büdcənin gəlirləri 17 dəfə, sərmayələr 6 dəfə, xarici ticarətin həcmi 6,8 dəfə artmış, valyuta ehtiyatları 31 dəfə yüksələrək 50 milyard dolları keçmişdir. O cümlədən, orta aylıq əməkhaqqı 5.6 dəfə artıb, yoxsulluq isə 8,5 dəfə azalmış, işsizliyin səviyyəsi 4,9%-ə dək düşmüşdür.

Ölkəmizin uğurları bütün beynəlxalq təşkilatların, reyting agentliklərinin diqqətindədir. “Qlobal Rəqabət Bacarığı İndeksi” raporuna görə ölkəmiz sıralamada 39-cu yeri tutur və davamlı olaraq 5 il Müstəqil Dövlətlər Birliyi ölkələri arasında liderliyini davam etdirir.

Bütün bunlara əsas səbəb kimi, regionların sosial və iqtisadi inkişafı ilə əlaqədar dövlət proqramlarının müvəffəq icrasını göstərmək lazımdır. Bütün bu problemlərə kompleks yanaşmanı özündə ehtiva edən 2004-2008-ci və 2009-2013-cü illərdə həyata keçirilən dövlət proqramları bölgələrdəki potensialdan istifadə edilərək ümumilikdə regionların inkişaf etməsinə, modern infrastrukturla təmin edilməsinə, əsas olaraq da əhalinin rifah halının artmasına səbəb oldu. Bu proqramların tətbiqi regionların inkişafını sürətləndirdi, insanların biznes fəallığını

artırdı və beləliklə də, sahibkarlığın dinamik artımı təmin olundu. Yaxın 10 ildə regionlarda 56min müəssisə yaradılmış, 900min daimi olmaq şərti ilə 1,2 milyondan çox iş yeri açılmışdır.

Dövlət proqramlarının uğurla nəticələnməsinin əsas səbəbi ölkə başçısının bu prosesə birbaşa nəzarət etməsidir. Təsədüfi deyil ki, Prezident regionlara tez-tez səfərlər etmiş, müəssisələrin açılışında və təməl qoymasında iştirak etmiş, onların iş prinsipi ilə şəxsən tanış olmuş, ümumilikdə bütün bu və ya digər məsələlər ilə əlaqəli 300-ə yaxın sərəncam imzalamışdır. Bu proqramların həyata keçirilməsinə 50,8 milyard manat vəsait xərclənmişdir. Bütün bu işlərin icrasının nəticəsi olaraq, yaxın 10 il ərzində bölgələrdə məhsul istehsalı 3,3 , sənaye məhsulları 3,2 , rabitə xidməti 6 dəfə artıb. Bu müddət ərzində bölgələrdən alınan vergilər 14,3 dəfə artmışdır. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, 5 şəhərin xərcləri öz gəlirlərindən maliyyələşdirilməyə başlanmışdır.

Bu illər ərzində bütün bölgələrin qazlaşdırılması yönündə işlər görülmüş, 5min kilometrdən çox qaz kəmərləri, 25 min kilometrdən artıq daşıyıcı xətlər çəkilmiş, 10 min kilometrə qədər boru xətləri isə təmir edilmişdir. Beləliklə, bütün regionların fonunda qazlaşma səviyyəsi 84%-ə çatmışdır.

Dövlət proqramına əsasən, bu 10 il müddətində bölgələrdə 3450 km içməli su, 1230 km kanalizasiya xəttii, 95 su anbarı, 40 kanalizasiya- stansiyası tikilmişdir. Əhalini ekoloji cəhətdən təmiz su ilə təmin etmək üçün əhalisi 450mindən artıq olan yaşayış məntəqələrində modul tipli sutəmizləyici avadanlıqlar quraşdırılıb. Prezidentin sərəncamına əsasən, 33 rayonda 224 yaşayış məntəqəsinin içməli su ilə təmin olunması üçün 255 subartezian quyusu qazılmışdır.

Proqramın icra edilməsi ölkədə rabitə və informasiya sahəsində də inkişafa təkan vermişdir. Rabitə xidmətlərinin keyfiyyətini daha da artırmaq üçün bölgələrdə 985 poçt şöbəsi, 1400 ATS tikilib və təmir edilib, rayonlara fiber optik internet xətti çəkilmişdir. Günümüzdə bölgələrdə yaşayan insanların 60%-i internetdən istifadə edir. 2013-cü ildə Azərbaycanın ilk peykinin orbitə buraxılması bu sahənin inkişafında müstəsna rol oynayacaqdır.

Turizm sektorunun inkişafına yönələn tədbirlər də təqdirə layiqdir. Bu müddətdə demək olar ki bütün regionlarda əsasən də Qəbələ, Şəki, Qax, Quba, Qusar, Şəmkir, Lerikdə və s. rayonlarda otellərin və turizm istirahət mərkəzlərinin açılması turizmin inkişafına müsbət təsir etmişdir. Bu dövr ərzində bölgələrdə beynəlxalq standartlara cavab verən 15 otel tikilib istifadəyə verilmişdir. Həmçinin proqram müddətində ekoloji proqramlar çərçivəsində yaşıllıqların sahəsini artırmaq məqsədi ilə belə ərazilər 900 min hektar artırılmış, 10 milli park, 20 milyon ağac və bitki əkilmişdir.

Bölgələrdə 38-i mərkəzi xəstəxana olmaqla, 500-dən artıq tibb müəssisəsi modern avadanlıqlarla təmin olunmuşdur. İndi demək olarki, ölkənin hər regionunda ən çətin əməliyyatların edilə bilməsi üçün tibb müəssisələri vardır. Proqram çərçivəsinə həm də çoxlu mədəniyyət, idman-olimpiya mərkəzləri tikilmişdir.

Bütün bu layihələrin reallaşdırılması minlərlə insanın sosial şəraitinin yaxşılaşması üçün yeni imkanlar yaratmışdır. "ASAN xidmət" in yaradılması ilə vətəndaşlara göstərilən xidmətlərin keyfiyyəti, şəffaflığı və operativliyi daha da artmışdır.

2014-cü ildə prezidentin sərəncamı ilə "Sənaye ili" çərçivəsində sənayeləşmə prosesinin daha da sürətlənməsi istiqamətində işlər görülmüşdür. Bölgələrin resurslarla zəngin olduğunu nəzərə alaraq qeyd edə bilərəm ki, regionlarda xammala yönələn mebel, tekstil və digər sənaye sahələri əsas fəaliyyət sahələridir. Resurs potensialından istifadə etməklə aqrar sahədə məhsul istehsalının artırılmasına nail olmaq olar ki, bu da qida məhsullarına olan tələbatı ödəyəcək, həm də bu məhsulların ixrac edilməsinə imkan verəcəkdir. Sənayeləşmənin sürətləndirilməsi məqsədi ilə sənaye parklarının, sənaye məhəllələrinin yaradılması nəzərdə tutulub.

Prezident dövlət proqramının yekunlarına dair təşkil edilən konfransda qeyd etdiyi kimi, bundan sonrakı illərdə də kənd təsərrufatı əsas prioritet olacaq, onun elmi əsaslandırılmış inkişafı, məhsuldarlığın artırılması, regionlara görə ixtisaslaşmanın edilməsi, geniş fermer təsərrüfatlarının qurulması üçün görülən

işlər davam ediləcək, nəhayət ərzaq tələbatının 100% yerli məhsullar hesabına ödənilməsi məqsədi ilə tədbirlər kompleksi icra ediləcəkdir.

Bütün bunların nəticəsi olaraq özəl sektorun payı məşğulluqda 75%-ə, vergilərdən gələn gəlirlərdə 74%-ə dək artmış, sahibkarlıqla məşğul olanların sayı 3 dəfə artmış, ümumi daxili məhsulda çəkisi 80%-i keçmişdir. Statistik göstəricilərdən də aydın olur ki, bu proqramların uğurla icra edilməsi ölkə üzrə özəl sektorun inkişafında danılmaz rol oynamışdır. Prezidentin tapşırığına əsasən 2014-2018-ci illər əhatə edən yeni proqramın da əsas prioriteti qeyri-neft sektoru olacaq, ixraca meyilli və rəqabətə dözümlü məhsul istehsalına, biznes fəaliyyətinin liberallaşmasına, rifah səviyyəsinin qalxmasına istiqamətlənəcəkdir.

Dövlət başçısının rəhbərliyi altında müstəqil Azərbaycanımız dinamik inkişaf edir, getdikcə regionda söz sahibi olan ölkələrdən birinə çevrilir, vətəndaşlarının yaşayış səviyyəsi yüksəlir. Biznes fəaliyyətinə dövlət dəstəyinin davamlı olaraq aparılması bu sahənin inkişafında xüsusi əhəmiyyət daşıyır.

Ölkədə sahibkarların təbəqəsi yaranmış, biznes fəaliyyəti ölkənin inkişafına ciddi təsir etmiş və bu sahənin daim inkişafına ciddi zərurət yaranmışdır. Ona görə də özəl iqtisadiyyat sahəhərinin ÜDM-də payı 82%, məşğulluğun təmin olunmasında 74,3%, vergi daxilolmalarında isə 71,4% olmuşdur.

Cədvəl 6.

Hüquqi şəxslərin sayı						
İllər üzrə	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Sayı	75632	78966	86010	94563	100325	107358

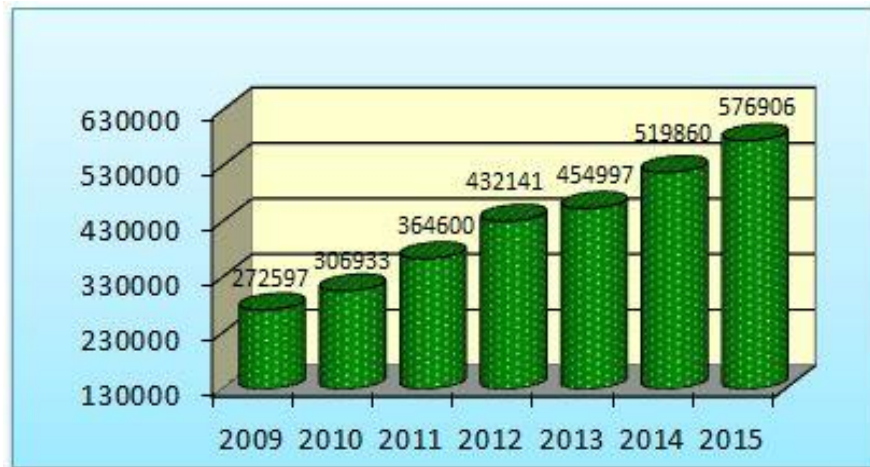
Mənbə: Mənbə: İqtisadiyyat Nazirliyi (<http://www.economy.gov.az>)

2016-cı ildə müəssisələrin sayı 100325 vahid olmuşdur.

