

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

*Əlyazması hüququnda*

Türkan Vüsət qızı

“Dünya təsərrüfat əlaqələrinin qloballaşması şəraitində Azərbaycanın rəqabət strategiyası” mövzusunda

**MAGİSTR DİSSERTASIYASI**

**İxtisasın şifri və adı** 060401 Dünya İqtisadiyyatı

**İxtisaslaşma**

Xarici İqtisadi Fəaliyyət

**Elmi rəhbər:**

i.ü.f.d., dos. Əliyeva G.T.

**Magistr proqramının rəhbəri:**

i.ü.f.d., dos. Cəmilov M.R.

**Kafedra müdiri** i.e.d., prof. Hacıyev Ş.H.

**BAKİ - 2016**

# MÜNDƏRİCAT

<b>GİRİŞ.....</b>	<b>3</b>
<b>FƏSİL I. Rəqabət anlayışı, onun nəzəri metodoloji əsasları və əsas formaları.....</b>	<b>6</b>
1.1. Rəqabət anlayışı, onun funksiyaları, əsas formaları və rəqabətin bazar modelləri.....	6
1.2. Rəqabətin nəzəri əsasları və rəqabət haqqında nəzəriyyələrin tətbiqi.....	23
<b>FƏSİL II. Azərbaycanın rəqabət funksiyalarının tədqiqi.....</b>	<b>36</b>
2.1. Rəqabət strategiyası, rəqabət mühitinə təsir göstərən amillər sisteminin təhlili .....	36
2.2. Azərbaycan sənayesinin rəqabət qabiliyyətliliyi və onun xarici iqtisadi aspektləri.....	46
<b>FƏSİL III. Müasir qloballaşma şəraitində Azərbaycanın rəqabət strategiyası.....</b>	<b>54</b>
3.1. Müasir qloballaşma şəraitində rəqabət qabiliyyətinin qiymətləndirilməsi və bu sahədə yaranmış problemlərin aradan qaldırılması yolları.....	54
3.2. Azərbaycan rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsində dövlətin rolu.....	62
3.3. Azərbaycanın gələcək inkişafında rəqabət imkanlarının yüksəldilməsi perspektivləri.....	86
<b>NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....</b>	<b>90</b>
<b>İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI.....</b>	<b>93</b>
<b>RESUME .....</b>	<b>97</b>
<b>PE3IOME.....</b>	<b>98</b>

## GİRİŞ

**Mövzunun aktuallığı.**Müasir qloballaşan iqtisadiyyatda dünya ölkələri arasında gedən sürətli integrasiya prosesi zamanı dünya təsərrüfatında Azərbaycanın rolunun və rəqabət strategiyasının müəyyən olunması zəruridir. Həm iqtisadi, həm sosial anlamda ölkəmizin dünyanın inkişaf tsiklində özünəməxsus yeri danılmazdır. Hazırda ölkəmizin dünya təsərrüfat sisteminə integrasiya olunduğu dövrdə sənaye sahəsinin inkişaf etdirilməsi, onun ixrac imkanlarını tədqiq edilməsi daha aktual əhəmiyyət kəsb edir.

Onu da qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycanın qarşısında duran, azad bazar iqtisadiyyatını hədəfləmiş iqtisadi transformasiyanın məqsədləri var. Ancaq, istənilən halda hədəfin xüsusi mülkiyyətə əsaslanan azad bazar olduğu aydındır. Lakin bazarın mövcudluğu onun mükəmməl fəaliyyətindən xəbər vermir. Bazarın özünün daxili "oyun qaydaları" mövcuddur. Məhz təşəkkül tapmış azad bazar şəraitində dövlətin ən əsas vəzifəsi də ədalətli oyun qaydalarının müəyyən edilməsi və bu qaydalara əməl olunmasına nəzarəti həyata keçirməkdir. Adam Smitin "görünməz əl" nəzəri konsepsiyasında da bu öz əksini tapır. Bu qaydaların əsas ünsürü kimi isə rəqabət mühiti çıxış edir. Məhz rəqabət mühiti formalaşmış bazarın real simasını özündə əks etdirir. Belə ki, rəqabət mühiti yalnız mövcud olan hüquqi əsasları deyil, həm də bazar iştirakçılarının rəsmi və qeyri-rəsmi davranış ünsürlərini özündə birləşdirərək formalaşmış bazar mühitini özündə təcəssüm etdirir. Burada qlobal məqsəd Azərbaycanın dövlət müstəqilliyinin hazırkı mərhələsində rəqabət mühitinin sağlamlaşdırılmasına nail olub respublikamızın siyasi müstəqilliyini beynəlxalq səviyyədə möhkəmləndirməkdən ibarətdir.

**Tədqiqatın məqsədi və vəzifələri.**Araşdırmamın məqsədi də Azərbaycanda bu rəqabət mühitinin əsas ünsürlərinin nədən ibarət olmasını müəyyən etmək və dünya təsərrüfat əlaqələrinin qloballaşması şəraitində ölkəmizin rəqabət strategiyasını müəyyən etməkdir. Bu ünsürlərin aşkar edilməsi istər dövlət üçün, istərsə də şirkətlər üçün xüsusi önəmə malikdir. Belə ki, dövlət, bununla, bazarın rəqabət mühitində hüquqi və praktiki mənfi (müsbət) cəhətləri aşkar etməklə yeritdiyi rəqabət siyasətinin gələcək istiqamətini müəyyənləşdirməkdə istifadə edə

bilər. Digər tərəfdən, istər bazarda fəaliyyət göstərən, istərsə də bazara daxil olmaq istəyən şirkətlər real "oyun qaydalan" ilə tanış olur və bazar strategiyalarını praktiki ayaqlarla formalaşdırmış olurlar. Ölkədaxili sağlam rəqabəti qorumaqla, haqsız rəqabəti aradan qaldırmaqla ölkə iqtisadiyyatını inkişaf etdirməklə yanaşı dünya ölkələri arasında dayanıqlı rəqabət qabiliyyətliyini tənzimləmək üçün zəmin yaranır.

Dünya təsərrüfatının sistemli təhlili əsasında, daxili bazarın xaricə çıxış yolları və strategiyasının müəyyən edilməsi; xarici ticarətin strukturu və coğrafiyasının keyfiyyət baxımından təkmilləşdirilməsi; Azərbaycanın 2020-ci ilə qədər xarici iqtisadi əlaqələrinin modernləşdirilməsi üzrə nəzəri və praktiki tövsiyələrin hazırlanması.

Qarşıya qoyulan məqsədə çatmaq üçün aşağıdakı vəzifələr işlənib hazırlanmış və yerinə yetirilmişdir.

- Dünya təsərrüfatında rəqabət mühitinin araşdırılması və Azərbaycanın rəqabət strategiyasının müəyyən olunması;
- Yerli sənaye sferalarının inkişaf etdirilməsində dövlətin rolu və xarici bazara çıxış;
- Azərbaycanın həyata keçirdiyi transregional layihələrinin strukturu, xarakteristikası, əsas xüsusiyyətləri və subyektlərinin əsas hədəflərinin qiymətləndirilməsi;
- Azərbaycanın gələcək rəqabət imkanlarının araşdırılması və tədqiqi.

**Tədqiqatın nəzəri-metodoloji əsasını** Tədqiqatın nəzəri-metodoloji əsasını respublikanın və dünya alimlərinin tədqiqat mövzusunda dair nəşr olunmuş elmi əsərləri, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin və Nazirlər Kabinetinin bu sahədə qəbul etdiyi müvafiq fərman, qərar və sərəncamlar, digər normativ iqtisadi-hüquqi aktlar təşkil edir.

**Dissertasiya işinin metodoloji və informasiya bazasını** yerli və xarici iqtisadçıların materialları, kitablar, nəşrlər, Dövlət Statistika Komitəsi, Azərbaycan İqtisadiyyat Nazirliyi, iqtisadi təşkilatların hesabat və məruzələri informasiya

agentliklərinin materialları və tədqiqata dair müxtəlif metodik göstərişlər təşkil edir.

**Tədqiqatın elmi yeniliyi** Tədqiqatın elmi yeniliyi ondan ibarətdir ki , Azərbaycanın rəqabət strategiyasının gücləndirilməsi üçün sənaye, sahibkarlıq və s. sahələrdə həyata keçirilən və planlaşdırılan layihələrin təsviri, analizi və müsbət təsirləri verilmişdir. Eyni zamanda iqtisadi göstəricilər verilmiş və bunun əsasında ölkə rəqabət qabiliyyətliliyi gözdən keçirilmişdir.

**Dissertasiyanın həcmi və strukturu.**Dissertasiya işi giriş, üç fəsil, nəticə və təkliflər, istifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısından ibarət olmaqla, kompyuterdə yığılmış 98 səhifə həcmindədir. Burada cədvəllər, diaqramlar, qrafiklər və şəkillər verilmişdir.

## **FƏSİL I.**

### **Rəqabət anlayışı, onun nəzəri metodoloji əsasları və əsas formaları.**

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

“Rəqabət” dedikdə- eyni bir məqsədə nail olunmasında bir neçə şəxslərin rəqabət fəaliyyəti başa düşülür. Sərbəst rəqabət dedikdə, fərdi şəxslərin və firmaların təsərrüfat fəaliyyətlərini tənzimləyən və məhdudlaşdıran hüquqi normaların tamamilə olmaması başa düşülür. Belə sərbəstlik heç vaxt mövcud olmayıb və mövcud da deyildir.

Sərbəst rəqabət sistemi elə bir qaydadır ki, burada özəl təsərrüfat fəaliyyətinin hüquqi bazisi şəxsiyyətin sərbəstliyinə, xüsusi mülkiyyətə və satışın maddi və formal məzmununun müəyyən edilməində dövlətin az iştirakına əsaslanır.

Rəqabət amerika azad sahibkarlıq sisteminin ayrılmaz tərkib hissəsi hesab edilir. Rəqabət həmişə amerika biznesi tarixinin ilk dövrlərindən başlayaraq dövlət tərəfindən qiymətləndirilmişdir. Bu gün də ABŞ-da rəqabət firmalarının ölçüsündən və ixtisaslaşmasından asılı olmayaraq biznesin hər bir növündə baş verir.

Amerika standartlarına görə rəqabət iki yerə - xalis rəqabətə və rəqabətə ayrılır.

Xalis rəqabət o sahələrdə müşahidə olunur ki, orada firmaların əksəriyyəti anoloji məhsullar istehsal edirlər və ya xidmətlər göstərirlər, və hər bir firma öz məhsulunu digər sahələrə yenidən profilləşdirə bilirlər. Adətən xalis rəqabətli sahələrdə dövlət tərəfindən tənzimlənmə yoxdur.

Əgər sahələrdə az firma fəaliyyət göstərsə, onda rəqabət başqa yönümdə cərəyan edir və xarakterizə olunur.

Rəqabətin aşağıdakı növləri vardır:

- 1) Firmalar arasındakı “xalis” rəqabət;
- 2) Monopolistik rəqabət;

### 3) Firmadaxili rəqabət;

Xalis rəqabət nəzərdə tutur ki, firmalar bazara çıxarkən bir-birləri ilə əlaqədə olmurlar və sərbəst olaraq alıcılar uğrunda mubarizə aparırlar. Amerika təcrübəsində bu cür rəqabətə fermerlər arasında kənd təsərrüfatı məhsulları bazarında rast gəlinir.

ABŞ-da rəqabətə praktiki olaraq bir ıra amillər (dövlət tənzimlənməsi, firmalar arasında razılaşmalar və s.) təsir edir.

Monopolist rəqabət dedikdə firmalar arasında bazarların və yaxud da onun əksər hissəsinin trest, sindikat, kartel və s. çərçivəsi şəkilində bölüşdürülməsi nəzərdə tutulur.

Firmadaxili rəqabət bir çox iri amerika kompaniyalarında hələ 20-ci illərdə meydana gəlmişdir. Bu rəqabət növünün mahiyyəti ondan müəlif bölmələr bir-birilə rəqabət edirlər. Bu rəqabət də məhsulun keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması, istehsal və marketinq xərclərinin aşağı salınması üzrə həyata keçirilir. Bu rəqabət müəlif bölgələrin maliyyə və mühasibat sənədlərinin müqayisəsi ilə həyata keçirilir.

P.Zavyalov, V.Demidovun “Formula uspexa-marketing” kitabında marketinqdə rəqabətin üç kateqoriyası haqqında ətraflı şərh verirlər. Bunlar funksional, görünüş və predmet rəqabətləridir.

Funksional rəqabət ona görə ki, istənilən tələbatı müxtəlif üsullarla ödəmək mümkündür. Bu tələbatları ödəyən bütün əmtəələr, uyğun olaraq, funksional rəqiblər hesab edilirlər.

Görünüş rəqabəti – eyni bir məqsədə xidmət edən əmtəələrin bir-birlərindən xeyli dərəcədə mühüm parametrlərə görə fərqlənməsi nəticəsində meydana çıxır. Məsələn, eyni sinfə mənsub 5-yerli minik avtomobilləri müxtəlif güclərə malik mühərrikləri ilə bir-birindən fərqlənirlər.

Predmet rəqabəti o vaxt yaranır ki, firmalar əslində identik mallar buraxırlar, ancaq hazırlanma keyfiyyətləri və yaxud eyni bir keyfiyyətə malik olmaları ilə bir-birlərindən fərqlənirlər. Belə rəqabət adətən firmalar arasındakı rəqabət adlanır.

İqtisadi ədəbiyyatlarda rəqabəti onun metodlarına görə iki yerə ayırırlar: qiymət rəqabəti və qiymətsiz rəqabət.

Rəqabətin qiymət metodu amerika biznesini ilkin mərhələlərində geniş yayılmışdır. Belə rəqabətdə öz keyfiyyətlərinə görə eyni olan mallar bazarda müxtəlif qiymətə satılırdı. Bu da, əsas etibarilə, malların rəqabət qabiliyyətlərini qaldırmaq üçün lazım gəlirdi.

Hal-hazırda, bazarların çox az sayda firmalar arasında monopolizədirilməsi ilə əlaqədar olaraq, istehlakçılar çox nadir hallarda rəqabətin qiymətli metoduna səy göstərilir. Firmalar, əsas etibarilə, qiymətləri bir bazarda saxlamağa və istehsal xərclərini aşağı salmağa, mənfəətin çoxalmasına daha üstünlük verirlər.

Maraqlıdır ki, amerikanın mövcud rəqabət qaydası hər hansı bir məhsulun qiymətinin kəskin olaraq qalxmasına imkan vermir. Çox zaman hətta rəqiblər olmayanda belə buna yol verilmir. Bu onunla əlaqədardır ki, çox yüksək qiymət bazara digər firmaları cəlb edə bilər ki, bu da gələcəkdə həmin firmanın bazardan sıxışdırılıb çıxarılmasına səbəb ola bilər. Əlbəttə bu cür hallara xalq təsərrüfatı sahələrinin istənilən bölməsindən misallar gətirmək olar.

Qitmət rəqabət metodu, başlıca olaraq, autsayder firmaların monopol firmalarla mübarizəsində tətbiq olunur. Bundan əlavə, qiymət rəqabət metodlarından yeni əmtələrlə bazara daxil olmaq, eyni zamanda, satış probleminin gözlənilmədən gərginləşməsi nəticəsində firma mövqeyinin möhkəmləndirilməsi üçün də istifadə edilirlər.

Rəqabətin qiymətsiz metodları hal-hazırda ən geniş yayılmış, xüsusilə də Amerikada, metodların biri hesab edilir. Bu metodlar içərisinə, rəqiblərə nisbətən, məhsulun daha yüksək etibarlılığı və keyfiyyəti göstərilir. Bu keyfiyyətlər reklamda qeyd edilir.

Yadda saxlamaq lazımdır ki, reklamda rəqiblərin məhsullarının çatışmayan cəhətləri tənqid olunmur. Lakin həmin məhsulların əsas xarakteristikalarını göstərmək və onları öz məhsulları ilə müqaisə etməyə icazə verilir.



Rəqabətin qiymətsiz metodları içərisində satışdan əvvəl və satışdan sonrakı daha yüksək keyfiyyətli xidməti, uzunmüddətli təminat müddətini, avadanlıqlarda işçilərin öyrədilməsini və s. göstərmək olar.

Digər metodlar içərisində ekoloji vəziyyətin gərginləşməsi şəraitində ekoloji göstəricilərin yaxşılaşdırılmasını göstərmək olar.

Məlumdur ki, bazara çıxardılmış hər bir əmtəə faktiki olaraq təlabatları ödəmək dərəcəsinin yoxlanmasından keçir. Belə ki, hər bir alıcı elə əmtəəni alır ki, həmin əmtəə onun şəxsi təlabatını tam ödəmiş olsun. Alıcılar kütləsi isə elə malların alınmasına meyl edirlər ki, rəqiblərin mallarına nəzərən onlar ictimai təlabatlara daha uyğun gəlsinlər.

Ona görə də əmtəənin rəqabət qabiliyyətini rəqiblərin mallarını öz arasında müqaisə etməklə müəyyən etmək olar. Başqa sözlə desək, rəqabət qabiliyyəti nisbi anlayış olub, bazara bağlılığı göstərir. Lakin hər bir alıcının özünün təlabatlarını ödəmək üçün öz qiymətləndirmə metodu olduğundan, rəqabət qabiliyyəti fərdi incəliklər xarakteri də daşayır.

Bir şeyi yadda saxlamaq lazımdır ki, malın keyfiyyəti ilə onun rəqabət qabiliyyətini qarışdırmaq olmaz. Keyfiyyət dedikdə, məmulatın müəyyən təlabatların ödənilməsinə təmin edən xassələrinin məcmuu başa düşülür. Keyfiyyət əməyin nəticəsidir.

Malın rəqabət qabiliyyəti alıcılar üçün kifayət qədər maraq kəsb edən xassələrlə müəyyən edilir. Məmulatın bu xassələrdən kənar qalan parametrləri rəqabət qabiliyyətinin qiymətləndirilməsi zamanı nəzərə alınmamalıdır. Ona görə də normaların, standartların və qaydaların artırılması məmulatın rəqabət qabiliyyətini yaxşılaşdırmır. Çünki, alıcı nıqtəyi-nəzərindən bu cür artırmalar həmişə öz əksini malın qiymətində tapır ki, bu da onun üçün o qədər də sərfəli deyildir.

Əmtəələrin rəqabət qabiliyyəti yeni istehsal güclərinin yaradılması və genişləndirilməsi üzrə qəbul edilmiş qərarların əsasında təşkil etməlidir. Rəqabət qabiliyyəti olmayan malların buraxılışı külli miqdarda itkilərə səbəb olur.

Bazarlarda realizasiya olunan malların rəqabət qabiliyyətinin öyrənilməsi müntəzəm və sistemli aparılmalıdır. Bunun nəticəsində də göstəricilərin nə vaxt aşağı düşməsi vaxtının aşkar edilməsi imkan yaranar. Beləliklə də vaxtında bu və ya digər optimal qərar qəbul etmək olar: məmulatı istehsaldan çıxartmaq, onu modernləşdirmək, başqa bazara köçürmək və s.

Məlumdur ki, istənilən mal bazara çıxarılan kimi öz rəqabət qabiliyyətini itirməyə başlayır. Bu elə bir prosesdir ki, onu ləngitmək olar, ancaq dayandırmaq mümkün deyildir. Ona görə də yeni məmulat elə bir qrafik üzrə layihələndirilməlidir ki, əvvəlki məmulatın rəqabət qabiliyyəti ciddi şəkildə itdiyi anda onun bazara çıxardılması təmin edilsin. Başqa sözlə, yeni əmtəələrin rəqabət qabiliyyəti həmişə qabaqlama və uzunmüddətli xarakter daşmalıdır.

Bunun üçün də məmulatın texniki parametrlərinin yaxşılaşdırılmasına yox, istehlak qiymətinin aşağı salınmasına xüsusi diqqət yetirmək lazımdır. Əmtəənin rəqabət qabiliyyətini xarakterizə edən parametrlər aşağıdakı qrupa bölünürlər:

- 1) Texniki parametrlər.
- 2) İqtisadi parametrlər.
- 3) Təşkilatı parametrlər.

Əmtəələrin rəqabət qabiliyyətinin təhlilində aşağıdakı texniki parametrlərdən istifadə olunur: təsnifat, konstruktiv, normativ, erqonomik və estetik.

Təsnifat parametrləri məmulatın müəyyən məhsul növünə aidliyini müəyyən edir. Rəqabət qabiliyyətini yalnız eyni bir sinifə daxil olan məmulatlar üzrə təyin etmək olar.

Konstruktiv parametrlər məmulata xas olan texniki-konstruktiv həlləri əks etdirir.

Normativ parametrlər məmulatın standartlara, normalara, qaydalara uyğun olmalarını göstərir. Bu tələblərə cavab verməyən əmtəələr istismara buraxıla bilməzlər.

Erqonomik parametrlər əmtəələrin insan orqaniziminə uyğunluğunu və insan-maşın kompleksinin fəaliyyəyinin etibarlılığına nümayiş etdirir.

Estetik parametrlər predmetin məzmunu və formasının vəhdətliyi ideyasını əks etdirir, müsbət və mənfi emosiyalar yaradır. Bu parametrlər istehlakın qiymətləndirilməsində başlıca rol oynayır.

Iqtisadi parametrlərə aşağıdakı elementlər daxil edilir:

- 1) Nəqliyyat xərcləri;
- 2) Yanacaq xərcləri;
- 3) İşçilərin əmək haqqı;
- 4) Servis və ehtiyat hissələrinin alınmasına çəkilən xərclər;
- 5) Məmulatın sığorta xərcləri;
- 6) Vergilər;
- 7) Digər xərclər.

Təşkilatı parametrlərə tədarük və ödəmə şərtləri, tədarükün komplektləşdirilməsi, güzəştlər sistemi, zəmanət müddəti və şərtləri daxildir.

Tam rəqabət bazarında alıcı və satıcıların sayı heç birinin bazarı idarə edə bilmələrinə iman verməyən qədər çoxdur. Belə bazarda hər hansı bir satıcının malını geri qaytarması, yaxud, malı heç bazara aparmaması və ya alıcının hər hansı birinin mal almaqdan imtina etməsi bazarda olan qiymətə heç bir təsir göstərməz. Yəni, alıcı və satıcılar o qədər çoxdur ki, onlardan heç biri bazardakı qiyməti və mühiti dəyişə bilməzlər. Bu şərtə müstəqillik şərti deyilir.

Tam rəqabət bazarına giriş-çıxış tam sərbəstdir. Heç bir qadağa, əngəl törədə biləcək bir şərt yoxdur. Hər bir satıcı və ya alıcı bazara sərbəst girə bilər və oradan da sərbəst çıxış edə bilər. Buna sərbəst giriş-çıxış şərti deyilir. Tam rəqabət bazarında malların hamısı eyni keyfiyyətdə olur və onların bir-birinin eynisi olduğu nəzərə alınır. Məsələn, soyuducudan söhbət gedirsə, deməli, onların hamısının eyni böyüklükdə və keyfiyyətdə olduğu nəzərə alınır. Lakin, qiymət fərqi olarsa, bunu keyfiyyətlə əlaqələndirmək olmaz, çünki, deyildiyi kimi tam rəqabət bazarında malların keyfiyyəti eyni götürülür. Buna eynilik şərti deyilir. Tam rəqabət bazarı eyni açıqdır. Yəni, bazarın quruluşu elədir ki, həm alıcılar, həm də satıcılar hansı malın harada satıldığından tamamilə xəbərdardırlar. Buna da açıqlıq şərti deyilir.