2015-ci ildə hüquqi şəxs yaratmadan bizneslə məşğul olan fiziki şəxslərin sayı 576906 vahid olmuşdur. Hüquqi şəxs yaratmadan bizneslə məşğul olan fiziki şəxslərin böyük əksəriyyəti Bakıda, Aran, Gəncə-Qazax və Lənkəran iqtisadi rayonlarında qeydiyyatda alınmışdır.

Qrafik 3.

Fiziki şəxslərin sayı

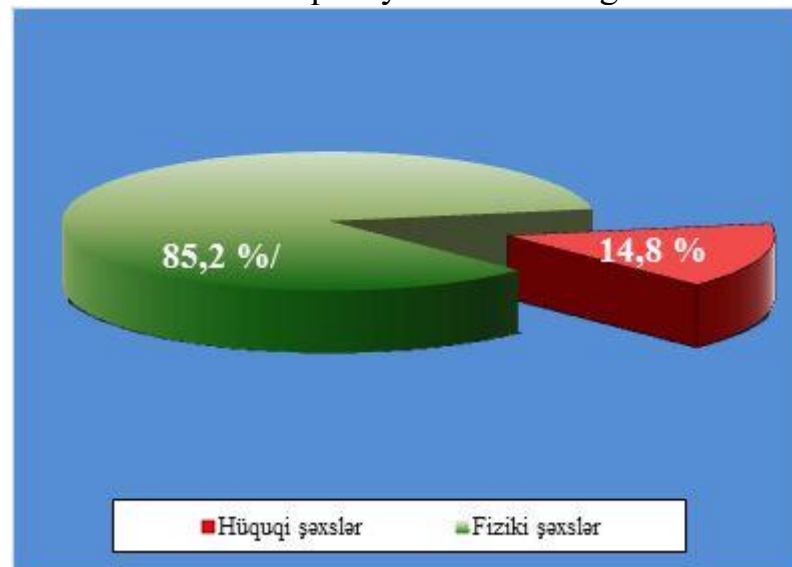


Mənbə: İqtisadiyyat Nazirliyi (<http://www.economy.gov.az>)

Yuxarıdakı cədvəl 6-dan və qrafik 3-dəndə göründüyü kimi istərhüquqi istərsə də fiziki şəxslər olaraq sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olanların artım sayı hər il daha da artmaqdadır.

Qrafik 4.

Sahibkarlıq subyektlərinin bölgüsü



Mənbə: İqtisadiyyat Nazirliyi (<http://www.economy.gov.az>)

Qrafik 4-də 2015-ci il üçün Sahibkarlıq subyektlərinin bölgüsü göstərilmişdir. Burada Hüquqi şəxslərin payının 14,8 faiz olduğunu görürük. 2014-cü ildə isə bu rəqəm 15,4 faiz olmuşdur.

Son illər görülmə tədbirlərin nəticəsi kimi biznes prosesini tənzim edən prosedurlar əhəmiyyətli dərəcədə sadələşmiş, bir pəncərə sistemi sahibkarlığa qeydiyyatı asanlaşdırmış, eləcə də biznes fəaliyyətinə dövlətin maliyyə yardımı strukturu inkişaf etdirilmiş, rüsumlar ləğv olunmuş, mənfəət vergisi göstəricisi 20%-ə enmiş, elektron xidmətlərin sayı xeyli artmışdır.

Sahibkarlığa qeydiyyatın “bir pəncərə sistemi” 2008-ci ildən istifadə edilməyə başlandı, biznesə başlamaq üçün prosedurlar 13-dən 2-ə qədər, qeydiyyat müddəti də 53 gündən 1 günə qədər, tələb edilən sənəd sayı isə 5 dəfə azaldıldı. 2011-ci ildə isə sahibkarların elektron qeydiyyat müddəti 2 gündən bir necə dəqiqəyə kimi azaldı ki, bu da elektron qaydada qeydiyyatın dövriliyəsini artırdı. 2012-ci ildən isə hüquqi şəxslərin elektron qeydiyyat sisteminin istifadə edilməsinə başlanıldı.

Ölkə prezidentinin 3 mart 2014-cü il tarixli “Sahibkarlığın inkişafı ilə əlaqədar əlavə tədbirlər haqqında” Fərmanı biznesin inkişaf etdirilməsinə qayğının, özəl sektora edilən dövlət yardımını, biznesin inkişafının yeni səviyyəsinin hüquqi əsaslarını özündə təcəssüm edən nəzəri sənəd sayılır. Fərmandan irəli gələn tələblərin icrası ilə əlaqədar dövlət orqanları ilə birlikdə işlər görülür, birgə fəaliyyət planı hazırlanır və icra edilir.

Ölkəmizdə sahibkarlığın inkişafı yönündə aparılan siyasət dünyanın diqqət mərkəzindədir. Məsələn, Davos İqtisadi Forumunun hesabatında ölkəmiz rəqabətə davamlılığına görə 144 ölkə içində 38-ci pillədə, MDB-də isə 1-ci yerdədir. “Doing Business 2015” raporunda Azərbaycan 190 ölkə içində 81-ci yerə yüksəlib.

Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin 2011-ci il 26 oktyabr tarixli Fərmanına əsasən İcazələr Elektron İnformasiya sistemi yaradıldı. Portaldan vasitəsilə sahibkarlar icazələr haqqında məlumatlandırılır, həmçinin sahibkarlığa yeni başlamaq istəyən şəxslər, fəaliyyət sferasını genişləndirmək fikrində olan sahibkarlara lazım olan icazə mətnli sənədlər, onların alınması qaydaları, icazələrin istifadə müddətlərinə aid məlumatları əldə edə bilərlər.

Yerli biznes subyektləri tərəfindən istehsal edilən məhsullar və göstərilən xidmətlər haqqında informasiyaların potensial alıcılara çatdırmaqla biznes əlaqələrin qurulmasını dəstəkləmək üçün "2008_2015-ci illər ərzində Azərbaycan Respublikasında əhalinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatına dair Dövlət Proqramı" üzrə verilmiş tapşırıqların icrasına uyğun olaraq "Elektron ticarət" portalı (www.b2b.az) yaradılmışdır. Portal sahibkarlara biznes əlaqələrdə etibarlı vasitəçi, dünya biznesinə asan çıxış imkanının yaradılması missiyasını həyata keçirir.

Ölkədə sənaye məhəllələrinin qurulmasında əsas hədəf kiçik və orta sahibkarlığın inkişaf etməsi üçün lazımi şəraitin təmin olunması, istehsal və xidmət sahələrində məşğulluğun səviyyəsinin yüksədilməsidir. Ölkə prezidentinin müvafiq fərmanından irəli gələn tələblərə əsasən, sənaye məhəllələri biznes fəaliyyətinin icrası üçün lazımi infrastruktur qadir olan, kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin məhsul istehsal edə biləcəyi və xidmət göstərə biləcəyi ərazidir. Sənaye məhəlləsi istehsal prosesində əsas kapital olan infrastruktur xərclənən vəsaitin azaldılması, sahibkarlıq subyektləri arasında əlaqələrin gücləndirilməsi və s. digər məsələlərin həll olunmasında əhəmiyyəti böyükdür. Respublikamızda ilk sənaye parkı sayılan Neftçala Sənaye Parkı prezidentin sərəncamı ilə 2015-ci ildə yaradılmışdır. Sərəncamda deyilir ki, parkın fəaliyyətini Azərbaycan İnvestisiya Şirkəti təşkil edəcəkdir.

Respublikada sahibkarlıq fəaliyyətinə dair qanunvericilik toplusu sürətlə inkişaf edən informasiya əsrinin tələblərindən asılı olaraq yenilənməkdədir. Ölkə başçısının təşəbbüsü ilə sahibkarlıq fəaliyyətinə dair yoxlamalar 2015-ci ildə 2 il müddətində dayandırılmışdır. Qanun ölkəmizdə sahibkarlığın inkişafında mühüm addım sayılır ki, bu da qanunsuz olaraq edilən bürokratik əngəllərin qaşısını alacaqdır. Aparılan islahatların davamı olaraq Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin "Sahibkarlıq fəaliyyətinin xüsusi razılıq (lisenziya) tələb olunan növlərinin sayının azaldılması, xüsusi razılıq (lisenziya) verilməsi prosedurlarının sadələşdirilməsi və şəffaflığın təmin olunması haqqında" Fərmanına əsasən, lisenziya tələb edən fəaliyyət sahələrinin sayının minimuma düşürülməsi qeyd

edilmiş və xüsusi razılıq (lisenziya) verilməsi üçün mərkəzi qurum “ASAN xidmət” və İqtisadiyyat Nazirliyi müəyyən olunmuşdur.

Sahibkarlıqla məşğul olanların təcrübə keçməsi, ixtisasartırma kurslarına yazılması, maarifləndirmə işlərinin aparılması, biliklərinin artırılması məqsədilə 2007-ci ildə İqtisadiyyat Nazirliyinin nəzdində Baki Biznes Tədris Mərkəzi yaradıldı. Tədris Mərkəzinin 7 rayonumuzda nümayəndəliyi fəaliyyətdədir. Mərkəzə müraciət edən sahibkarların məsləhət almaq imkanı var.

2016-cı ildə ölkəmizdə istehsal edilən rəqabətə davamlı məhsulların xarici bazarlara çıxış imkanlarının artırılması üçün yerli və xarici sahibkarların və beynəlxalq partnyorların iştirakı ilə ardıcıl olaraq 59 tədbir keçirilib və bu konfranslarda rəqabətə dözümlü məhsul istehsal edən subyektlərin iştirakı nəzərdə tutulmuşdur. Respublikada sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan iş adamları barədə məlumatların şəffaflığı, onların münasibətlərinin miqyasının artırılması düşüncəsi ilə rəqabətə davamlı məhsul istehsal edənlər haqqında informasiyaları əks etdirən jurnallar hazırlanaraq çap edilib. 2014-cü ildə 250 rəqabət bacarığı olan məhsul istehsal edilən müəssisələr barəsində informasiyanı “Azərbaycan məhsullarının kataloqu”, 125 kənd təsərrüfatı sahəsinə aid olan müəssisələrin məlumatı isə “Azərbaycanda istehsal edilmişdir” kataloqunda, 320 rəqabətə davamlı məhsul buraxan müəssisənin məlumatları “Azərbaycan sənayesi: şirkətlər və məhsullar” jurnalında çap edilib və nazirliyin internet saytında paylaşılmışdır.