Rəqabətdə olan şirkətlərə güclü və yaxud zəif olmasını göstərmək üçün alimlər strateji qruplar kartının tərtib olunmasını tövsiyə edirlər. Bu üsul bütünlükdə sahə haqqında və oraya daxil olan şirkətlər haqda təsəvvür yaratmağa imkan verir. Bu, xüsusilə o vaxt əhəmiyyətli olur ki, sahəyə daxil olan şirkətlərin sayı çox olur və onları ayrı-ayrı göstəricilərə görə fərdi müqaisə çətinləşir.

Bu üsulu tətbiq etmək üçün bir sahəyə daxil olan şirkətlər bir neçə müqaisə oluna bilən əsas göstəricilərə görə müqaisə olunmaq üçün bir xəritədə yerləşdirilir. Burada, başlıca kriteriya götürülən sahələr (qiymət, istehsal miqdarı, satış bazarının həcmi, keyfiyyət, müştəri sayı, maya dəyəri, qarantıya müddəti və s.) əsas hesab edilərək, ən yüksək səviyyədən aşağıya doğru şirkətlər yerləşdirilir. Müxtəlif həndəsi düsturlarla onları ölçülərinə görə bir birindən fərqləndirən (dairələ, faiz kəsikləri və s.) şəkillərlə ümumi təsəvvür yaranır. Bununla da hər bir şirkətin sahədəki yeri (aşağı səviyyə, orta səviyyə, yuxarı səviyyə) məlum olur və onların içərisində rəqabət qabiliyyətliləri müəyyənləşir.

Biznesdə ən yaxın rəqiblərin fəaliyyətlərinin və yaxın uzaq müddətdəki strateji planların bilinməsi rəqabət qabiliyyətliliyinin saxlanmasının ən mühüm cəhətlərdən biridir. Rəqiblərin fəaliyyət istiqamətlərinin öyrənilməsi, təhlili hər bir müəssisənin düzgün strategiya müəyyənləşdirməsinin əsasını təşkil edir. Bundan başqa, rəqib strategiyasının öyrənilib təhlil olunması hər bir müəssisənin güclü və zəif cəhətlərini müəisə etmə yolu ilə tez ortaya çıxarmağa, təhcizatda, texniki səviyyədə, marketinq sahəsində, keyfiyyət və partiyaların seçilməsində buraxılmış nöqsanları üzə çıxarmağa imkan verir.

Rəqiblərin məqsədlərini və strategiyalarını belə bir qrup göstəricilərlə xarakterizə etmək olar: rəqabət miqyası (yerli, regional, milli, beynəlxalq, global), strateji məqsəd ( ən yüksəkdəduran lider olmaq, indiki lideri ötmək, qabaqcıl üç müəssisədən biri olmaq), bazarda xüsusi çəkisini yüksəltmək (bazarda əsas müəssisə olmaq, rəqibləri sıxışdırıb daha yüksək nüfuza malik olmaq), rəqiblik dərəcəsinin səviyyəsi ( möhkəmdir, kifayətdir, işləməyə imkan verir, yüksəkdir, ortadır), strateji vəziyyəti ( əsasən hücumdadır, müdafiədədir, risklidir), rəqabət strategiyası ( məsrəflərin azaldılmasında liderlik əsas bazardır, bazarda yüksəlməyə

doğru, xüsusi tələbli istehlakçılarla işləmək, keyfiyyəti yüksəltmək, texnologiyada üstünlüyə nail olmaq, çeşidləri coxaltmaq).

Rəqabətdə riskə gedərək daha iri və nüfuzlu müəssisə ilə müqaisə edib, bütün vəsaitlərini istehsalı genişləndirməyə, yeni bazarlar qazanmağa sərf etməyə, yaxud güclü texnologiyaya əsaslı vəsait qoyanlar çox vaxt istəklərinə nail olmayaraq uduzub sahədən çıxırlar.

Rəqabətdə udmağın əsas faktorlarını müəyyən edək. Əsas faktorlar dedikdə, elə faktorlar nəzərdə tutulur ki, onların doğru-düzgün qiymətləndirilməsi son nəticədə strategianın doğru müəyyənləşdirilməsinə, müəssisənin sahədəki və rəqabətdəki mövqeyinin yükəlməsinə gətirib çıxarır. Bu faktorlar isə, həm müəssisənin öz göstəriciləri, həm də rəqib lider müəssisələrin göstəriciləri ilə müqaisədə müəyyənləşdirilə bilər. Bu faktorları sahədən asılı olaraq müxtəlif cür təyin etmək mümkündür.

Ümumi halda, onları texnoloji(elmi-tədqiqat aparma təcrübəsi, istehsal proseslərinin təkmilləşdirilməsi imkanları, yeni məhsul buraxma imkanı), İstehsal faktorları ( daha az xərclə istehsal, daha yüksək keyfiyyət, xammala yaxın yerləşmə, əmək məhsuldarlığının yüksək olması və s.), bölüşdürmə və paylamadakı faktorları ( yaxşı satış paylama imkanı, topdan və pərakəndə satış bazarı, satış xərclərinin azlığı, tez çatdırma və s.), marketinq xidməti ( dəqiq və keyfiyyətli satış sistemi, sərf olunan səviyyədə xidmət və texniki kömək, geniş çeşidli məhsul, qablaşdırma və dizaynının yüksəkliyi). Bu faktorlar rəqabətdə qalib gəlməyi təmin edir.

Gənc sahələrdən fərqli olaraq, inkişaf etmiş sahələrdə təsiredici ətraf mühit çox da sürətlə inkişaf etmir. Belə ki, artıq qazanılmış təcrübə, özünü doğrultmuş texnoloji proses, bazardakı mühit ətraf mühitin sahəyə təsirinin sürətli olduğu haqda ciddi hiss yaratmır. Lakin bu halda da bazarın tələbi əsaslı dəyişikliklərin baş verməsi ilə özünü göstərir. Odur ki, inkişaf etmiş sahələrdə aşağıdakılar baş verir:

- 1) İstehlakçı tələbinin azalması birbaşa bazarda sahənin payını müəyyənləşirmə rəqabətini ortaya çıxarır. Əvvəllər hər zaman istehlakçıların sayının çoxalmasına

öyrəşən müəssisə artıq rəqib müəssislərin müştərilərini özünə cəlb etməyə çalışır. Bu halda gözlənilməz hadisələr də baş verir. Ya, qiymətlər endirilir, ya da, güclü reklam-təbliğat kompaniyası başlanır və s.

- 2) İstehlakçılar mal alverində və danışıqlarda daha çox tələbkar və güzəştə getməyən xasiyyətə malik olurlar. Çünki, artıq bütün rəqib firmaların əksəriyyətinin məhsulları ilə yaxından tanış olan istehlakçılar öz tələblərini irəli sürərək daha ucuz qiymətlə alver etmək istəyirlər.
- 3) Rəqabət o səviyyəyə yüksəlir ki, artıq əsas fikir xərclərin çoxalması və xidmətin artırılmasına yönəldilir. Belə ki, əgər bütün təklif olunan mallar eyni keyfiyyətdədirsə, o zaman müəssisə daha çox məhsul satmaq üçün qiymət və xidmət sahəsindəki güzəştlərə üstünlük verir.
- 4) İstehsal gücünü artırarkən müəssisə son bir "limit" halına gəlib çıxır. Aşağı tempi inkişaf onu göstərir ki, müəssisə istehsal gücünü artırmır. Hər bir müəssisə rəqib müəssisələrin istehsal güclərini qiymətləndirməli və onların güclərindən aslı olaraq öz gücünü müəyyənləşdirməlidir. Çünki, artıq istehsal bazarda satılmayaraq müəssisəyə ziyan gətirəcəkdir. Bundan başqa, inkişafın aşağı tempi şəraitində istehsal güclərinin yersiz olaraq artırılması müəssisənin gəlirini azaldacaq və gələcəkdə onun rəqabətqabiliyyətliliyini də şübhə altına alacaq.
- 5) Elə həddə çatılır ki, artıq nə buraxılan məhsulu təkmilləşirmək, nə də onun istehlakçılarda yeni istifadə olunma yerlərini tapmaq mümkün deyil. Yəni, istehlakçı artıq məhsulu başqa sahələrdə istifadə edə bilmir, istehsalçı isə o məhsulun yeni çeşidlərini, növlərini təkmilləşdirib təklif edə bilmir.
- 6) Beynəlxalq rəqabət artır. Artıq beynəlxalq bazarda nüfuz qazanmış şirkətlər başqa ölkələrdə bazara çıxırlar, bir çoxları ucuz əmək resursları olan ölkələrdə filiallar yaradırlar, sahə üzrə dünyada baş verən ən müasir yenilikləri və texnologiyaları tətbiq edirlər, beləliklə də, ucuz mal təklif etməklə bazarda rəqabəti udurlar.
- 7) Sahənin gəlirliyi gün-gündən azalmağa başlayır, yaxud da daima düşür. Zəif inkişaf, sürətli rəqabət, istehlakçıların daim artan tələbi, istehsal güclərindən tam istifadəni də aşağı salır, müəssislərin satdığı məhsulun həcmi və bununla da onun gəliri aşağı düşür.

8) Artan rəqabət get-gedə rəqib müəssisələrin daha zəiflərinin aradan çıxmasına gətirib çıxarır. Sahə iri, güclü və rəqabətə dözlərdən ibarət olur. Bu halda daha zəif strateji proqramlı müəssisələr bir müddət ekstensiv yollarla yaşamağa çalışır və son nəticədə onlar müflisləşir, bazarı itirir və sıradan çıxırlar.

Bütün bunlar inkişaf etmiş sahələrdə baş verən əsas dəyişiklikləri əks etdirir. Lakin vəziyyət hər zaman çıxılmaz olmur. Belə ki, bir çox alimlər qeyd edirlər ki, inkişaf etmiş müəssisələr xilasedici tədbirlər ilə çox hallarda vəziyyətlərini qoruyub saxlaya bilirlər. Bu tədbirlərə aşağıdakılar aid edilir.

- 1) Buraxılan məhsulun çeşidinin optimallaşdırılması.
- 2) İstehsalın təkmilləşdirilməsinə daha çox əhəmiyyət verilməlidir.
- 3) Xərclərin azaldılmasına daha çox əhəmiyyət verilməsi.
- 4) Artıq daimi müştərilər kimi tanınmış və uzun müddət təmasda olduğu istehlakçılara daha çox məhsul satmaq.
- 5) Rəqib firmaların daha aşağı qiymətlə alınması.
- 6) Beynəlxalq bazara çıxmaq.

Nəticədə bir tərəf öz ölkəsində istifadə edilməyən texnologiyasını xaricdə (texnologiyası zəif olan ölkədə) yeni texnologiya kimi istifadə edir. Digər ölkə isə öz ölkəsində hələ görmədiyi yeni istehsal sahəsi, yeni mal və xidmətlər qazanır. Xüsusilə, yeni inkişaf edən ölkələrlə inkişaf etmiş ölkələr arasında baş verən bu proses rəqabətqabiliyyətliliyi zəif olan müəssisələrə ikinci həyat verir. Məsələn, Amerikada artıq yetkin həddə çatmış “Coca-Cola” şirkəti dünyanın ən müxtəlif ölkələrinin bazarı hesabına alkoqolsuz içkilər istehsalı üzrə liderliyi hələ də özündə saxlamaqdadır.

Bir çox müəssisələr elə sahələrdə fəaliyyət göstərirlər ki, o sahələr iqtisadiyyatın başqa sahələrinə nisbətən çox yavaş inkişaf edir, yaxud da, get-gedə istehsalları düşür. Belə bir şəraitdə bu sahədə çalışan bir çox müəssisə məhv olub aradan çıxma səviyyəsinə gəlsələr də, bəziləri belə şəraitdə yaşama qabiliyyətindədirlər. Durgunluq bürümüş sahənin müəssisələrinin mövcudluğu hələ onların hamsının gərəksiz olacağı demək deyil və hələ bağlanacaq qərarını vermək sonuncu qərar olmaya bilər, ona tərəf hələ çox çıxış yolları aramaq mümkündür. Bu

halda müəssisələrin özləri öz talelərini həll etmək sahəsində əsaslı tədqiqatlar aparmalıdır. Belə ki, bu halda daha çox vəsait və investisiya hesabına vəziyyətdən çıxmağın mümkünlüyü, bəzi zərərli sahələrin ləğvi ilə əlaqəli ola bilər. Bundan başqa, güclü rəqiblərin də artıq iflasa uğramışlar hesabına bazarı qazanacaqlarını unutmaz. Odur ki, bazarda azacıq da olsa, paya sahib olmaq ciddi strategiya tələb edir. Ümumiyyətlə, durğunluq və boğulmaq həddinə çatmış sahələrdə fəaliyyətlərini davam etdirmək istəyən müəssisələr aşağıda qeyd olunan strateji yanaşmalardan istifadə etməlidirlər.

- 1) Sahə daxilində ehtiyatda olan bazar segmentlərini araşdırıb tapmağa və ondan səmərəli istifadəyə yönəlmiş strategiya işləmələri.
- 2) İstehsal olunan məhsulun keyfiyyətini yüksəltmək və onu təzələməklə ciddi tədqiqat yolu ilə seçim aəarmaq.
- 3) Durmadan, təkidlə çəkilən xərclərin həcmnin azaldılması.

Xərclərin azaldılması yollarına qeyd olunduğu kimi, daha ucuz qiymətlə mal təklif edən müəssisələrin xidmətindən istifadə, özündə baha başa gələn işlərin bu işi ucuz görən müəssisələrdə görülməsi, daxili istehsal ehtiyatlarından və istehsal gücündən səmərəli istifadə, satışın təşkilində əmələ gələn artıq aralıq mərhələlərin ixtisar olunması, daha ucuz şərtlərlə emal etmə texnologiyasının tətbiqi və s. daxildir.

Bir çox sahələrdə yüzlərcə, minlərcə kiçik, orta və iri ölçülü müəssisələr fəaliyyət göstərirlər. Onlardan bir çoxu ayrı-ayrı şəxslər tərəfindən idarə olunur. Pərakəndəlik və say çoxluğu onlardan hər hansı birinin bazarda yüksək yerə malik olmasına imkan vermir. Odur ki, burada liderlikdən, bazara hökümranlıqdan, geniş istehlakçı kütləsinin marağını qazanmaqdan söhbət getmir. Məsələn, kitab, qəzet çap edən mətbəələr, əl əməyi ilə müxtəlif məişət şeyləri düzəldənlər, gül-çiçək əkib becərənlər, yük daşıyan nəqliyyatlar və s.

Özünəməxsus xüsusiyyəti olan bu sahələrin xarakterik əlamətləri aşağıdakı kimi səciyyələnir.

- 1) Hər bir zaman eyni bir sahəyə girmək çox da çətinlik törətmir;



- 2) Xərclərin həcmi və müəssisələrin böyüklüyü ilə əlaqədar güclü bir rəqabət yoxdur;
- 3) Görülən işin növü, həcmi və sifarişçiləri ilə bir növ qapalı bir bazarın mövcudluğu bu sahə üçün xarakterikdir;
- 4) Mal və xidmət təklifi üzrə çox saylı və çeşidli fəaliyyət növünün olması bu sahə üzrə xarakterik bir haldır.
- 5) İri həcmli və ağırlığı çox olduğundan bu xidmət sahəsinin əhatə dairəsi məhdud radiusla həyata keçirilir.
- 6) Yerli qanunla hüquqa, əxlaqa, məişət tərzinə zidd olacaq fəaliyyət növlərinin fəaliyyətinin qeyri mümkünlüyü;
- 7) Sahənin özünün gün-gündən yeniləşməsi və cavanlaşması baxımından bir-birinə örnək və ya təsiredici gücə sahib olmaması.

Bu xüsusiyyətlərlə xarakterizə olunan spesifik xüsusiyyətli sahədə, təbii bir proses kimi, eyni fəaliyyət növü ilə məşğul olan müəssisələr birləşə bilərlər. Bunu onların ümumi maraqları, ortaq mal göndərənləri, və bazara birgə mal göndərmələri edirlər. Bu sahədə də firmaların bir qədər imkanlarını inkişaf etdirir, başqaları isə, elə sahənin spesifikasiyasına mövcud kortəbii, bu günkü imkan və tələblə fəaliyyətdə olurlar.

Bu sahədə rəqabət çox zəif və çox güclü ola bilər. Çünki, sahəyə daxil olmaq yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, elə də çətin deyil. Kiçik ölçülü firmalar istər istehlakçı, istərsə partnyorlara iş sahəsində güclü nüfuz və təsir dairəsinə malik olmadığından onlar çox vaxt iri müəssisələrin kölgəsində qalırlar. Rəqabət məhsul çeşidinin çoxalması, xidmət servisinin yaxşılaşdırılması, daha ucuz qiymətlə istehsal edib, ucuz da satılması, görülmüş işlərdən əlavə servis xidmətlərinin təklifi sahələrində aparılır. Odur ki, bu sahədə bütün rəqabətqabiliyyətlilik əsas istehlakçılar və bazar segmentində boş qalmış yerləri doldurub nüfuz qazanmaqdan ibarətdir.

Müəssisələr və şirkətlər öz fəaliyyətlərini beynəlxalq bazarlara çıxarırlar. Bu, müxtəlif səbəblərdən olur. Bu səbəblərə yeni bazarları axtarmaq, daxili rəqabətə dözə bilməmək, daha ucuz əmək resurslarından istifadə etmək və s

daxildir. Səbəblərin nə olmasından aslı olmayaraq, xarici bazarlarda şirkətləri xarici ölkənin bir çox tələbləri əhatə edir. Bunlara xərclərin müxtəlif cür dəyişə bilməsini, valyuta kurslarının dəyişməsinə, həmin ölkənin ticarət siyasəti və beynəlxalq rəqabətin özünəməxsus xüsusiyyətlərini aid etmək olar. Bunlara ayrı-ayrılıqda baxaq:

- 1) Ölkədən ölkəyə xərclərin dəyişməsi. Hər bir ölkədə əmək haqqı həddi, əmək məhsuldarlığı, infilyasiya tempi, enerji daşıyıcılarının qiyməti, qanunvericilik, müxtəlif cür dəyişdiyindən çəkilən xərclər də müxtəlif olur. Məhz, göstərilən faktorların ucuz olduğu ölkələrdə istehsalı daha asan və az xərclə təşkil etmək olur. əmək qüvvəsini ucuz olduğu ölkələrə Tayvanı, Cənubi Koreyanı, Meksikanı, Brazilyanı aid etmək olar.
- 2) Valyuta kurslarının dəyişməsi. Valyuta kursları əsas göstərici kimi həm xərclərə, həm də gəlirlərə təsir edir. Bəzən valyuta kursları il ərzində 20-40%-ə qədər dəyişir. Bu cür dəyişmə şirkətlərin bəzilərinin gəlirlərini artırsa da, bir çoxlarını müflisləşdirir.
- 3) Dövlətin xarici ticarət siyasəti. Dövlət öz milli iqtisadiyyatını qorumaq üçün gömrük, vergi və bu kimi sahələrdə bir çox dəyişiklik edib, daxili bazarında öz məhsullarına əlverişli şərait də yarada bilər. Yaxud, xarici mallarla ölkənin ehtiyaclarını ödəmək məqsədi ilə daha münbit şərait yaradıb onları həvəsləndirə bilər. Bundan başqa, hası məhsulların çıxarıla bilməsinə və ya gətirilə bilməsinə də icazə vermək dövlət səlahiyyətlərindədir. Daxili iqtisadi qanunlar və mülki qanunlar və mülki qanunlar da xarici fəaliyyət üçün əlverişli və ya əlverişsiz ola bilər.

Rəqabət dövlətlərarası və milli ola bilər. Dövlətlərarası rəqabətdə hər hansı bir mal üzrə dünya bazarını qazanmaq, daha çox xammal satmaq və ya hansısa məhsulun monopolist istehsalçısına çevirilmək rəqabət törədir. Qlobal rəqabətdə qiymət və rəqabət şərtləri bütün milli bazarlar üzrə bir-biri ilə əlaqədardır. Odur ki, bu halda vahid dövlətlərarası və qlobal bazar mövcuddur.

Qlobal rəqabətin bazar gücü onun müxtəlif ölkələrdən aldığı rəqabət üstünlüklərinin cəmi ilə düz mütənasibdir. Belə rəqabətə avtomobil, avtomobil

şini, televizor və s. kommersiya xidməti üçün istehsal olunmuş təyyarələr istehsalında rast gəlinir.

Beynəlxalq bazarlarda işləyən şirkətlərin altı strateji istiqaməti var:

- 1) Xarici şirkətlərə öz şirkətinin texnologiyasından istifadə etməyə, yaxud da, onun məhsullarını istehsal edib satmaq üçün lisenziyalar verilməsi. Bu halda beynəlxalq məcmu gəlir müqavilə üzrə lisenziyaya ödənen məbləğə bərabər olur.
- 2) Milli məhsul istehsalını bir ölkədə təmsil edərək onu başqa ölkələrə ixrac etmək. Belə halda öz paylama imkanlarından istifadə oluna bilər.
- 3) Çoxmilli strategiyaya üstünlük vermək. Bu halda hər bir xarici dövlət üzrə bazar, onun tələbi, yerli şərait nəzərə alınmaqla, onlar üçün fərdi strategiya hazırlanır. Bunlar ümumi strategiyada birləşsələr də, hər birindəki strategiya digərindən fərqlənir və onlar fərdi qaydada həyata keçirilirlər.
- 4) Ən aşağı xərclərlə qlobal strategiyanı həyata keçirmək. Bu halda şirkət bütün imkanları ilə hər bir dövlətdə olan satış bazarlarına öz məhsullarını aşağı qiymətlə göndərərək mövcud olan imicini və bununla da rəqabətqabiliyyətini yüksəltmiş olur.
- 5) Diferansiasiyaya üstünlük vermə strategiyası. Şirkət öz məhsullarını fərqləndirir ki, o, eyni xarakteristikalı məhsulların istehsalı üzrə etibarlı qlobal imic qazanmış olsun.
- 6) Təmərküzləşdirmə qlobal strategiyasını həyata keçirmə. Şirkət öz fəaliyyətini bu və ya digər ölkələrin bazar şəraitlərinə rast gəlinən bu boşluqları doldurmağa istiqamətləndirir.

Bütün bunlar beynəlxalq bazarda rəqabətqabiliyyətliliyi qoruyub saxlamağ imkan verən amillərdir.

Bazar iqtisadiyyatına keçid prosesi ölkəmizdə müəssisələrin fəaliyyət mühitlərinə onlar üçün yeni iqtisadi amili-rəqabəti gətirmişdir. Rəqabət bazar iqtisadiyyatının əsas atributlarından biri olaraq, iqtisadiyyatın, onun sahələrinin və sahibkarlıq fəaliyyətinin intensiv inkişaf etməsinə, istehsala ETT-nin nəticələrinin tətbiq olunmasına və təlabatların səmərəli ödənilməsinə təkan verən xüsusiyyətləri

özündə cəmləşdirir. Rəqabət anlayışı mürəkkəb, çoxməqsədli, çoxaspektli və dinamik bir anlayışdır.