Ölkəmizdəki sahibkarlıqla məşğul olan subyektlərin istehsal etdiyi rəqabətə davamlı məhsulların “Azərbaycanda istehsal edilib” adında CD daşıyıcıda yayılması nəzərdə tutulmuşdur. Sahibkarlığa dəstək davamlı inkişaf planının hədəflərinə çatmaq baxımından dövlət siyasətinin əsas istiqamətini təşkil edir. İndiki vəziyyətdə qarşıda duran əsas hədəf iqtisadiyyatın diversifikasiya prosesini sürətləndirmək, neftdən asılı olmayan sənayen sahələrinin yüksək inkişaf tempinə nail olmaq və ixrac qabiliyyətini artırmaqdır. Qeyri-neft sektorunun dinamik inkişafı ilə birlikdə, innovasiya sistemlərinin təşviqi və tətbiqi respublikada elmə əsaslanan iqtisadi potensialın yaranmasına əsas olacaqdır. Əvvəllər iqtisadi inkişaf nəzərindən başqa sahələrə elə də diqqət yetirilmirdi, əsas diqqət neft sənayesinə

yönəlmişdi. Lakin dövlət iqtisadiyyatın balanslaşdırılması üçün “Regionların 2004-2008-ci illər ərzində sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı”nı tətbiq etməyə başladı. Proqramda əsas məqsəd: təbii sərvətlərin lazımınca istifadəsi, bölgələrdə iqtisadi potensialın artırılması, aqrar sahədə işlərin görülməsi, işsizliyin azaldılması, investisiya mühitinin yaxşılaşdırılması, moden biznes və ixraca meyilli sənaye sahələrinin inkişafı idi.

2006-cı ildə isə “Bakı ətrafı qəsəbələrin sosial-iqtisadi inkişafı proqramı” qəbul edildi. Proqram qeyri-neft sektorunun davamlı olaraq inkişaf etməsi barədə ictimaiyyətin bilavasitə informasiya ilə təmin olunması, sosial vəziyyət göstəricilərinin artırılmasına, bölgələrin inkişafına yardım etdi. Paytaxt Bakıda işsizliyin aşağı düşməsi, yoxsulluq səviyyəsinin enməsi idi. Proqramlar ardıcıl olaraq icra edildi. Enerji, qaz, su sistemləri, yol infrastrukturu, ətraf mühit, mədəniyyət mərkəzləri də daxil edilməklə proqram çərçivəsində 827 layihə görüldü başa çatmışdır. Aqrar sahənin ərzaq təhlükəsizliyi səbəbindən böyük paya sahib olması, digər sahələrə nisbətə rəqabətə davamlı olması qeyri-neft iqtisadiyyatının inkişaf etməsində əhəmiyyətli rol oynayır.

Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu on mindən çox aqrar investisiya layihəsinə dəstək göstərmişdir. Sənaye sahələrinin yenidən qurulması məqsədilə dövlət, 2011-2015-ci illər ərzində Neft Fondunun maliyyəsi ilə sosial təhlükəsizliyi və infrastrukturu genişləndirməkdə davam edir. İnkişafın əsas göstəricisi sayılan enerji istehsalı 10 il müddətində ən yüksək nəticəyə catacaq və təqribən 20 ilə yaxın müddətdə aşağı düşməyəcəkdir.

3.2. Azərbaycan iqtisadiyyatının sektorlar üzrə rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması üzrə prioritet strategiyaların formalaşdırılması

Rəqabətə davamlılığın yüksəldilməsi dövlət və hökumət rəsmilərinin və bizneslə məşğul olanların daim nəzərində olmuşdur. Sənayecə inkişaf etmiş ölkələrdə rəqabətə davamlılığın artırılması tədqiqatı ilə institutlar, qurumlar, xüsusi təşkilatlar məşğul olur. Bu onunla əlaqədardır ki, rəqabətə davamlılıq qavramı sənayenin inkişafının əsas hədəflərinin ümumi daxili məhsulun artımı qiymətlərinə nisbətdə daha geniş anlayışdır. Misal üçün, ÜDM-də artıma təbii rentə səbəb ola bilər. Başqa cür sözlə, ölkə iqtisadiyyatının rəqabət bacarığı nəzəriyyəsinin tərəfdarları hesab edir ki, bu nəzəriyyə cari artıma nisbətdə daha ətraflıdır və milli iqtisadi inkişafın orta və uzunmüddətli artım dinamikasının təmin edilməsini göstərir. Ona görə ki rəqabətə davamlılıq insan potensialı və innovativ yeniliklərdən asılıdır. Bu səbəbdən rəqabət qabiliyyətli iqtisadiyyatın qurulması, ayrı-ayrı iqtisadi sferaların rəqabət gücünün artırılması kifayət qədər önəm daşıyır.

İqtisadiyyatımızın integrasiya olunması ölkə iqtisadiyyatına kəmiyyət və keyfiyyət baxımından yeniliklər və artım gətirir. Milli iqtisadiyyatın həm daxili, həm də xarici rəqabət gücünün artırılması müasir dövrdə, dövlətin və onun yuxarıdan aşağıya qədər idarəetmə qurumlarının ən vacib vəzifəsi hesab edilir. İndiki dövrdə ölkə sənayesinin inkişaf dinamikası onun rəqabət gücündən asılıdır. Elə buna görə də sənayenin rəqabət gücünün artırılması dövlətin iqtisadi siyasətinin, həmçinin sənaye siyasətinin şah damarı sayılır. Sənaye siyasəti-təsərrüfat subyektlərinin işinə, həmçinin istehsal amillərinin alınması, istehsalın təşkil olunması, mal və xidmətlərin bölgüsünün aparılması üzrə bütün davranışların cəmidir. Sənaye siyasətinin əsas alətləri bunlardır:

- istehsal amillərini satanlar,
- məhsulları istehlak edənlər,
- son məhsul bazarını tənzim edənlər,
- təsərrüfat mübahisələri hakimləri
- vergi ödəmələrinin aləmləri

- istehsal fəaliyyətini tənzimləyənlər və
- istehsalçılara beynəlxalq müstəvidə təsir edə bilən siyasi subyekt.

Son illərdə ölkə iqtisadiyyatının və onun əsas sənaye sahələrinin gücünün artığı dövrdə sənaye siyasəti anti-böhran tədbiri kimi deyil, artıq strateji əhəmiyyət daşıyır.

Yaxın on il ərzində ölkədə sosial-iqtisadi inkişafda qazanılan uğurlar, yaradılan iqtisadi, sosial, maliyyə imkanları, kadr potensialı, infrastruktur, əhalinin sosial vəziyyətinin düzəlməsi, həmçinin normativ-hüquqi baza ölkəyə davamlı inkişaf üçün rəqabətə davamlılığın yüksəldilməsi vacib məsələ kimi diqqət mərkəzindədir.

Bununla yanaşı, qlobal maliyyə krizi və son iki il ərzində dünya bazarlarında neftin dəyərinin 4 dəfə enməsi, manatın dəyərdən düşməsi, ölkə iqtisadiyyatının inkişaf yolunda neft amilindən asılılığın azaldılması, ticarət partnyorlarımızın olduğu ölkələrdə ÜDM-in aşağı düşməsi səbəbindən ölkəmizin tədiyyə balansı və büdcə kəsirinin artması, ümumilikdə iqtisadi inkişafa beynəlxalq təzyiqlərin çoxluğu, iqtisadi inkişafın amillərini, prinsiplərini, reallaşması mexanizmlərini deformasiyaya düşər eləməklə rəqabətə davamlı iqtisadi inkişaf cəhətdən strateji xəritənin hazır olması və icras üçün ciddi zərurət yaratdı.

Bütün bunlara əsaslanaraqdan ölkə prezidentinin 16 mart 2016-cı il tarixli sərəncamına əsasən “Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sektorları üzrə strateji yol xəritəsinin başlıca istiqamətləri” qəbul edildi. Bu sərəncamın tələblərindən irəli gələrəkdən iqtisadi və sosial inkişaf istiqamətlərinin uyğunlaşması, hazırkı və sonrakı nəsillərin maraqlarının həlli, həmçinin iqtisadiyyatın inkluzivliyinin yüksəldilməsi strateji hədəf kimi seçildi. Güclü, zəif tərəflər, imkanlar və təhlükələrin (GZİT) təhlili nəticəsində iqtisadi inkişafda güclü, zəif hissələr, gözlənilən təhlükələr və təhdidlərin nəzərə alınması ilə ölkəmizin rəqabət üstünlüyü, iqtisadi inkişaf paradiqması müəyyən edildi. Hal hazırda ölkəmiz iqtisadi inkişafının o mərhələsindədir ki, onun inkişafı yalnızresurlardan deyil, bütün iqtisadi potensialın səfərbərliyindən asılıdır. Bu gün ölkə iqtisadiyyatı özü özlüyündə rəqabətə davamlılıq, iqtisadi təhlükəsizlik

amillərini yaratmaq imkanına malikdir. Prezident cənab İlham Əliyev çıxışlarında post-neft iqtisadiyyatını yaratmaq üçün kompleks, sistemativ, sürətli iqtisadi islahatların əsas məqsədlərini qeyd edərək 2016-cı ilin ölkə iqtisadiyyatında dönüş dövrü olacağını bildirmişdi.

Ümumilikdə deyilənləri investisiya; biznes mühitinin normallaşdırılması; sərmayələrin təşviqi; ölkə iqtisadiyyatının rəqabətə davamlılığının artırılması; neftdən asılı olmayan iqtisadiyyatın və ixraca meyilli istehsalın stimullaşdırılması; gəlirli sayılan sahələrin inkişaf etdirilməsinə dövlətin yardımı; əməkhaqqı, pensiyaların artırılması; “Made in Azerbaijan” brendinin tanındılması; və s. kimi bura daxil etmək olar.

Strateji yol xəritəsində inkişafın məqsədlərinə müvafiq olaraq respublikamızda formalaşan inklüziv və transparen modeli sosial inkişafa uyğun olmasına əsaslanmış güclü, şəffaf iqtisadiyyatın formalaşdırılması nəzərdə tutulub. Geniş anlamda inklüziv iqtisadi artım az gəlirli ailələr üçün təhsilin və tibb xidmətlərinin əlçatan olması, ətraf aləmin qorunub saxlanılması, məhsul istehsalı xərclərinin aşağı salınması, artımın mənəvi cəhətdən gücləndirilməsini ehtiva edir.

Prezidentin 16 mart 2016-cı il tarixli sərəncamına əsasən “Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sektorları üzrə strateji yol xəritəsinin başlıca istiqamətləri”nin icrasını təmin etmək üçün iqtisadiyyatın 11 sektoru ilə əlaqəli 12 strateji yol xəritəsi hazırlanıb və təsdiq edilibdir. Bu sənədlər arasında vacib əhəmiyyəti olan “Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyatının perspektivliyi üzrə yol xəritəsi” hazırkı durumun GZİT təhlili və diaqnostik nəticəsi əsasında 2020-ci ilə kimi ölkədə inkişaf planı və 2025-ci ilə qədər qarşıya qoyulan əsas hədəfləri özündə təcəssüm edir. Sənəddə nəzərdə tutulmuş tədbirlərin həyata keçirilməsi məqsədi ilə lazım olan investisiyalar və inkişaf şərtləri qiymətləndirilmişdir.

GZİT təhlilinin sonuclarına görə iqtisadi inkişafın əsas güc amillərinin yeni yanaşmaya keçidi üçün dəyərli xüsusiyyətləri mövcuddur:

Güclü tərəflər	Zəif tərəflər
• strateji cəhətdən əhəmiyyətli coğrafi mövqe • ictimai-siyasi sabitlik • sosial sahələrin daim dövlətin diqqət mərkəzində olması • vətəndaşlara dövlət xidmətlərinin göstərilməsi sahəsində effektivlik və şəffaflığın artırılması ("ASAN xidmət" mərkəzləri) • sahibkarlığın inkişafına, ixracın stimullaşdırılmasına, iqtisadiyyatın şaxələndirilməsinə və əlverişli investisiya mühitinin yaradılmasına dövlət dəstəyi • əhəmiyyətli enerji və nəqliyyat dəhlizi üzrə qlobal layihələrdə iştirak • enerji və ərzaq təhlükəsizliyi baxımından özünü təmin etmə səviyyəsinin qənaətbəxş olması • dövlət borcunun, işsizlik səviyyəsinin və inflyasiyanın qənaətbəxş səviyyədə olması	• makroiqtisadi siyasətin pro-tsiklik olması • iqtisadiyyatın və ixracın zəif şaxələndirilməsi • ölkə iqtisadiyyatının neft-qaz gəlirlərindən asılılığı • dövlət müəssisələrində və özəl sektorda korporativ idarəetmənin yeterli səviyyədə olmaması • birbaşa xarici investisiyaların əsasən neft-qaz sektoruna yönəldilməsi • xarici şokları absorbsiya imkanlarının zəif olması • investisiya qoyuluşlarında dövlətin payının böyük olması, özəl təşəbbüskarlığın zəif dinamikası • ixracın əsasən xammalyönümlü olması • istehsal sahələrində idxaldan asılılıq • qeyri-rəsmi məşğulluq səviyyəsinin yüksək olması • insan kapitalının inkişafı üzrə zəif global mövqe • xidmət ixracının təşviqinin zəif olması
İmkanlar	Təhlükələr
• global dəyər zəncirinə inteqrasiya, iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi imkanları • prioritet sahələr üzrə inkişaf imkanlarının olması • qeyri-rezident sahibkarlara əlverişli biznes mühitinin yaradılması • dövlət mülkiyyətində rentabellik səviyyəsi aşağı olan sahibkarlıq subyektlərinin özəlləşdirilməsində həm yerli, həm də xarici sahibkarların iştirakı üçün əlverişli şərait yaratmaqla, özəl investisiya qoyuluşlarının təşviq edilməsi • məşğulluqda qeyri-dövlət sektorunun rolunun artması	• regiondakı geosiyasi gərginliyin artması • fiskal yükün artması • investisiyaların istehsal sahələrindən daha çox infrastruktur layihələrə cəlb edilməsi • təbii ehtiyatların tükənməsi, yeni artım sahələrinin itkiləri kompensasiya etmə səviyyəsinin aşağı olması • orta gəlir səviyyəsinə düşmək və ya daha aşağı gəlir qrupuna enmək

Yaxın gələcəkdə ölkənin əsas hədəfi ardıcıl olaraq milli iqtisadiyyat dəyişən şəraitə uyğunlaşdırılmasını tələb edir. Bu proses yaxın gələcəkdə ölkənin davamlı inkişaf modelinə keçməsinə imkan yaradacaqdır. Son illərə qədər respublikamızda sosial-iqtisadi məsələlərin tənzim olunması üçün fiskal, başqa cür desək, büdcə-vergi tənzimlənmə siyasəti ciddi yer tuturdu. Ancaq son iki il müddətində iqtisadiyyatımıza xarici amillərin mənfi təsiri, beynəlxalq çağırışlar, üzən məzənnə sisteminə keçid monetar tənzimlənmə siyasətinin tətbiqini zəruri etdi. Bu səbəbdən

ölkədə uzunmüddətli makroiqtisadi stabilliyi qorumaq və davamlı olaraq iqtisadi inkişafı təmin etmək məqsədi ilə fiskal və monetar tənzimləmə alətlərinin optimal nisbətdə tətbiqi zəruri haldır.

Müasir şəraitdə sosial-iqtisadi proseslərin tənzimlənməsində rəqabətə davamlı iqtisadiyyatın inkişafı prizmasından qlobal regional vəziyyətin qiymətləndirilməsinə əsasən gələcəkdə ölkənin iqtisadi inkişafının xarakterinə: beynəlxalq iqtisadi güclərin Asiyada yeni yaranan bazarlarda maraqlarının olması; texnoloji yeniliklərin təsirləri; geosiyasi dəyişikliklərin və neft-qaz amilinin təsirləri xüsusi rol oynayır.

Beynəlxalq Valyuta Fondu ötən bir neçə il ərzində ölkəmizdə iqtisadiyyatın bütün sahələri üzrə 2025-ci ilə kimi illik 2-3% artım proqnozlaşdırıb. Iqtisadiyyatda intensiv amillərin əsasən, elmtutumlu sahələrin üstünlüyü hesabına iqtisadi artımda intellektual tutumlu kapitalın payı getdikcə artır, qeyri-neft iqtisadiyyatının ÜDM-də payı artmağa davam edir, milli iqtisadiyyatın rəqabətə davamlılıığı artır, bütövlükdə sənaye parkların yaradılması ilə iqtisadiyyatın yenilənməsi prosesi müşahidə edilir.

Cədvəl 7.

Beynəlxalq Valyuta Fondunun Azərbaycan üzrə proqnozları

Göstərici	2014	2015	Proqnoz				
			2016	2017	2018	2019	2020
<i>(illik dəyişmə, faizlə)</i>							
ÜDM, sabit qiymətlərlə	2,8	1,1	-2,4	1,4	2,3	2,9	2,5
Neft sektoru	-2,4	0,3	-0,4	-0,1	3,0	4,3	1,0
Qeyri-neft sektoru	6,9	1,1	-3,6	2,4	1,8	2,0	3,4
İnflyasiya, orta illik	1,5	4,1	10,2	8,5	4,2	4,1	4,0
Manatla pul bazası	-0,9	-40,2	17,0	21,7	16,2	12,3	12,5
Manatla geniş pul kütləsi, M2	6,1	-50,6	2,8	13,2	16,8	19,1	24,3
İxrac	-11,1	-44,8	-13,2	13,6	8,7	8,5	4,6
İdxal	-16,3	4,7	-13,7	10,9	10,7	2,3	2,3
Qeyri-neft büdcə kəsiri/qeyri-neft ÜDM (payı, faizlə)	-35,8	-34,4	-37,7	-32,6	-31,8	-28,3	-27,4

Mənbə: Beynəlxalq Valyuta Fondu

1993-2016-cı illərdə bütün ölkədə əsas kapitalla qoyulan investisiyaların həcmi 195,8 milyard manatı ötmüşdür.

Nazirlər Kabinetinin 2016cı ildə sosial-iqtisadi inkişafın yekunlarına və qarşıya qoyulan hədəflərə həsr edilmiş iclasda qeyd edilmişdir ki, keçən il ölkəmizdə yüz mindən çox iş yeri açılmış, kənd təsərrüfatı istehsalı 2.2 faiz, qeyri-neft məhsulları 5,5 faiz artmış, yoxsulluq 5 faizə düşmüş, bütövlükdə iqtisadiyyatımıza 11 milyard 700 milyon manat sərmayə qoyulmuşdur.

Ölkəmiz 2015-ci ildən postneft erasına qədəm qoymuşdur. Bu zaman qarşıda duran məsələləri həll etmək üçün ölkə iqtisadiyyatı üç potensial imkana sahibdir.

Birincisi, ölkə Rusiya, Türkiyə, İran bazarları arasında yerləşir. Aparılan təhlillərə görə, ölkəmiz qısa bir vaxt ərzində bu bazarlara böyük ölçüdə və çox şaxəli daxili ola bilmək gücündədir.

İkincisi, ölkəmiz yaxın gələcəkdə yenidən İpək yolunun gətirəcəyi imkanlardan istifadə etmək üçün kifayət qədər nəqliyyat və logistika infrastrukturuna malikdir.

Üçüncüsü, Azərbaycan yalnız tranzit imkanlarına malik olmaqla kifayətlənməyəcək, həm də ərazisindən keçib gedən məhsullara əlavə dəyər əlavə edərək beynəlxalq dəyər zəncirindən fəal sürətdə faydalana biləcək.

Davos İqtisadi Forumu tərəfindən hazırlanan insan kapitalı indeksi hesabatında Azərbaycan 2015-ci ildə 125 ölkə arasında 63-cü yeri, illik qlobal rəqabətə davamlılıq hesabatında 144 ölkə içində 78-ci yeri, həmçinin iqtisadiyyatının rəqabətə dözümlülüyünə görə son bir neçə ildə 4 pillə irəli gedərək 40-cı yerdən 36-cı yerə yüksəlib.

Ölkəmizdə bu gün geniş şaxəli nəqliyyat, logistika infrastrukturu vardır. 2018-ci ilə kimi Sumqayıt Sənaye Parkında 2milyarda ABŞ dolları dəyərində bir neçə müəssisə tikilib istifadəyə veriləcək. Belə möhtəşəm vəzifələrin uğurla icra edilməsində insan kapitalının rolu danılmazdır. Təhsilin-elmin-innovasiyaların uzlaşmasının, əsasən alınan nəticələrin istehsala tətbiq edilməsi məsələsində araşdırmaların genişləndirilməsinə ehtiyac duyulur. Bu cəhətdən Azərbaycan

Dövlət İqtisad Universitetində(UNEC) “Təhsilin sosial və iqtisadi inkişafda rolu” mövzusu ətrafında aparılan beynəlxalq elmi-praktiki konfransda əldə olunan nəticələrin, təkliflərin və tövsiyələrin təcrübədə tətbiqi başlıca əhəmiyyət daşıyır.

Bütün bu məsələlərin həll edilməsində əmək məhsuldarlığı səviyyəsinin artırılması çox mühümdür. Belə ki, ölkəmizdə əhalinin əmək məhsuldarlığı səviyyəsi 35 min ABŞ dolları, qonşu Rusiyada 43 min ABŞ dolları, qardaş ölkə Türkiyədə isə 58min ABŞ dolları civarında olmuşdur. Gələcək illərdə bu sahənin inkişafına nail olmaq məqsədi ilə strateji yol xəritəsinə əmək məhsuldarlığının artırılması ilə əlaqədar göstərişlər əlavə edilmişdir.

Qarşıya qoyulmuş strateji hədəflərin yerinə yetirilməsi məqsədi ilə bazar və dövlət mexanizmlərini elə optimal səviyyədə tətbiq etməlidir ki, ölkədə iqtisadi təhlükəsizliklə yanaşı iqtisadiyyatın rəqabətə davamlılığı inkişaf etsin, daim dəyişən tələblərə effektiv reksiya verə bilsin, mövud potensialın davamlı inkişafın əsas iqtisamətlərinə uyğun istifadəsi təmin edilsin.

Bu gün ölkəmizin iqtisadçılarının əsas vəzifəsi hazırkı sosial-iqtisadi durumunu GZİT analiz etmək, davamlı inkişaf modelinin istiqamətlərinə uyğun olaraq iqtisadiyyatımızın bütün sahələrinin rəqabətə davamlılığını artırmaq üçün konkret təkliflərin hazırlanmasından ibarətdir.