“Firmanın rəqabətqabiliyyətliliyi” anlayışı özünə böyük iqtisadi xarakteristikalar kompleksi birləşdirir. Bunlar isə firmanın sahə bazarlarında vəziyyətini müəyyən edir. Bu, kompleks məhsulun istehsal sferasında müəyyən olunan xarakteristikasını, eləcə də firmanın məhsullarının istehsalı və satışında formalaşan və həmin proseslərin normal gedişinə iqtisadi və texniki cəhətdən əlverişli şərait yaradan amilləri birləşdirir.

Məhsulun rəqabətqabiliyyətliliyi və istehsalçı firmanın rəqabətqabiliyyətliliyi öz aralarında həm bir hissə kimi, həm də bütövlükdə vahid bir sistem kimi fəaliyyət göstərir, yəni qarşılıqlı vəhdətdədirlər. Belə ki, kompanyanın müəyyən əmttə bazarında rəqabət mübarizəsi aparma imkanları məhsulun rəqabətqabiliyyətliliyindən və firmanın fəaliyyətinin rəqabət mübarizəsindəki nəticələrinə təsir edən iqtisadi metodların məcmusundan bilavasitə asılıdır.

Konkret məhsul bazarında firmanın rəqabəti bilavasitə həmin bazarda firmanın istehsal etdiyi məhsulun rəqabəti formasını alır. Başqa sözlə, məhsulun həmin bazardakı rəqabətqabiliyyətliliyi elə həmin məhsulu hazırlayan və onu dünya bazarında satan firmanın özünün də rəqabətqabiliyyətliliyidir.

Firmanın rəqabətqabiliyyətliliyinin səviyyəsinə aşağıdakı amillər: istehsal texnologiyasının elmi-texniki səviyyəsi və texnologiyanın təkmilləşmə dərəcəsi; yeni ixtiralarından və kəşflərdən istifadə edilməsi; istehsalda müasir avtomatlaşdırma vasitələrinin tətbiqi və s. təsir edir.

Firmanın bazarda rəqabətqabiliyyətliliyinin təhlili zamanı istehlakçıların bazarda firmaya və onun məhsuluna olan münasibəti və bu münasibətə təsir göstərən əsas amillər də öyrənilməlidir.

Xammalı emal edən firmaların rəqabətqabiliyyətliliyinə xammalın emalı zamanı alınan gəlirin miqdarı təsir göstərir. Bu gəlir isə bilavasitə xammalın keyfiyyət və qiymət xarakteristikalarından asılıdır. Eləcə də bu firmaların rəqabətqabiliyyətliliyinə digər istehsal resurslarının qiyməti; xammalın emalından alınan son məhsulun bazar konyukturasındakı vəziyyəti, tələb və təklifin dəyişməsi

nəticəsində qiymətin dinamikasını, xammalın emal, yaxud istehlak yerinə daşınması xərcləri və digər əlaqə formaları.

Xam məhsulları istehsal edən firmaların rəqabətqabiliyyətlilik səviyyəsinə onların hansı məhsulları satması, həmin xam məhsulların harada və necə istehlak edilməsi amilləri də güclü təsir edir.

Firmaların bazardakı rəqabət vəziyyəti, eləcə də milli dövlət orqanları və digər təşkilatlar tərəfindən firmanın dəstəklənməsi və ona köməklik göstərilməsindən xeyli dərəcədə asılıdır. Onlar firmaya ixrac kreditlərinin verilməsi, onların sığortalanması, vergidən azad edilməsi, bazrların konyukturası haqqında informasiyalarla təmin edilməsi və s. yolu ilə köməklik edə bilərlər.

Adətən firmalar milli və xarici bazarlarda günü-gündən kəskinləşən rəqabət mübarizəsi şəraitində özünün real imkanlarını ölçüb-biçməli, güclü və zəif tərəflərini təhlil etməlidir. Eləcə də o, əməli tədbirlər və vasitələr işləyib hazırlamalı və onları reallaşdırmalıdır. Çünki yalnız bu yolla firma özünün rəqabətqabiliyyətliliyini yüksəldə bilər və müvəqqətiyyətini – yüksək gəlir götürməsinə təmin edə bilər.

Firmaların rəqabətqabiliyyətliliyinin yüksəldilməsinə istiqamətləndirilən təşkilatı tədbirləri aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

- 1) Bazarda firmanın məhsulunun nüfuzunun qaldırılmasına imkan verən texniki-iqtisadi və keyfiyyət göstəricilərinin təmin edilməsi;
- 2) İstehlakçıların firmanın məhsuluna olan tələblərin konkret sifarişlərinin, eləcə də məhsulun etibarlılığına diqqətin artırılmasını nəzərə almaqla, onun keyfiyyətinin və texniki-iqtisadi göstəricilərinin dəyişdirilməsi;
- 3) Məhsulun onun əvəzedicisi ilə müqaisədə üstünlüklərini aşkar və təmin etmək;
- 4) Məhsulun rəqabətqabiliyyətliliyini yüksəltmək məqsədi ilə qiymət amillərinin aşkar olunması və istifadə edilməsi, o cümlədən bu sahədə rəqib firmalar tərəfindən tətbiq edilən metod və üsulların öyrənilməsi;
- 5) Məhsulun tətbiq olunması üçün yeni sahələrin axtarılıb tapılması və istifadə olunması;

6) Məhsulun müxtəlif şəraitlərdə, müxtəlif qruntlarda işləyə bilməsinə şərait yaratmaq və s.

Beləliklə, konkret bazarda, yaxud onun segmentində firmanın rəqabətqabiliyyətliliyinin qiymətləndirilməsi firmanın texnoloji, istehsal, maliyyə və satış imkanlarının diqqətlə təhlil edilməsinə əsaslanmalıdır. Bu işə, marketing tədqiqatlarının tamamlayıcı mərhələsi olmaqla, firmanın potensial imkanlarının müəyyən edilməsinə, konkret bazarda yaxud da onun segmentində rəqabət vəziyyətinin yaxşı saxlanılmasını təmin edə biləcək tədbirlər sistemi hazırlamağa və onu həyata keçirməyə köməklik edəcəkdir.

## **1.2. Rəqabətin nəzəri əsasları və rəqabət haqqında nəzəriyyələrin tətbiqi**

İqtisadiyyatın və ya hər hansı bir digər elm sahəsinin “nəzəriyyə”sinin əsas məqsədi bu elm sahəsinin predmetinə aid olan hadisələrin səbəblərini açıqlamaq, hadisələr arasındakı “səbəb-nəticə” əlaqələrini ortaya çıxarmaqdır. Rəqabətin nəzəriyyələrinin də başlıca məqsədi ölkələr arasında baş verən inteqrasiyasının, yaranan rəqabət münasibətlərinin səbəblərini və nəticələri izah etməkdir. Rəqabət terminini konseptual olaraq daha dərinlən anlamaq və tətbiq etmək üçün onun nəzəri əsaslarını və nəzəriyyələri nəzərdən keçirək. İlk öncə klassik nəzəriyyəyə göz ataq.

Klassik məktəbin banisi Adam Smit dəqiq olaraq müəyyən etmişdir ki, millətin rifahı onun yığdığı qızılın miqdarından daha çox, onların əmtəə və xidmətlər istehsal etmək qabiliyyətlərindən asılıdır. Buna görə də, əsas vəzifə qızıl yığımından deyil, əmək bölgüsü əsasında istehsalın inkişaf etdirilməsindən ibarət olmalıdır. Bu işə subyektlərin iqtisadi cəhətdən tam azad olduqları, yəni azad rəqabətin təmin olunduğu şəraitdə daha yaxşı şəkildə əldə edilə bilər.

A.Smitə görə, məcmu dünya sərvəti sabit deyildir. Beynəlxalq əmək bölgüsünə əsaslanan xarici ticarət son nəticədə dünya istehsalının artmasına gətirib çıxarır. Yəni, öz aralarında ticarət edən iki ölkə beynəlxalq əmək bölgüsü nəticəsində daha yüksək istehsal və istehlak səviyyələri əldə edərək həyat standartlarının artımına nail olurlar. Dolayısı olaraq, A.Smit merkantilistlərin “xarici ticarətdə bir tərəf qazandıqı halda digər tərəf uduzur” fikrini alt-üst edir. Çünki, xarici ticarətdən hər iki tərəf mənfəət əldə edir.

A.Smitin xarici ticarət nəzəriyyəsinin izahına keçməzdən əvvəl qeyd edək ki, ümumiyyətlə klassik xarici ticarət nəzəriyyələri çoxsaylı ehtimallara əsaslanır. Onları aşağıdakı kimi sıralamaq olar:

- istehsalın yeganə amili kimi əmək çıxış edir;
- mövcud olan əmək resurslarından istehsalda tam istifadə olunur, başqa sözlə tam məşğulluq mövcuddur;

- beynəlxalq ticarətdə iki ölkə iştirak edir ki, onlar da bir-birləri ilə yalnız iki əmtəə ilə ticarət edirlər;
- istehsal xərcləri dəyişməz olaraq qalır, onun aşağı düşməsi isə əmtəəyə tələbi artırır;
- əmtəənin qiyməti digər bir əmtəənin istehsalına sərf edilən əməyin kəmiyyəti ilə ifadə olunur;
- tam və azad rəqabət şəraiti bərqərarlıdır;
- əmtəələrin bir ölkədən digərinə daşınması zamanı çəkilən xərclər sifirə bərabərdir;
- xarici ticarətdə heç bir məhdudiyət mövcud deyil.

Qeyd edək ki, klassik iqtisadçıların dəyər bərasindəki mülahizələri əmək-dəyər nəzəriyyəsi olaraq tanınır. Bu yanaşmaya görə, bir əmtəənin dəyəri onun istehsalı üçün sərf edilən əməyin kəmiyyəti ilə ölçülür. Buna görə də, istehsalına daha çox əmək sərf edilən malın dəyəri yüksək, az əmək sərf edilənin dəyəri isə aşağı olur. Bundan çıxış edərək klassik iqtisadçıların dəyəri formalaşdıran digər faktorlardan xəbərdar olmadıqlarını söyləmək düzgün olmazdı. Əslində, onlara görə, təbii amillər Allahın insanlara bir bəxşisidir, yəni cəmiyyət onların əldə olunması üçün heç bir əmək sərf etməmişdir və deməli, təbii amilləri dəyəri formalaşdıran faktorlar kimi qəbul etmək düzgün deyildir.

Müasir nəzəriyyələrə nəzər yetirsək rəqabətin nəzəri əsaslarının fərqli səpkidə təsvir edildiyini və şərh verildiyini görmüş olarıq. Buna misal olaraq beynəlxalq ticarəti **inhisar rəqabəti** şəraitində izah edən nəzəriyyənin inkişafına yeni nəsil amerikan iqtisadçısı Pol Kruqman böyük töhfə vermişdir.

Inhisar rəqabətinin beynəlxalq ticarətə təsirini müəyyən etmək üçün ilk növbədə firmaların sayı və onların əmtəələrinin qiymətləri arasındakı əsas qarşılıqlı əlaqələri müəyyən etmək lazımdır:

- firmaların sayı ilə tipik firmanın orta xərcləri arasındakı qarşılıqlı əlaqə - müəssisələr nə qədər çox olarsa hər bir müəssisənin istehsal həcmi bir o qədər az və əmtəə vahidinə çəkilən orta xərclər bir o qədər çox olar;
- müəssisələri saytı ilə onların hər birinin satış qiymətləri arasındakı qarşılıqlı əlaqə
- müəssisələr çox olduqca rəqabət güclənir və qiymətlər aşağı düşür;



-firmaların satış qiymətləri ilə onların sayı arasında qarşılıqlı əlaqə - qiymət orta bazar səviyyəsini keçirsə bazarda əlavə sayda müəssisələr meydana gəlir və əksinə, qiymət orta səviyyədən aşağıdırsa təsərrüfat subyektlərinin sayı azalır.