Onu da qeyd etmək istərdim ki, son illər ərzində respublikamızda qəbul olunan bütün proqramların, layihələrin və qarşıya qoyulmuş məqsədlərin icrası tam və vaxtında həyata keçirilmişdir. Çünki icrası nəzərdə tutulmuş bütün proqramların, tədbirlərin, hədəflərin hamısı ölkə başçısının birbaşa nəzarətində olmuşdur.

3.3. Azərbaycanın gələcək inkişafında rəqabət imkanlarının yüksəldilməsi perspektivləri

Azərbaycan Respublikası Prezidenti tərəfindən imzalanan 2012-ci il 29 dekabr tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilən “Azərbaycan 2020: Gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyası ölkənin gələcək rəqabət perspektivlərinin artırılmasını əhatə edir.

Konsepsiyanın əsas hədəfi mövcud olan resurslar istifadə edilməklə, ölkəmizdə davamlı iqtisadi artımın, sosial vəziyyətin, dövlətin idarə edilməsi mexanizmlərinin, qanunların aliliyinin, vətəndaş cəmiyyətinin inkişafını təmin etməkdir. 2020-ci ildə ölkəmiz iqtisadi-sosial baxımdan inkişaf edən, rəqabətə davamlı ölkə statusu qazanacaqdır. Ölkənin ən ucqar yerlərində də insanların gündəlik telekommunikasiya, səhiyyə və təhsilə olan tələbatları ödəniləcəkdir.

Azərbaycan Respublikası insanların gəlirlərinin yüksək, işsizliyin minimum olduğu, elmtutumlu insan kapitalına, təhlükəsiz, sağlam təbii mühitə sahib olan bir məkan halına gələcəkdir. Nəzərdə tutulan tədbirlərin icrasından sonra Azərbaycanda adambaşına düşən ümumi daxili məhsulun həcmi on üç min ABŞ dolları olacaqdır.

2020-ci ilə kimi Azərbaycanın Dünya Bankının adambaşına düşən Ümumi Milli Gəlir qrupuna görə “yüksək orta gəlirli ölkələr” içərisində tamhüquqlu olması və bu qrupda yer tutmasının səbəbi kimi neft amilindən asılılığın məhdudlaşdırılması, həm də Birləşmiş Millətlər Təşkilatının İnkişaf Proqramının İnsan İnkişafı ilə əlaqəli qruplaşdırmasına görə “yüksək insan inkişafı” indeksi qrupunda ön sıralara yüksəlməsi əsas hədəf kimi qarşıya qoyulur. Azərbaycanın iqtisadi inkişafı prizmasından bölgənin lider dövləti olmaqdan çıxaraq beynəlxalq aləmdə yüksək rəqabətə davamlı iştirakçı mövqeyi tutması baş tutacaqdır. Bu məqsəddən dolayı ölkənin geniş potensialı nəzərdə tutularaq, regionun lider ticarət mərkəzi olması, post neft iqtisadiyyatı üzrə adambaşına olan ixracın min ABŞ dolları həddinə çatdırılması proqnozlaşdırılır. Qeyd edilən məqsədlərə çatmaq üçün bazar iqtisadiyyatı mərhələsində xalis rəqabəti təmin edə bilən faydalı dövlət

tənzimlənməsi mexanizmi, yüksək dəyər yaradan ixraca meyilli iqtisadiyyata keçid və sosial məsələlərin həllinə kompleks yanaşma alətləri rəhbər tutulacaqdır.

Konsepsiya daxilində istehsal amillərinin məhsul vermə qabiliyyətinin artması nəticəsində iqtisadiyyatın daha səmərəli və innovasiyanın üstünlük təklil etdiyi dövrə keçməsi planlanır. Ölkə iqtisadiyyatının rəqabət gücünün yüksəldilməsi makroiqtisadi stabilliyin qorunub saxlanılması, monetar və fiskal tənzimləmə alətlərinin düzgün koordinasiya edilməsi, biznes mühitin sağlamlaşdırılması, maliyyə xidmətləri bazarının inkişafı, investisiya siyasətinin təkmil hala gətirilməsi kimi addımların məcmusudur. Bu mərhələdə inflyasiyanın stabil saxlanılması, daha səmərəli məzənnə rejiminə transformasiya nəzərdə tutulur. Neft-qaz sahəsi və neft-kimya sənayesində modernləşdirilmənin aparılması, qeyri-neft sənayesinin geniş ölçüdə şaxələndirilməsi, alternativ enerji ehtiyatlarından istifadənin artırılması, kənd təsərrüfatının inkişaf etdirilməsi, ərzaq təhlükəsizliyi probleminin həll edilməsi, xarici ticarət və sərmayələrin həcmnin artırılması başlıca prioritet məsələlər olacaqdır. Konsepsiya dövründə qeyri-neft iqtisadiyyatı üzrə ümumi daxili məhsulun orta illik real artım tempinin 7%-dən çox olacağı proqnozlaşdırılır.

İqtisadiyyatın diversifikasiyasını sürətləndirmək, neftdən gələr gəlirlərin həcmindən asılı olmadan qeyri-neft iqtisadiyyatının inkişaf tempini qorumaq və daha da artırmaq indiki mərhələdə başlıca məqsəd hesab edilir. Konsepsiyada ixraca meyilli iqtisadi model əsas meyar sayılır və planlaşdırılır ki, rəqabət qabiliyyətinin artırılması qeyri-neft sektorundan ixracın artmasına gətirib çıxaracaqdır. İnnovasiyaların stimullaşdırılması və tətbiqi ölkədə elmə söykənən iqtisadiyyatın formalaşmasının əsasını qoyacaqdır. Çatması planlaşdırılan hədəflər üçün ölkənin bütün potensialından düzgün şəkildə faydalanmaq, mövcud olan iqtisadi, sosial, siyasi imkanlardan bəhrələnmək və ölkənin iqtisadi gücünün artırılmasına şərait yaratmaq əsas şərt sayılır.

Bu prizmadan çıxış edərək, enerji, yol, logistika və tranzit imkanlarının genişləndirilməsi, regionlara xüsusi diqqət göstərilməsi, kənd yerlərində infrastrukturun yenidən qurulması, sosial xidmət səviyyəsinin yaxşılaşdırılması,

nəhayət regionlar üzrə vətəndaşların yaşayış səviyyəsinin balanslaşdırılmasının təmin edilməsi istiqamətində tədbirlərin icrası plaşlaşdırılır .

İnformasiya-kommunikasiya texnologiyalarından istifadənin genişləndirilməsi, bu sahədə beynəlxalq təhlükəsizlik standartlarının tətbiqi, milli standartların yaradılması, ölkənin hər yerində rəqəmsal yayıma keçidin təmin olunması, həmçinin “elektron hökumət” sisteminin 100% tətbiqi ölkəmizdə müasir idarəetmə strukturunun əsasının qoyulmasında başlıca prioritet məsələ kimi müəyyən edilmişdir.

Ümumiyyətlə, hər bir iqtisadi artımda tək bir məqsəd var, o da ki sosial rifah səviyyəsinin qaldırmasıdır. Bu cəhətdən, sosial məsələlərin həll edilməsi konsepsiyanın əsas prioriteti hesab olunur. Təhsildə, səhiyyədə keyfiyyətin artırılması, əhəlinin sosial müdafiəsinin yaxşılaşdırılması, gender bərabərliyinin qorunması, gənclərin özünüinkişaf və idman qabiliyyətinin artırılması bu prioritetin vacib addımlarıdır.

Konsepsiyadan irəli gələrək Azərbaycanda son 10 ildə yoxsulluğun qarşısının alınması işində ciddi uğurlar əldə edilmişdir. Ölkədə “mütləq yoxsulluq” məsələsinin həlli, yəni qəbul edilən tələblərə əsasən yoxsul sayılan biləcək insanların sayında kəskin azalmanın olması uğurla icra edilən sosial-iqtisadi siyasətdən asılıdır. Bundan başqa, ölkəmizdə orta təbəqənin artması, həmin təbəqənin təsir qabiliyyətinin gücləndirilməsi əsas məqsədlərdəndir. Dünya təcrübəsinə görə, orta təbəqəsi güclü olan ölkələr siyasi, iqtisadi və sosial prizmadan daha sabit və yüksək inkişafa qadir olurlar.

Bildiyimiz kimi, dünya ölkələrinin əksəriyyətinin qlobal iqtisadi böhranının mənfi təsirlərindən azad olmadığı bir vaxtda, ölkə iqtisadiyyatı böhranın mənfi təsirlərindən yan keçmiş, son 5 ildə iqtisadi artım davamlı olaraq artmışdır. Ölkə iqtisadiyyatının şaxələndirilməsi, qeyri-neft iqtisadiyyatının inkişaf dinamikası artmış, valyuta ehtiyatlarının idarə olunması təmin edilmiş, sahibkarlığa dövlətin dəstəyi artmış, azad rəqabət mühiti və daha cəlbedici investisiya mühitinin qurulması fonunda işlər görülmüş, sosial vəziyyət stabilləşmişdir.

İqtisadiyyatımızın sürətli inkişafı beynəlxalq təşkilatların hesabatlarında əks olunmuşdur. “Qlobal rəqabətlik hesabatı”na görə 2013-ci ildə Azərbaycan MDB-də 1-ci yerdə qərarlaşmışdır. Bu hesabatda ölkəmiz 145 ölkə içərisində 44-cü yerə qalxmışdır. Hətta bəzi göstəricilərdə daha yaxşı nəticələr qazanılmışdır. Məsələn, “əmək bazarının səmərəliliyi” kəmiyyəti üzrə Azərbaycan dünyada 27-ci, “makroiqtisadi sabitlik” kəmiyyəti üzrə isə 18-ci yeri tutmuşdur.

Axıncı “Doing Business” raporunda Azərbaycan 186 ölkə içərisində 68-ci yerə çıxmışdır. Bu raportun aparıldığı 10 göstəricidən 4-ündə ölkəmiz dünyada ilk 25 ölkə arasına daxil ola bilmişdir. Belə ki, “mülkiyyətin qeydiyyatı” kəmiyyətinə görə Azərbaycan dünyada 10-cu, “investorların müdafiəsi” kəmiyyətinə görə 27-ci, “müqavilələrin həyata keçirilməsinin təmin edilməsi” kəmiyyətinə görə 24-cü, “biznesə başlamaq” kəmiyyətinə görə 17-ci yerə qalxmışdır. Bundan başqa ölkə iqtisadiyyatının durumu beynəlxalq reyting agentliklərinin də daim diqqətindədir. Belə ki, 2012-ci ilin aprelində “Moody's” Qlobal Reyting Agentliyi ölkəmizin uzunmüddətli kredit reytingi səviyyəsini “Ba1”-dən “Baa3” -ə yüksəltmişdir. 2012-ci ilin dekabrında isə “Standart & Poors” Qlobal Reyting Agentliyi ölkəmizin xarici və daxili valyutada olan uzunmüddətdə suveren kredit reytingi səviyyəsini “BBB”-də saxlamışdır. Eləcə də, “Fitch Ratings” agentliyi eyni reyting dərəcəsini “sabit” olaraq “BBB” səviyyəsində saxlamışdır. Şübhəsiz ki, özünün inkişafı ilə seçilən ölkəmizin son 10 il ərzində ümumi daxil məhsulu real olaraq 3 dəfə, sənaye məhsulu istehsalının həcmi 2,5 dəfə, aqrar sahə 1,5 dəfə, tikinti sahəsi 3,9 dəfə, nəqliyyat sahəsi 2,5 dəfə, rabitə və informasiya sahəsi 7,3 dəfə, ticarətin həcmi isə 2,8 dəfə artmışdır.

Ümummilli Lider Heydər Əliyevin müəyyən etdiyi məqsədyönlü siyasət Azərbaycanda azad bazar iqtisadiyyatı prinsiplərinə əsaslanmış milli iqtisadiyyatın qurulmasına yol açmışdır, sosial-iqtisadi sabilliyi və sürətli inkişafına səbəb olmuşdur.

Ölkəmizin sahibkarlığın inkişafı baxımından, xüsusilə də qeyri-neft bölməsində və regionlarda böyük potensialı vardır. Həmçinin, bu sahədə gedən inkişafın və aparılan təcrübənin analizi onu əks etdirir ki, ölkədə sahibkarlıq

fəaliyyətinin inkişaf etdirilməsi üçün qazanılan uğurların möhkəmləndirilməsi, kiçik və orta sahibkarlara dəstək olunması davamlı olaraq həyata keçirilməlidir. Respublikada sahibkarlığın inkişaf etməsi üçün biznes mühitinin şəffaflığı, bunun üçün qanunvericilik bazasının daim yenilənməsi, yerli və xarici sərmayələrin, modern texnologiyaların, idarəetmə praktikasının cəlb olunması və bu minvalla daha keyfiyyətli, rəqabətə dözümlü məhsulların istehsalının baş tutması dövlət başçısının müəyyənləşdirdiyi iqtisadi inkişafın prioritet addımlarından sayılır. Bu bölmədə aparılan dövlət siyasəti sahibkarlara yaradılan şəraitin daha da yaxşı hala gəlməsinə, dövlət dəstəyinin daimiliyinə, dövlətlə-sahibkar əlaqələrinin inkişafına, bazar iqtisadiyyatı infrastrukturunun yaradılmasına və onlardan səmərəli şəkildə istifadə olunmasına istiqamətlənəcəkdir.

Ölkəmizdə 2013-ci ildə ÜDM 2,3 faiz, adambaşına düşən payı isə 5894,6 manat (7495 dollar) olmuş, ümumi daxili məhsulun artım dinamikası qeyri-neft iqtisadiyyatı gücünə artmaqda davam etmişdir. Keçən il qeyri-neft amilinin artımı 9,8 faiz olmuş və ÜDM-də həcmi 53,7 faizə qalxmışdır. Orta illik inflyasiya 1,2 faiz, strateji valyuta ehtiyatlarımız isə 46 milyard dollara çatmışdır.

Ölkəmizdə son illər aparılan regional və global layihələr, fərqli infrastruktur layihələr ölkəyə yeni sərmayələrin cəlbinə imkan yaratmış, əlverişli investisiya mühiti formalaşmışdır. 2013-cü ildə iqtisadiyyatımıza qoyulan 22,1 mlrd. ABŞ dolları dəyərində investisiyanın 13,4 mlrd. dolları daxili, 8,7 mlrd. dolları xarici investorlar tərəfindən təmin edilmişdir. Həmin ildə ərzaq məhsulları istahsal edən 2300-dən çox sahibkar subyektinə 185 milyon manat dəyərində güzəştli kreditlər verilmişdir ki, bu da 7800-dən çox iş yerinin açılması ilə nəticələnmişdir. Əvvəlki illərlə müqayisədə cəbhəyanı rayonlarda icra edilən layihələr 66%, iş adamlarına verilən güzəştli kreditlər 86% və yeni yaranan iş yerlərinin sayı 84% artmışdır.

Yeni texnologiyaların tətbiq olunduğu layihələrin icrasına verilən kreditlərin həcmi 2012-ci ilə nisbətən 65% artmışdır. Bu kreditlər hesabına rəqabətə davamlı və ixraca meyilli məhsul istahsalı qabiliyyətində olan kiçik və orta qeyri-neft sənayesi firmalarının qurulması ölkənin fərqli-fərqli yeyinti və digər sənaye mallarına tələbatının yerli məhsullar hesabına təmin olunması ilə birlikdə,

respublikanın ixrac imkanlarının yüksəldilməsi baxımından mühüm məna kəsb edir. Bundan başqa, müasir innovasiya texnologiyalarının tətbiq edildiyi investisiya proqramlarının həyata keçirilməsi bölgələrdə investisiya mühitinin yaxşılaşdırılmasına, başqa bölmələrin inkişafına, o cümlədən də yeni iqtisadi strukturun formalaşmasına zəmin yaradacaqdır.

Sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi iqtisadi siyasətin başlıca tərkib hissəsi kimi daim diqqət mərkəzindədir. Bu səbəblə mütəmadi olaraq dövlət-sahibkar əlaqələrinin inkişafına nail olunması, dövlət tənzimləmə alətlərinin, sahibkarlığı əhatə edən qanunların təkmilləşdirilməsi, bölgələrimizdə sahibkarlığın inkişafı, sahibkarlığa dövlət köməyi kimi tədbirlər icrası baş tutmuşdur. O cümlədən, sahibkarlara məsləhət və informasiya dəstəyinin artırılması və biznes əlaqələrinin genişləndirilməsi üçün işlər görülməkdədir. Həmçinin bu sahəyə insanların daha çox, eləcə də gənc sahibkarların, qadın iş adamlarının cəlb olunmasını, onların işgüzar qabiliyyətlərinin reallaşmasında geniş imkanların yaranmasını ehtiva edir. Əlavə olaraq, biznesə dövlətin maliyyə köməyi sistemi yaranmış və bu mənbə hesabına kiçik və orta sahibkarların tələbatları tam ödənilir.

Yaxın bir neçə il ərzində biznes prosedurunu tənzim edən qaydalar böyük ölçüdə liberallaşdırılmış, maliyyə köməyi mexanizmi işə düşmüş, idxalda rüsumlar azaldılmış, mənfəət vergisi kəmiyyəti 20 faizə endirilib, sahibkarların hüquqlarının müdafiə edən sistemlər yaradılıb və sahibkarların qeydiyyatı alınma qaydaları asanlaşdırılmış, elektron qeydiyyatı keçilmişdir. Bütün göstərilən xidmətlər elektron olaraq tətbiq edilməyə başlanılmış, lisenziya və sertifikatların icazələrin alınması və bu xidmətlərin dövlət rüsumlarının ödənilməsi elektron şəkildə tətbiq edilməyə başlanılmışdır. Ötən ildən etibarən Vergilər Nazirliyinin fərdi sahibkarlarla yanaşı, hüquqi şəxslərlə də iş prinsipi elektronlaşdırılmışdır. Məcəlləyə edilən son dəyişikliklərə görə fərdi şəxslərin gəlir vergisi azaldılmışdır. Sənaye və texnologiya məhəllələrinə vergi güzəştləri aid edilmişdir.

Azərbaycan iqtisadiyyatında və onun təməl qolu olan sahibkarlığın inkişafı məsələsində son zamanlarda yaşayan müsbət meyllər qabarıq formada özünü büruzə verir. ÜDM-də özəl iqtisadiyyatın payının 2004-cü ildə 75 faiz olduğunu

bilirdikse, əvvəlki illərdə görülən işlər sayəsində 2013-cü ildə bu kəmiyyətin 83 faiz olduğunu deyə bilərik. Kənd təsərrüfatı, istehsal sahəsi, ticarət, tuzirm və otelçilik, tikinti, səhiyyə, təhsil, yol-nəqliyyat sahələrində özəl bölmə 80-90% pay sahibidir. 2013-cü ildə bu sektorda istehsal həcmnin sənaye məhsulları istehsalının 81 faizini təşkil etdiyinin şahidi olduq.

Rəqabət gücü olan məhsulların istehsal olunduğu 100-dən çox müəssisənin nümayəndələrinin iştirakı ilə keçirilən tədbirdə qarşılıqlı münasibətlərin qurulması, sənaye məhsullarının yeni növlərinin yaradılması və məhsullardan ölkə çərçivəsində istifadənin artırılması üçün geniş tərkibli debatlar aparılmışdır. 2011-ci il 8 oktyabr tarixi ilə Sumqayıt Texnologiyalar Parkında respublikamızda rəqabətə davamlı sənaye məhsullarını istehsal edənlərin və onların alıcılarının, eləcə də dövlət satınalmaları işini aparan dövlət qurumlarının nümayəndələrinin iştirakı ilə geniş tərkibdə görüşlər keçirilmişdir. Görüş çərçivəsində ölkədə istehsal edilən sənaye məhsulları kataloqunun və elektron formada təqdimatı edilmiş və lazımı nəticələrə varılmışdır.

Bütün bunlardan belə nəticəyə varmaq olur ki, rəqabətə davamlı iqtisadiyyatın yaranması üçün sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi məsələsində qeyd edəcəyim tədbirlər məqsədə uyğun sayılır:

- biznes fəaliyyətini nizama salan normativ-huquqi əsasların təkmili işinin davam olunması, ölkə iqtisadiyyatının dövlət tənzimləmə alətlərinin faydalılığının yüksəldilməsi;

- ilkin kapitalın yaranması, investisiya qoyuluşları üçün uzunmüddətli kreditlərin əldə edilməsinin asanlaşdırılması;

- qabaqcıl biznes fəaliyyəti sahələrinin inkişafına yönələn tədbirlərin genişlənməsi, fərqli istiqamətlərdə sistemli olaraq iş görən təsisatların qurulması;

- ölkənin ixrac imkanlarının faydalı həyata keçirilməsi düşüncəsi ilə qeyri-neft sektorunun ixraca meyli olan sahələri üzrə məhsul istehsalı, həmin məhsulların rəqabətə davamlılığının artırılması, yerli iş adamlarının dünya bazarlarında mövqeyinin artması üçün tədbirlərin görülməsi.

Ölkə əhalisinin və onun strukturası ilə əlaqədar kəmiyyət və keyfiyyətin qeyd olunduğu göstəricilər milli iqtisadi gücün başlıca elementləri sayılır. Milli təhlükəsizliyin qorunması məqsədilə miqrasiya və demoqrafik məsələlər olduqca vacibdir. 2020-ci ilə kimi təqribən ölkə əhalisinin sayı 10,2 milyona çatacağı proqnoz edilir. Bu məqsədlərə nail olmaqdan ötrü qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsi və institusional perspektivin artırılması üçün işlər görülməyə davam ediləcəkdir.