Inhisar rəqabəti modeli üçün birinci iki əlaqə daha vacibdir. Inhisar rəqabəti çərçivəsində ticarət modeli ondan çıxış edir ki, beynəlxalq ticarət satış bazarının həcmi genişləndirir. İki ölkə bir-birləri ilə ticarət etdikləri halda məcmu bazar iki ölkənin bazarlarının sadəcə cəmindən daha geniş olur və onların istehsal etdikləri əmtəələrin çeşidi genişlənir, əmtəə vahidinin qiyməti aşağı düşür.

Beynəlxalq ticarət nəzəriyyələrinin inkişafında XX əsrin 80-ci illərində amerikalı iqtisadçısı Maykl Porterin işlədiyi **ölkələrin rəqabət üstünlükləri nəzəriyyəsi** mühüm əhəmiyyət kəsb etmişdir. O özünün bu nəzəriyyəsində klassik və neoklassik iqtisadçıların baxışları ilə neotexnoloji məktəbin təmsilçilərinin baxışlarını bir araya gətirə bilmişdir. Alim dünya ticarətinin ikidə bir hissəsini özündə cəmləşdirən 10 ən iri sənaye ölkələrinin şirkətlərinin praktiki fəaliyyəti üzrə tədqiqat apararaq belə bir nəticəyə gəlmişdir ki, dünya bazarında ölkənin rəqabət qabiliyyətinin bir-biri ilə qarşılıqlı fəaliyyətdə və əlaqədə olan dörd başlıca parametri mövcuddur:

Amillərin şəraiti. Bu zaman müəyyən sahədə müvəffəqiyyətlə rəqabət aparmaq üçün lazım olan konkret istehsal faktorları nəzərdə tutulur. M.Porter klassik amillər nəzəriyyəsini də qəbul etməklə onların sırasına yenilərini də əlavə edir.

Əmtəə və xidmətlərə tələb şəraiti. Bu, sahə tərəfindən təklif edilən məhsul və xidmətlərə daxili bazarda olan tələbi nəzərdə tutur. Tələb müəssisənin inkişafını müəyyən edən əsas parametrdir. Bu zaman daxili tələbin vəziyyəti xarici bazarın potensial imkanları ilə birlikdə situasiyaya əhəmiyyətli dərəcədə təsir edir. Burada müəssisənin xarici bazarlara çıxışına təsir edən milli xüsusiyyətləri (iqtisadi, mədəni, təhsil, etnik, adət və ənənələr) də nəzərə almaq lazımdır. M.Porterın yanaşması ayrı-ayrı şirkətlərin fəaliyyəti üçün daxili bazarın əsas əhəmiyyət kəsb etdiyini qəbul edir.

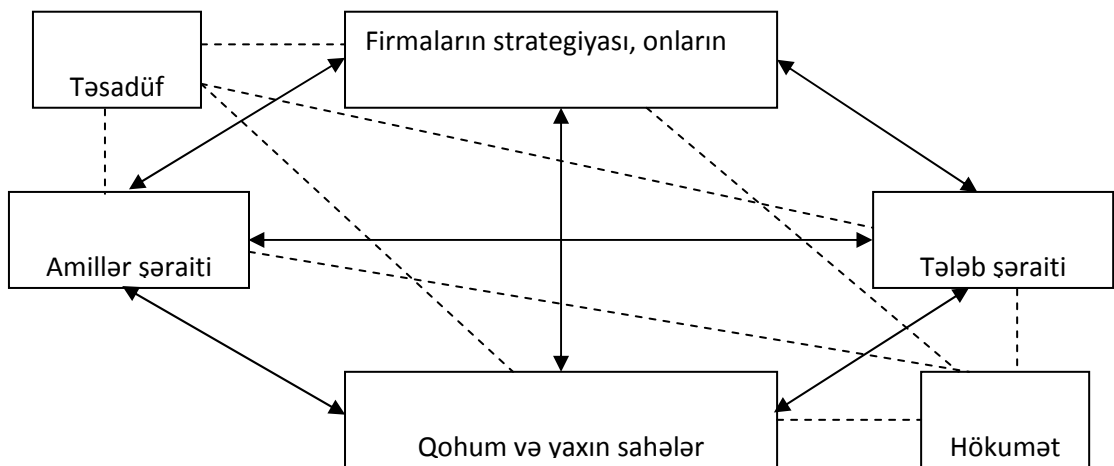
Ölkələrin firmalarının strategiyası, onların strukturu və rəqabəti. Bu, ölkədə firmaların yaradılması və idarəedilməsini müəyyən edən şəraiti və daxili baxarda rəqabətin xarakterini nəzərdə tutur. Firma tərəfindən seçilən bazar strategiyası və lazımi çevikliyi təmin edən təşkilati struktur beynəlxalq ticarətə müvəffəqiyyətlə qoşulmanın əsas şərtlərindən biridir.

Ölkədə mövcud olan qohum və yaxın sahələrin xarakteri. Bu zaman ölkədə dünya bazarında rəqabət qabiliyyətli olan qohum və ya yaxın sahələrin mövcudluğu və ya qeyri-mövcudluğu nəzərdə tutulur. Müvafiq avadanlıqla təminat, nəqliyyat, komersiya və maliyyə strukturları ilə sıx əlaqələr rəqabət baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Sayılan parametrlər özlüyündə milli “romb” əmələ gətirirlər ki, onun da komponentləri bir-birlərini qarşılıqlı surətdə gücləndirir (Sxem 1.).

### Sxem 1.

#### M.Porterin “rəqabət rombu”nun sxemi



Bu sistemə həmçinin təsadüfi hadisələr və hökumətin siyasəti də əlavə edilir. Bu parametrlər ölkənin rəqabət üstünlüklərini həm gücləndirə, həm də zəiflədə bilər.

M.Porterə görə, daxili bazarda rəqabətin mövcudluğu mühümdür. O, dövlət tərəfindən müdafiə edilərək istehsalın bir milli firmada cəmləşdirilməsinin potensial səmərəliliyini qəti surətdə rədd edir. Bu cür dövlət firmalarının əksəriyyəti aşağı səmərəliliyi, təbii ehtiyatlarda qeyri-səmərəli istifadəsi və aşağı əmək məhsuldarlığı ilə fərqlənir.

Daxili bazarda sərt rəqabət firmaları xarici bazara çıxmağa stimullaşdırır, xarici bazar axtarmağa sövq edir. Bununla yanaşı, daxili bazarda rəqabət qabiliyyətli əmtəələrin kifayət qədər olduğu şəraitdə xarici satış bazarının tapılması məsələsi nisbətən asanlıqla həll edilir. Bu baxımdan, M.Porterin nəzəriyyəsinə görə, xarici ticarətdən daha çox uduş qazanmaq üçün milli əmtəələrin rəqabət qabiliyyətliliyini yüksəltməyə ehtiyac vardır.

M. Porter istehsal amillərinin klassik nəzəriyyəsinin tərəfdarı olduğundan, o, bu amilləri nəinki məhdudlaşdırmır, hətta yenilərini, hansı ki istehsal prosesində meydana çıxır, onları da (iş qüvvəsinin çatışmadığı şəraitdə əmək məhsukdarlığının artması, məhdud resursların – torpaşın, və digər təbii ehtiyatların məhdudluğu şəraitində ehtiyatlara qənaət edən kompakt texnologiyaların tətbiq olunması) daxil edir.

Firmanın inkişafı üçün müəyyənədicisi olan ikinci mühüm komponent tələbdir. Beləki xaricdəki potensial şəraitlə qarşılıqlı təsirdə daxili tələbin vəziyyəti firmanın şəraitinə həlledici təsir göstərir. Burada firmanın xaricə çıxmasına təsir göstərə bilən milli xüsusiyyətlərdə (iqtisadi, mədəni, etnik, təhsil) nəzərə alınmalıdır. M. Porterin yanaşmasında ayrıca şirkətin fəaliyyəti üçün daxili bazarın tələbi müəyyənədicisi hesab olunur.

Üçüncü komponent - istehsalın, xidmət göstərən və ona yaxın olan sahələrin vəziyyəti və inkişaf səviyyəsi, müvafiq avadanlıqlarla təchiz olunması, maliyyə, kommersiya strukturları və malğöndərənlərlə sıx əlaqələrin mövcudluğu.

Dördüncüsü, rəqabət şəraiti və firmanın strategiyası. Firma tərəfindən seçilmiş strategiya və müvafiq çevikliyi olan təşkilatı struktura beynəlxalq ticarətə müvəffəqiyyətlə qoşulmağın vacib şərtidir. Ciddi stimullar daxili bazarda kifayət qədər rəqabətin olmasıdır. Dövlətin yardımı ilə süni hökmranlıq düzgün qərar olmayıb, vəsaitlərdən səmərəsiz və talançı istifadə edilməsidir.

Müxtəlif ölkələr üçün bu amillərin müxtəlif kombinasiyası mümkündür ki, M. Porter, buna uyğun olaraq hər bir ölkənin həyat tsklinin 4 mərhələsini fərqləndirmişdir:

1) istehsal amilləri mərhələsi (factor - driven economy). (Bu mərhələdə olan ölkələr əsasən malik olduqları istehsal amillərindən - ucuz iş qüvvəsi, daha münbit əkin sahələri və s. istifadə etdiklərinə görə rəqabət aparırlar.

2) investisiya mərhələsi (investment - driven economy). İqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətliliyi dövlətin və milli firmaların investisiya aktivliyinə əsaslanır ki, bu zaman milli istehsalçıların xarici texnologiyalara adaptasiyası və onları təkmilləşdirmək qabiliyyəti həlledici əhəmiyyət kəsb edir. İntestisiyaların həcmnin artması yeni, qabaqcıl amillərin yaradılmasına və müasir infrastrukturun inkişafına gətirib çıxarır.

3) yeniləşmə mərhələsi (innovation - driven economy). Bu mərhələ geniş sahələr timsalında, bir - biri ilə qarşılıqlı təsirdə olan 4 amilin mövcudluğundan irəli gələn rəqabət üstünlüyü ilə xarakterizə olunur. Milli şirkətlərin müvəfəqiyyətlə rəqabət apardığı sahələrin məcmusu əsaslı artaraq genişlənməkdədir.

4) sərvət mərhələsi (prosperity - driven economy). İstehsalın səviyyəsinin aşağı düşməsi. İqtisadiyyatın hərəkətverici qüvvəsi əldə olunmuş sərvətə xidmət edir. Ölkə və onun şirkətləri beynəlxalq rəqabətdə öz mövqelərini tədricən verərək, bütün gücü öz mövqelərini saxlamağa yönəldirlər. Halbuki aktiv investisiyalar etmədiklərindən hakimiyyət orqanlarının dəstəklədiyi konservativ strategiya yeridirlər.

Bu bölgüyə uyğun olaraq M. Porter ölkələrə onların iqtisadi siyasətlərinə uyğun aşağıdakı məsləhətləri formula edir:

1. İstehsal amilləri mərhələsində olan ölkə iqtisadiyatları üçün:

- siyasi və makroiqtisadi sabitliyin yaradılması və saxlanması, qanunun aliliyinə nail olunması;

- fiziki infrastrukturun və ümumi təhsilin yüksək səviyyəsinə nail olunması;

- bazarların açıqlığı;

- dünya səviyyəli texnologiyanın assimlyasiya edilməsi üçün şəraitin yaradılması.