Mədəni irsin qorunması, effektiv idarə edilməsi, yeni yaradıcılıq işlərinin təhlükəsizliyi, ətraf aləm problemləri də konsepsiya daxilində əsas istiqamət kimi qəbul edilib və ciddi siyasət tədbirlərinin görülməsi planlaşdırılmışdır.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Müasir qlobal iqtisadi çətinliklərin fonunda Azərbaycan üçün xarici iqtisadi əlaqələrin struktur və coğrafi baxımından genişləndirilməsinə hədəflənmiş məqsədyönlü rəqabətliliyin təmin edilməsi siyasətlərin icrası xüsusi əhəmiyyət kəsb etməkdədir. Yeni iqtisadi şəraitdə bu istiqamətdə həyata keçirilməli olan siyasət tədbirlərinin qlobal iqtisadi sistemdəki sistem dəyişikliklərinin, eləcə də milli iqtisadiyyat qarşısında dayanan çağırışlara əsaslanaraq formalaşdırılması zəruri əhəmiyyət kəsb etməkdədir.

Aparılan araşdırmalar göstərir ki, 2004-cü ildən etibarən ölkə iqtisadiyyatında əhəmiyyətli artım təmayüllərinin müşahidə olunmasına paralel olaraq ixracın diversifikasiyası səviyyələrində də geriləmələr baş vermişdir ki, bu da əsasən ixrac məhsullarının çeşidlilik baxımından azalması şəklində özünü büruzə vermişdir¹ Nüfuzlu “The Observatory of Economic Complexity” hesabatına əsaslanaraq söyləmək mümkündür ki, əgər 2004-cü ildə ölkəmiz ixracda 56 fərqli rəqabətqabiliyyətli məhsulla təmsil oluna bilmə imkanına malik idisə, 2014-cü ildə bu rəqəm 23-ə qədər enmiş, ölkəmiz “ixracın çoxşaxəliliyi” indeksi üzrə hesabatında dünya üzrə 108-ci yerdə qərarlaşmışdır. Müqayisə üçün vurğulamaq lazımdır ki, ölkəmizin əsas ticarət partnyorları sırasında yer alan Gürcüstan bu siyahı da 106 fərqli rəqabəti əmtəə ixracı ilə dünya üzrə 66-cı, Türkiyə 380 adda müvafiq keyfiyyətlərə malik məhsullar dünyada 51-ci yerdə yer almışdır.

Xarici iqtisadi əlaqələrin genişləndirilməsinə hədəflənmiş rəqabətlik imkanlarının artırılması siyasətlərinin formalaşdırılması zamanı makro və mikro səviyyədə tənzimləmə və təşviq mexanizmlərinin çevik çərçivələrinin yaradılması və bu prosesin daimi dəyişən xarici iqtisadi şəraitə uyğunlaşma imkanlarının yüksəldilməsi mütləq nəzərə alınmalı amillər sırasındadır.

Bu baxımdan söyləmək mümkündür ki, beynəlxalq rəqabətliliyin təmin edilməsi üçün biznes fəaliyyətinin dövlət tərəfindən tənzimləmə çərçivələrinin səmərəliliyinin yüksəldilməsi, fiskal idarəetmənin daha müasir mexanizmlərə

əsaslanaraq keyfiyyət baxımından təkmilləşdirilməsi, müxtəlif bazarlara giriş maneələrinin aradan qaldırılması, paralel olaraq, azad rəqabət şəraitinin bərqərar edilməsi xüsusi əhəmiyyət daşımaqdadır. Bu proses, fikrimcə, işgüzar mühitin daha da təkmilləşməsinə və fəaliyyət səmərəliliyinin yüksəlməsinə gətirib çıxaracaqdır. Bunlara paralel olaraq, dövlət sektorunun fəaliyyət sahələrinin, məsələn sənaye, nəqliyyat, maliyyə xidmətləri və s. kimi sektorlarda tədrici formada məhdudlaşdırılması hesabına özəl sahibkarlıq subyektlərinin potensial imkanlarının genişləndirilməsi və bunun ixraca yönəlik formada idarəedilməsi qarşıdakı dövəmdə olduqca zəruri önəm kəsb etməkdədir.

Özəlliklə, azad rəqabət şəraitinin inkişafı bir tərəfdən xüsusi bölmənin dəstəklənməsinə, digər tərəfdən ölkə iqtisadiyyata daha yüksək səviyyəli sərmayə axınına, eləcə də xarici bazarlara giriş imkanlarının artımına gətirib çıxaracaqdır. Milli iqtisadi sistemin inkişafının qlobal, eləcə də regional miqyaslarda aparıcı təmayüllərin gözərdi edilmədən təmini edilməsi, o cümlədən qlobal və regional dəyər zəncirlərinə inteqrasiyanın prioritet kimi müəyyənəşdirilməsi, fikrimcə, ölkənin beynəlxalq rəqabətqabiliyyətliliyinin güclənməsi, eləcə də xarici iqtisadi əlaqələrinin daha da genişlənməsinə səbəb olacaqdır. Makro səviyyədə stabilliyin bərqərar edilməsi, işgüzar mühitin təkmilləşdirilməsi, özəl sahibkarlıq subyektlərinin sərmayə qoyuluşlarının dövlət tərəfindən stimullaşdırılması ölkəmizin 2025-ci ilədək müəyyənəşdirilən müddətdə iqtisadi inkişaf imkanlarının prioritet əsaslarından birini təşkil etməkdədir.

Ölkəmizin xarici iqtisadi əlaqələrinin genişləndirilməsi çərçivəsində yer alan məsələlərdən biri də idxaldan asılılığın azaldılması və rəqabətli yerli istehsal strukturlarının formalaşdırılmasıdır. Növbəti illərdə idxaldan asılılığın minimum səviyyədək azaldılması və yerli məhsullarla özünütəminatmə səviyyəsinin əhəmiyyətli miqyasda artırılması üçün rəqabətqabiliyyətli qeyri-neft əmtəə və məhsullarının istehsalı və ixracının stimullaşdırılması sferasında dövlət tərəfindən hüquqi-normativ bazada bir çox əhəmiyyətli revizələr edilməsinin davam etdirilməsi xüsusilə əhəmiyyətli olacaqdır. “Qeyri-neft məhsullarının ixracının stimullaşdırılması ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında” Cənab Prezidentin 18 yanvar

2016-cı il tarixli Sərəncamı və “Qeyri-neft məhsullarının ixracının təşviqi ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında” 1 mart 2016-cı il tarixli Fərmanı ölkəmizin ixrac potensialının şaxələndirilməsi və rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsinə təkan verəcəkdir.

Ölkə iqtisadiyyatının rəqabətlik imkanlarının istifadə potensialının gücləndirilməsi məqsədilə bir sıra istiqamətlər üzrə siyasət tədbirləri icra edilməkdədir. Xüsusilə özəl sektora dövlət təsisatları səviyyəsində müxtəlif formalı yardımların sisteməlik xarakterdə göstərilməsi, bu subyektlərin fəaliyyətinin effektivliyinin dövlət dəstəyi hesabına son illərdəki artımı bu sferada əhəmiyyətli nailiyyətlərin müşahidə olunması ilə nəticələnmişdir. Bu baxımdan qeyd etmək lazımdır ki, həyata keçirilən tədbirlərin fonunda dövlət-özəl sektor əlaqələri yeni keyfiyyət səviyyəsi kəsb etməyə başlamış, özəl sektora əsaslanan sahibkarlığın makro səviyyəli stimullaşdırma və tənzimlənmə çərçivələrinin müasirləşdirilməsi sahəsində əhəmiyyətli irəliləyişlər əldə edilmişdir. Özəl sektor subyektlərinin konsaltinq və informasiya əlçatanlılığı xidmətlərinə çıxış imkanlarının artırılması, bu sahədə həyata keçirilən maarifləndirilmə layihələri, gənclərin bu sektorda iştirak imkanlarının artırılması, eləcə də işgüzar münasibətlərin inkişafı istiqamətində davamlı siyasət proqramları icra edilməkdədir. bunlardan başqa, özəl sektora dövlət tərəfindən maliyyə yardımlarının müasir mexanizminin formalaşdırılmış və bu yardım çərçivəsində müasir mərhələdə KOS-ların maliyyə ehtiyaclarının qarşılanması əhəmiyyətli bir mənbə rolunu oynamaqdadır.

Dövlət tərəfindən icra edilən əsaslandırılmış siyasət tədbirləri hesabına Azərbaycanda son illərdə sahibkarlıq fəaliyyəti üzrə mövcud olan tənzimləyici hüquqi-qanunverici normalar əhəmiyyətli dərəcədə müasirləşdirilmiş liberallaşdırılmış, abaqcıl təcrübəyə əsaslananaraq tətbiq edilmiş “bir pəncərə” hesabına işgüzar subyektlərinin hüquqi qeydiyyatı mexanizmi olduqca sadələşdirilmişdir. Bundan başqa, özəl sektor subyektləri üçün biznes mühitinin əlverişlilik səviyyəsi xeyli dərəcədə yaxşılaşdırılmış, KOS-lara dövlət tərəfindən maliyyə yardımı çərçivələri yenilənmiş, xarici ticarət əməliyyatları üçün icra edilən

prosedurlarda əhəmiyyətli sadələşdirilmələr aparılmış, o cümlədən ixraca tətbiq edilən rüsumlar aradan qaldırılmış, mənfəət vergisinin dərəcəsi aşağı salınmış, özəl sektor subyektlərinin hüquqlarının qorunmasının çevik çərçivələri tətbiq olunmuş, bu sahədə elektron xidmətlərin sayı nəzərəcarpacaq səviyyədə genişləndirilmişdir.

Respublikamızda özəl sektora əsaslanan sahibkarlığın inkişafı istiqamətində yürüdülmən siyasət tədbirləri bir sıra qabaqcıl beynəlxalq iqtisadi təsisatlar tərəfindən də müsbət dəyərləndirilmişdir. Xüsusilə qeyd etmək lazımdır ki, Davos İqtisadi Forumunun məlumatlarına əsasən, Azərbaycan beynəlxalq rəqabətqabiliyyətlilik sıralamasında dünya miqyasında 144 ölkə arasında 38-ci yerdə qərarlaşmışdır və artıq6 ildir ki, Müstəqil Dövlətlər Birliyinə daxil ölkələr arasında 1-ci yerdədir. Doing Business 2015 hesabatına əsasən, ölkəmizson illərdə 189 ölkə arasında 80-cı yerə kimi yüksəlmişdir.

Özəlliklə vurğulanmalıdır ki, Respublikamızın beynəlxalq miqyasda rəqabətlik imkanlarının gücləndirilməsi istiqamətində icra edilənsiyasət tədbirləri çərçivəsində özəl sektor subyektlərinin fəaliyyət sferasına daxil olan hüquqi-qanunverici baza da müasir innovativ inkişaf mərhələsinin tələblərinə adekvat formadamütəmadi yenilənməkdədir.Bu istiqamətlə bağlı qeyd etmək lazımdır ki, CənabPrezident tərəfindən göstərilən təşəbbüs əsasında 2015-ci il 20 oktyabrında “Sahibkarlıq sahəsində aparılan yoxlamaların dayandırılması haqqında” Qanunu Milli Məclisi tərəfindən qəbul edilmişdir. Bu qanuna əsasən 1 noyabr tarixindən başlayaraqözəl sektor subyektlərinin fəaliyyət sferasında yürüdülmənyoxlamaların 2 illik periodda dayandırılması qəbul edilmişdir. Hesab edirik ki,bu qanun ölkəmizdə özəl sektorun, xüsusiləKOS-ların sürətli inkişafına müsbət töhfə verəcək, o cümlədən qanundan kənar intervensiyalarınazalmasınagətirib çıxaracaqdır.