2. İnvestisiya mərhələsində olan ölkə iqtisadiyyatı üçün;

- elmi - tədqiqat və fiziki infrastruktur güclərinin təkmilləşdirilməsinə investitsiyalarının qoyulması;

- xarici texnologiyaları qabaqlayan və dəyərlilərin yaradılması zəncirinin bütün mərhələləri (hasilatdan başlayaraq son məhsul istehsalına qədər) üzrə istehsal güclərinin genişlənməsi üçün imkanların yaradılması.

3. Yeniləşmə mərhələsində olan ölkə iqtisadiyatları üçün:

- dünya səviyyəli tədqiqat resurslarının (təşkilatı, infrastruktur, iş qüvvəsi) yaradılması;

- milli şirkətlər üçün nadir strategiyaların və dünyada ən yeni innovasiyaların yaradılması üçün şəraitin yaradılması.

M. Porterrin nəzəri baxışları xarici ticarətdə ölkənin əmtəələrinin rəqabət qabiliyyətini yüksəltmək məqsədi ilə Avstraliyada, Yeni Zelandiyada və ABŞ –da 1990 - cı illərdə hazırlanan dövlət səviyyəli məsləhətlərin əsasını təşkil edirdi.

Bir sıra iqtisadçılar M. Porterin nəzəri baxışlarının inkişaf etdirilməyə ehtiyac olduğunu göstərirdilər və qeyd edirdilər ki, bu nəzəri konsepsiya ölkənin rəqabət qabiliyyətinin inkişaf etdirilməsi istiqamətində təkmilləşdirilməlidir.

Ölkənin beynəlxalq rəqabət qabiliyyətinin artırılması nəzəriyyəçi-iqtisadçılardan başqa bir sıra ölkələrin hakimiyyət orqanları ilə yanaşı beynəlxalq təşkilatları da maraqlandırır. Məs. 80 – 90 - illərin sonunda ABŞ – da rəqabət

qabiliyyəti üzrə Şura, Avropa komissiyasında rəqabət qabiliyyəti üzrə Məsləhət Qrupu yaradıldı.

Bir firmanın rəqabətçi üstünlüyünün olması bu firmaya ən rəqabətçi bazarda belə mənfəət gətirəcəkdir. Rəqabətçi üstünlüyü olmayan bir firma isə fürsətlərin çox olduğu bazarlarda belə zəif olacaqdır.

Michael Porter, rəqabətçi üstünlüyü yaxalaya bilmək və uzun müddətdə müdafiə edilə bilən bir mövqe əldə etmək və rəqiblərdən üstün olmaq üçün bu üç **jenerik strategiyayı** müəyyən etmişdir:

1. Maya Dəyərində Liderlik Strategiyası
2. Fərqliləşdirmə Strategiyası
3. Fokuslanma Strategiyası

Bu üç strategiya iki yöndəyə alınmışdır: Stratejik sahə və stratejik qüvvət. Stratejik sahə tələb yönlüdür və hədəf bazarın böyüklüyünü və kompozisiyasını nəzərə alır. Stratejik qüvvət ehtiyacı təmin etməyə yönəlmiş yanaşmadır və firmanın qüvvətli tərəfini nəzərə alır.

Stratejik sahə baxımından ələ alınan fərqliləşdirmə strategiyası, müştərini mərkəzə yerləşdirərək onların ehtiyaclarına görə məhsulların istehsalını nəzərdə tutur. Stratejik qüvvət isə firmanın aşağı maya dəyərli mövqeyini təmin edə bilməsi ilə maya dəyəri liderliyi strategiyasının tətbiqini əhatə edir. Üçüncü fokuslanma strategiyası bu ilk iki strategiyanın seçilmiş dar bir hədəfə tətbiq edilməsidir. Maya dəyəri liderliyi strategiyasının tətbiqi firmanın bütün xərclərinin ortalama bir rəqibin bütün xərclərindən daha az olmasından asılıdır. Fərqliləşdirmə strategiyasının tətbiqi isə müştərilər onlara təklif edilən məhsul və xidmətlərin daha üstün olduğunu düşünərlərsə və rəqiblərin təklif etdiyi qiymətdən daha yüksək bir qiymət ödəməyə istekli isələr həyata keçirilə bilər.

**Maya Dəyərində Liderlik Strategiyası.** Maya dəyərində liderlik, məhsuldar həcmli aktiv müəssisələrin qurulmasını, əldə edilmiş təcrübələrlə güclü maya dəyəri düşüslərinə nail olunmasını, maya dəyəri və ümumi xərclərə sıx nəzarəti, kiçik müştəri hesablarından uzaq durulmasını və araşdırma-təkmilləşdirmə, servis,

satış gücü, reklamlar və s. kimi sahələrdə xərclərin ən azı endirilməsini lazımlı edir.

Bu strategiyanı tətbiq edən şirkətlər məhsulları böyük miqdarlarda istehsal edərək daha az miqdarlarda məhsul istehsal edən şirkətlərə qarşı daha aşağı qiymətlər təklif edə bilirlər.

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

Bunlar: Xammalları daha asan əldə edə bilmək; Xərcləri yaymaq üçün geniş bir məhsul çeşidinə sahib olmaq; Həcm üstünlüyündən yararlanmaq üçün böyük hədəf bazar və müştəri qrupuna sahib olmaq.

Firma maya dəyərində lider olmaq üçün hər bir sahədə mükəmməl olmaq məcburiyyətində deyil. Ancaq bu firma ən aşağı maya dəyərində sahib olmalıdır və bunu davam etdirə bilməlidir.

Bu strategiyanı əsasən böyük firmalar tətbiq edirlər. Ancaq indiki zamanda fərdiləşən ehtiyaclar istehsalı kütlə halında deyil, fərdi gözləntiləri təmin edəcək şəkildə həyata keçirilməsini lazımlı edir. Maya dəyərində liderliyi yaxalayan şirkətlər elastik davranmada əsasən effektiv deyillər. Xüsusilə də ehtiyaclardakı sürətli dəyişmələr və texnoloji inkişaf bu şirkətlərin istər maya dəyəri, istərsə də müştəriyə lazımi xidməti təklif etmə baxımından çətinliyə salacaqdır.

**Fərqliləşdirmə Strategiyası.** İstehlakçıların məlumatlanması, ehtiyaclardakı fayda məvhumundakı fərqliləşmələr və ya məhsullardan gözlənilən faydanın fərqli xarakter alması firmaları rəqabət edə bilmədə hər zaman yeniliyə və fərqliliyə müraciət etməyə yönəldir. Sektorlarda firma sayı davamlı olaraq artır. Artıq məhsulun özü və qiyməti ilə rəqabət etmək çətinləşməkdədir və bəzən dəhəmiyyətini itirməkdədir.

Firmalar onları digərlərindən fərqləndirəcək dayaq- fərqli və çox sayda özəlliklər və xüsusiyyətlər üzərində yoğunlaşmaq məcburiyyətindədirlər. Keyfiyyət, dizayn, yenilik, müştəri xidməti, texnologiya, bazara daha tez çatmaq və ya reaksiya vermək (hətta ehtiyacları əvvəlcədən təyin etmə), çatdırılma, əlavə servislər, imic (marka imici/marka adı), fərdilik, göstəriş, sosial mesaj,

təhlükəsizlik kimi üsürlərin biri və ya bir neçəsi ilə fərqliləşmək mümkün ola bilər. Bundan başqa əsas məhsulla bərabər tamamlayıcı məhsullar təklif etmək və tətbiq edilən müxtəlif promosiya kampaniyaları ilə də fərqliləşə bilmək olar. Firmalar bütün bu dayaqqlar ilə öz fərqliliklərini ortaya qoyurlar.

Fərqliləşdirmə ilə firma digər firmalarda olmayan bənzərsiz bir ünsürə sahib olur. Bu da müştərinin firmaya bağlılığını və sədaqətini artırır. Alternativin olmaması müştəri itgisinin qarşısını alır. Yeni firmalar da müştəri qazanmaqda çətinliklə üzləşəcəkləri üçün bir giriş əngəli də yaradılmış olur.

Fərqliləşdirmə strategiyasının təməli rəqiblərdən fərqli məhsulları müştəriləri üçün fayda yaradacaq şəkildə təklif etmək olduğundan, bu strategiyayı tətbiq edən şirkət müştərilərlə birlikdə rəqibləri də nəzarətdə saxlamalıdır.

Firmanın məhsulunu rəqibsiz və bənzərsiz gördüyü üçün, müştərilər qiymətə əhəmiyyət verməyəcək, yəni tələbin qiymət elastikliyi azalacaq və müştərilərin marka sədaqəti artacaq. Fərqliləşdirmə strategiyası aşağıdakı alternativlərlə tətbiq edilir:

1. Məhsul fərqliləşməsi
2. Qiymət fərqliləşməsi
3. Tutundurma fərqliləşməsi
4. Paylaşdırma/yerləşdirmə fərqliləşməsi
5. Marka fərqliləşməsi
6. Xidmət fərqliləşməsi

Fərqliləşdirmə aşağıdakı kriteriyaların uğurla həyata keçirilməsindən asılı olaraq yaxşı nəticələrə bilər:

- Müştəri Faydası- Fərqi müştərilər tərəfindən, satın almanın nəticəsini yaxşılaşdıran bir dəyər olaraq görülməsi lazımdır.
- Bənzərsizlik- Müştərilər təklif edilən dəyərin rəqiblərin təklif etdiklərindən fərqli olduğunu qavramalıdırlar.
- Mənfəətlilik- Firma, məhsulu mənfəət edəcək qiymətdə, maya dəyərində və miqdarda istehsal edə bilməlidir.



- Davamlılıq- Fərqlilik rəqiblər tərəfindən təqlid edilə bilməməli və davamlı təkmilləşdiriməlidir.

Fərqliləşdirmə strategiyası əsasən firma üçün fərqliləşmənin səbəb olduğu yüksək xərclərlə nəticələnir.

**Fokuslanma Strategiyası.** Fokuslanma strategiyası firmanın spesifik bir alıcı qrupu, məhsul qrupu və ya coğrafi bazar üzərində sıxlaşaraq strategiyalarını bu hədəflər istiqamətində təşkil etməsidir.

Digər iki strategiyanın tətbiq sahəsi bütün sektoru əhatə etdiyi halda, fokuslanma strategiyası müəyyən bir hədəfə çox yaxşı bir şəkildə xidmət etməyə əsaslanır. Məqsəd, seçdiyi hədəf bazarda daha da ixtisaslaşaraq bu qisimdə lider olmaq və ya mütəxəssis olduğu bazara xidmət verməkdir.

Fokuslanma strategiyasının yaratdığı üç üstünlük var:

1. Şirkət o qisimdəki fərdi alıcıları daha asan müəyyənləşdirə bilir, onlarla tanışa bilir, fokus qrupları çalışdırmağa bilir və o bazara son dərəcə uyğun və cazibə təklifləri dizayn edə bilir.
2. Yaxşı müəyyən edilmiş bir qisimdə şirkət, daha az rəqiblə qarşılaşır və rəqiblərini yaxşı tanıyır.
3. Şirkətin o qisimin tərcih edilən tədarükçüsü olma və ən böyük bazar payını və mənfəət qazanmaq şansı olduqca yüksəkdir.

Bu strategiya əslində maya dəyərində liderlik strategiyasının və ya fərqliləşdirmə strategiyasının daha dar bir qisim üzərində tətbiqidir.

Fokuslanma strategiyasını tətbiq edən firma daha kiçik bazara fokuslanacaqdır və bundan ötrü bütün bazar firmanın xidmət sahəsinə girməyəcəkdir. Bu da firmanın bazarda bütün fürsətləri görə bilməməsi və dəyərləndirə bilməməsi ilə nəticələnəcəkdir.