Vurğulanan sferalardaicra edilən islahatların növbəti mərhələsi çərçivəsində Cənab Prezident “Sahibkarlıq fəaliyyətinin xüsusi razılıq (lisenziya) tələb olunan növlərinin sayının azaldılması, xüsusi razılıq (lisenziya) verilməsi prosedurlarının sadələşdirilməsi və şəffaflığının təmin edilməsi haqqında” 19 oktyabr 2015-ci il tarixəndə Fərman imzalanmışdır. Bu fərmanın tələblərinə əsasən, indiki mərhələdə

lisenziya tələb edilən fəaliyyət sferalarının sayının minimuma qədər azaldılması, o cümlədən özəl sektor fəaliyyəti üzrə xüsusi razılığın mütləq olduğu bütün sahələr üzrə səlahiyyətli təsisatlar qismində “ASAN xidmət” mərkəzləri və Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyi təsbit olunmuşdur.

Özəl sektora əsaslanan sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafı mütəmadi və strateji inkişaf proqramlarının prioritetlərinin gerçəkləşdirilməsi baxımından icra edilən dövlət siyasəti tədbirlərinin başlıca istiqamətlərindən biri kimi xarakterizə edilməlidir. Bu istiqamət milli iqtisadiyyatın bütün sferalarında, özəlliklə prioritet inkişaf sferalarında məşğulluğun təmini üçün hüquqi və normativ, institusional, eləcə də maliyyə təminatı imkanlarının artırılmasına hədəflənmişdir. Müasir periodda dövlət qarşısında dayanan başlıca hədəflər milli iqtisadiyyatın diversifikasiyasını sürətləndirmək, əldə edilən neft gəlirləri səviyyəsindən asılı olmadan qeyri-neft sektorunun daimi artım dinamikasının növbəti illərdə də davamlılığını təmin etmək və onun ixrac potensialını imkanlarını artırmaqdır. “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyasında da qeyd edildiyi kimi, ixrac yönələn iqtisadi inkişaf modeli bazasında milli iqtisadiyyatın rəqabətlik imkanlarının artırılması, eləcə də onun strukturunun yenidən təşkili qeyri-neft ixracının daha da yüksəlməsi üçün olduqca vacibdir. Qeyri-neft sektorunun davamlı inkişafı ilə bərabər, innovasiya fəaliyyətinin də dövlət tərəfindən stimullaşdırılması və genişləndirilməsi Azərbaycanda biliklər iqtisadiyyatın bərqərar edilməsi üçün münasib şəraiti yaradacaqdır.

Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsində qeyd olunduğu kimi, xarici iqtisadi əlaqələrinin genişləndirilməsi və rəqabətqabiliyyətlik imkanlarının artırılması sahəsində diqqət yetirilməli məsələlərdən biri də ticarətin sadələşdirilməsi və keyfiyyət standartlarının unifikasiyalaşdırılması məsələsidir. Bu məqsədlə, ölkəmizdə fəaliyyət göstərən özəl sahibkarlıq subyektlərinin fəaliyyətinin beynəlxalq standartlar və sertifikatlar əsasında təşkili xüsusi əhəmiyyətlidir. Bu prosesin təşkili uzunmüddətli dövrdə ölkəmizin ixrac etdiyi məhsulların rəqabətə davamlı xarakter qazanmasını təmin edəcəkdir. Belə ki, beynəlxalq sertifikatların tətbiqinin genişlənməsi global

miqyasda etibarlı keyfiyyət ölçüsü effekti rolunu oynayaraq, daxili istehlak meyllərinin səviyyəsinə aparıcı iqtisadiyyatlar səviyyəsinədək yüksəlməsinə imkan verəcəkdir. Ölkəmizin coğrafi baxımdan sıx əlaqədə olduğu 2 bazarda – Avropa Birliyi və Avrasiya İqtisadi Birliyində Ümumdünya Ticarət Təşkilatı standartlarının baza kimi qəbul edildiyini nəzərə alsaq, onda bu beynəlxalq standartların kütləvi tətbiqinin qeyri-neft ixracında yer alan məhsul və xidmətlərə beynəlxalq səviyyədə tələbi artırma biləcəyini hesab etmək mümkündür. Yerli özəl sektor subyektlərinin təklif etdikləri mal və məhsullarının beynəlxalq normalara uyğun olaraq keyfiyyətini artırmaları, ölkə daxilindəki istehlakçı təbəqənin də get-gedə yüksəlməkdə olan keyfiyyət tələblərinin də qarşılınması üçün böyük imkanlar təmin edir.

Orta və uzunmüddətli perspektivlərdə ölkəmizin rəqabətqabiliyyətlik imkanlarının genişləndirilməsi baxımından xarici rezidentlər tərəfindən investisiya qoyuluşlarının artımına nail olmaq, eləcə də yeni BXİ-lərin cəlb edilməsi bu sahədə dövlət siyasətinin əsas prioritetləri sırasındadır. Bu baxımdan, ölkəmizin qlobal dəyər zəncirlərinə qoşulmaq potensialı yüksək olan layihələr və sahələr üzrə aparıcı subyektlərə ciddi impuls verən investorların bu prosesə cəlbinin stimullaşdırılması məqsədilə ciddi əsaslandırılmış investisiya üstünlükləri və təkliflərinin tətbiqi olduqca faydalı olacağını düşünürəm. Cari və gələcək sərmayədarlara göstərilən xidmətlərin keyfiyyətinin yüksəldilməsi onlara öz fəaliyyət sahəsində mövcud olan inzibati-bürokratik prosedurları daha qısa müddətə sonlandırmağa, eyni zamanda tikinti şirkətləri, tədarükçülər və digər yardımçı xidmət subyektləri ilə geniş işgüzar münasibətlər yaratmağa əlverişli şərait yaradacağını hesab edirəm.

İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Şəmsəddin Hacıyev, Əvəz Bayramov “Beynəlxalq iqtisadiyyat” Bakı – 2005
2. R.İ. Quliyev «Postsosialist iqtisadiyyatlarında rəqabət siyasəti: qeyri - müəyyənliklərdə cəhdlər» Bakı – 2007
3. V.İ. Yaroçkin, Y.V. Buzanova “Biznesin və sahibkarlığın təhlükəsizliyin əsasları” Rus dilindən tərcümə. Bakı - 2008
4. A.P. Qradov “Milli iqtisadiyyat” Rus dilindən tərcümə. Bakı – 2008
5. M.M Mahmudov, İ.M. Mahmudova “Regionların sosial-iqtisadi inkişafının tənzimlənməsi” Bakı – 2011
6. İ.M. Mahmudov, T.Ş. Zeynalov, N.M. İsmayılov “İqtisadi təhlil”
7. C.B.Quliyev, R.S.Abdullayeva, M.H.Rızayeva, A.U.Allahverdiyeva
“Rəqabət qabiliyyətli iqtisadiyyatda həyat səviyyəsi və onun keyfiyyətə yaxşılaşdırılmasının sosial-iqtisadi problemləri” Bakı – 2014
8. G.T. Əliyeva, Sənayenin rəqabətqabiliyyətinin yüksəldilməsinin institusional aspektləri. Qloballaşma prosesində Qafqaz və Mərkəzi Asiya. İqtisadiyyat və Beynəlxalq Münasibətlər, III Beynəlxalq Konqresi , Bakı 2010, səh. 568
9. N.Ö.Hacıyev, Qloballaşma şəraitində effektiv rəqabət siyasəti. Qloballaşma prosesində Qafqaz və Mərkəzi Asiya. İqtisadiyyat və Beynəlxalq Münasibətlər, III Beynəlxalq Konqresi , Bakı 2010, səh 668
- 10.A.N. Muradov, Bilik iqtisadiyyatının formalaşması-rəqabət qabiliyyətinin təmin olunmasının mühüm amili kimi. Qloballaşma prosesində Qafqaz və Mərkəzi Asiya. İqtisadiyyat və Beynəlxalq Münasibətlər, III Beynəlxalq Konqresi , Bakı 2010, səh.814
- 11.X.S. Kərimli, Yeni rəqabət şəraitində ölkə banklarının cari və potensial rəqabətqabiliyyətliliyinin qiymətləndirilməsi. Qloballaşma prosesində Qafqaz və Mərkəzi Asiya. İqtisadiyyat və Beynəlxalq Münasibətlər, III Beynəlxalq Konqresi , Bakı 2010, səh. 449
- 12.G.T. Əliyeva , Azərbaycan sənayesinin rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi məsələləri. Avrasiya Sosial Elmlər Forumu, 2012, II cild, səh.113

- 13.V. Məmmədov, Qloballaşma dövründə dünya iqtisadi Böhranı və yeni rəqabət şəraitində Azərbaycan şirkətlərinin rəqabətqabiliyyətliliyi. Qloballaşma prosesində Qafqaz və Mərkəzi Asiya. İqtisadiyyat və Beynəlxalq Münasibətlər, III Beynəlxalq Konqresi , Bakı 2010, səh 433
- 14.Murat KOC, Onur Basar OZBOZKURT , Ulusların Rekabet Üstünlüğü ve Elmas Modeli Üzerine Bir Değerlendirme. İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi, 2014
- 15.Seyit Muharrem Göhmenoglu, Prof. Dr. Mustafa Akal, Prof. Dr. Remzi Altunışık, A review on factors determining national competitiveness. Competition Journal, 2012
- 16.G.T. Aliyeva, The issues related to formation of competitive structure of industry in Azerbaijan. The journal of economics sciences: theory and practice, 2013, page 46.
- 17.“Qeyri-neft sektorunun dinamik inkişafı iqtisadi strategiyanın prioritet istiqamətidir” adlı məqalə. “Xalq” qəzeti, 09.02.2015
- 18.Azərbaycanda Xüsusi İqtisadi Zonalar (XIZ) və Sənaye Parklarının (SP) inkişafı layihəsi. Koreya Beynəlxalq Əməkdaşlıq agentı və Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyinin birgə işi, 2013 aprel
- 19.R.İ.Quliyev, Güclü rəqabət siyasəti mexanizmində rəqabət qurumunun müstəqilliyi amili, Sahibkarlığın və bazar iqtisadiyyatının inkişafına yardım fondu, 2007
- 20.Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 6 dekabr 2016-cı il
- 21.World Bank. Doing Business Raport -2013
- 22.“Azərbaycan 2020: Gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyası
- 23.World Tradition Organization Annual Report 2016
- 24.Beynəlxalq Valyuta Fondu İllik hesabat 2016
- 25.vergijurnali.az
- 26.www.azstst.org

27. www.economy.gov.az

28. www.isletmeiktisat.com