M. Porter'ə görə sektorda rəqabəti müəyyən edən 5 ünsür və ya güc vardır, bunlar:

- Sektora yeni girəcək firmalar
- Sektordakı mövcud rəqiblər
- Əvəzləyici (ikamə) mallar

- Alıcılar
- Tədarükçülər

Rəqabətin ən pik nöqtəsi, girişin sərbəst olduğu, mövcud firmaların tədarükçülər və müştərilər qarşısında bazarlıq gücünə sahib olmadıkları, saysız firma və məhsulun bir-birinə oxşar olmasına görə rəqabətin tuğyan etdiyi, “mükəmməl rəqabətçi mühit” olaraq tərif edilən sektordur (M. Porter).

Bu güclərin qarışımı sektorun nə qədər cazibəli olduğunu və bu sektorda hansı strategiyaların istifadə edilməsi gərəkdiyini müəyyən edəcəkdir. Əgər sektorda rəqabət ən pik nöqtəyə çatıbsa bu sektorda mənfəət əldə etmək də çətinləşəcək. Müştəri əldə etmək üçün firmalar arası qarşılıqlı həmlələr ola biləcəyi kimi, bəzi firmaların da sektordan çəkilməsi gündəmə gələcəkdir.

Bu vəziyyətdə firmalar üçün ən yaxşı çıxış yolu bəlkə də, niş (ödənməmiş ehtiyacların olduğu bazar boşluğu) sektorlara yönəlmək və özünə sadıq müştəri kütləsi yığmaq olacaqdır. Niş sektora yönəlmək isə firmaları fərqli olmaq üçün səy göstərməyə məcbur edəcək. Çünki sadıq müştəri kütləsinə nail olmaq, firmanın əvəzəlməz xüsusiyyətlərə sahib olması ilə mümkün ola bilər.

Sektorda rəqabətin şiddətini müəyyənləşdirən güclərə qısa bir nəzər salmaq. Yeni girəcək firmaların yaratdığı təhdid, yəni rəqabətə təsir edə bilmə dərəcəsi, onun qarşılaşacağı giriş əngəllərindən asılıdır. Çoxlu əngəllərlə qarşılaşan firma sektora girə bilməyə çətinlik çəkəcək. Əgər sektora girmək asandırsa, yəni giriş əngəlləri yeni firmaları əngəlləyəcək qədər güclü deyilsə, demək ki, sektorda rəqabətin şiddəti də artmış olacaqdır. Çünki yeni firmalar mövcud bazar potensialından özləri üçün qazanmaq istəyəcəklər.

Mövcud rəqiblər arasındakı rəqabət, firmanın digər firmalara qarşı müqavimət göstərməsi və ya mövqeyini yaxşılaşdırma bilməsi üçün qiymət rəqabəti, reklam savaqları, bazara yeni məhsul təqdim edilməsi, genişləndirilmiş müştəri xidməti kimi taktikalarla yarış içində olmaları şəklində ortaya çıxar. Ancaq firmaların bir-birinə davamlı olaraq misləmə və həmlələrdə olması bütün firmalara mənfəət təsir edəcəkdir.

İkamə məhsul, başqa sektorlarda istehsal edilən, müəssisələrin məhsul və xidmətlərinin eynisi və oxşarı olmayan, ancaq alternativ ola biləcək məhsul və xidmətlərdir. Firmalar hər zaman öz sektorundakı firmalarla deyil, həmçinin firmanın məhsulunun (dəyərinin) yerinə keçə bilən və ya firma məhsulunun (dəyərinin) digər bir məhsula (dəyəərə) görə tərcih edilməməsiylə nəticələnən alternativ məhsullara (dəyərlərə) qarşı rəqabət etmək məcburiyyətində qala bilərlər. Burada sözü edilən rəqabət ikamə rəqabəti olacaqdır.

Sektorda ən təsirli faktorun alıcı olması firmaların bu gücə xüsusilə diqqət etməsini 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 edəcəklər və rəqibləri bir-birinə vuraraq rəqabəti gücləndirəcəklər.

Tədarükçülər, qiymətləri artırma və ya xidmətlərin keyfiyyətini aşağı salma hədəsiylə bazarlıq güclərini göstərə bilərlər. Tədarükçülər, sayları az olduğunda, alıcıların digər tədarükçülərə keçid xərcləri çox olduğunda, şaquli inteqrasiya təhdidlərinin olması halında güclüdürlər.

Firma bu güclərlə mübarizə etmək və özünə yaxşı bir rəqabət mövqeyi təmin etmək istəyəcəkdir. Ancaq nəzərə almaq lazımdır ki, rəqabətin şiddətini müəyyən edən beş güc olsa da firma əsas diqqəti alıcılara ayırmalıdır. Çünki firmalar alıcı qazanmaq və/vəya qorumaq üçün mücadilə edir. Alıcılar qarşısında uğurlu olan firma digər güclər qarşısında da effektiv olacaqdır. Tərsinə, məsələn, fəaliyyətinin böyük bir qismini rəqiblərini neytrallaşdırmağa həsr edən firma sonda zərərli çıxacaqdır. Aikido idmanının fəlsəfəsini bazara tətbiqi tezisini müdafiə edən Robert Pino'nun da dediyi kimi təcavüzkar və təqlidçi bir mühitdə bütün firmalar zərərli çıxacaqdır.

## **Fəsil II. Azərbaycanın rəqabət funksiyalarının tədqiqi**

### **2.1 Rəqabət strategiyası, rəqabət mühitinə təsir göstərən amillər sisteminin təhlili**

Dövlətin həyata keçirdiyi iqtisadi funksiyaların başında iqtisadi fəaliyyətin hüquqi əsaslarının müəyyən edilməsi gəlir. Bu səbəbdən də araşdırmada ilk öncə Azərbaycanda rəqabət mühitinin hüquqi əsasları nəzərdən keçirilib. Bu çərçivədə, rəqabət mühitinin birbaşa tənzimlənməsini həyata keçirən "Antiinhisar fəaliyyəti haqqında" qanun, "Haqsız rəqabət haqqında" qanun və "Təbii inhisarlar haqqında" qanunla yanaşı, Milli Məclisə təqdim edilmiş Rəqabət Məcəlləsinin layihəsi də təhlil edilmişdir. Qanunların təhlili zamanı Almaniya, Türkiyə, Rusiya, Ukrayna, Polşa, Latviya və Braziliya kimi ölkələrin qanunvericilik təcrübəsindən istifadə edilmiş, rəqabət tənzimlənməsinin 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 işə gətirən mexanizmləriniz yoxdursa, o zaman hər hansı bir dövlət tənzimlənməsindən söz gedə bilməz. Bu baxımdan, araşdırmamızın digər bir fəslində Azərbaycanda rəqabətin dövlət tənzimlənməsinin institusional bazasını araşdırmışıq. Bu fəsildə araşdırmamızın mərkəzi hissəsində rəqabət tənzimlənməsini birbaşa həyata keçirən orqan olaraq Antiinhisar Dövlət Xidmətinin fəaliyyətinin hüquqi və praktiki tərəflərinə baxılmışdır. Fəsildə, eyni zamanda, beynəlxalq təcrübəyə müraciət edilmiş, Fransa, Almaniya, Böyük Britaniya, İtaliya, Rusiya, Türkiyə və Şərqi Avropa ölkələrinin rəqabəttənzimlənməsinin institusional strukturu müqayisəli şəkildə verilmişdir. Bununla yanaşı, Antiinhisar Dövlət Xidmətinin praktiki fəaliyyətinə nəzər yetirilmiş, Xidmətin həyata keçirdiyi araşdırmalar təhlil edilmişdir. Fəsildə, həmçinin, rəqabət mühitinin qiymət tənzimlənməsində mühüm rol oynayan Tarif Şurasının da roluna nəzər yetirilmiş, fəaliyyət mexanizmi göstərilmişdir.

Araşdırma çərçivəsində məqsədimiz rəqabət mühitinin dəyərləndirməsini həyata keçirmək olsa da, bütün bazarın araşdırmasını gerçəkləşdirmək əlbəttə ki,

mümkünsüzdür. Əvvəla, bazar özü təkcinli olmayıb çox sayda fərqli xüsusiyyətlərə malik məhsul və xidmət bazarından ibarətdir. Digər tərəfdən, hər bir bazarın təhiili üçün çox sayda müxtəlif resurslar (xüsusilə, informasiya) tələb olunur ki, bu da zaman və səmərəlilik baxımından tədqiqatı əlverişsiz edir. Bu səbəbdən də, Azərbaycanda rəqabət bazarının təhlilini bir neçə nümunə (case) üzərində qurmuşuq.

Azərbaycan bazarında rəqabət mühitinə ilkin baxış sığorta bazarından başlanmışdır. Sığorta bazarının özünün seçimi də təsadüfi deyil. Belə ki, bazar haqqında müvafiq hesablama-analizlərin aparılması üçün yetərli güvəniləbilir informasiyanın olması, bazarın inkişafının müşahidə edilə bilməsi kimi amillər, ilkin olaraq, məhz sığorta bazarını seçməyimizi şərtləndirdi. Bununla belə, rəsmi məlumatlar və bazarın ümumi rəqabət analizinin tam mənzərəni yaradacağını hesab etmək bir qədər sadələşmə olardı. Bazarın təhlilinin dolğunluğunu təmin etmək məqsədi ilə sığorta bazarında fəaliyyət göstərən ekspertdən istifadə edilmişdir. Bu, bizə bazarın ilk baxışda görünməyən tərəflərini üzə çıxarmağa və rəqabət mühiti təhlilini həqiqətə daha uyğun birşəkildə həyata keçirməyə imkan vermişdir. Nəticədə, ümumi aspektlərlə bazarın tam rəqabət mühitinin təhlili həyata keçirilmiş, bazarda inhisarçılıq, qeyri-iqtisadi dəstək, haqsız rəqabət kimi amillərin rolu aşkar olunmuşdur. Eyni zamanda, Azərbaycanda rəqabət mühitinin kəmiyyət göstəricilərinin hesablanması zamanı mobil rabitə bazarı nümunəsinə baxılmış, bazar iştirakçıları, onların bazar payı və ümumi bazarın təmərküzləşmə səviyyəsi müəyyən olunmuşdur.

Bazar analizinin yekunu olaraq, Azərbaycan bazarında rəqabət mühitinin əsas özünəxas ünsürü kimi çıxış edən qeyri-iqtisadi dəstək anlayışının nəzəri-praktik çərçivəsi genişləndirilmişdir. Belə ki, qeyri-iqtisadi dəstəkli şirkət, qeyri-iqtisadi zona, qeyri-iqtisadi zona əmsalı, bazarın qeyri-iqtisadi potensialı zonası, qeyri-iqtisadi neytral zona, qeyri-iqtisadi təhlükəsiz bazar, qeyri-iqtisadi rəqabətli bazar, qeyri-iqtisadi inhisarlı bazar kimi rəqabət mühitini müəyyən edən anlayışlar açıqlanmış, şirkətlər üçün gələcək bazar dəyərləndirmələrində istifadə edilə biləcək alətlər verilmişdir. Ümumi bazar analizindən sonra, Azərbaycan bazarında

mütəmadi olaraq rast gəlinən haqsız rəqabət halları, onların səbəbləri, şirkətlərin davranış qaydaları nümunələrlə (case) göstərilmişdir. Şirkətlərin zaman-zaman üzləşdikləri məhsul saxtakarlığı, təqlid, korporativ sirdən istifadə, dövlət orqanları ilə rəqabət sahəsində mütəmadi yaşanan problemlər analitik şəkildə verilmişdir. Göstərilən nümunələrdə yaranmış problemlərin səbəbi və həlli yollarının aydın bir şəkildə ortaya qoyulması məqsədi ilə göstərilən şirkətlərin ekspertlərinin fikirlərindən istifadə edilmişdir.

Araşdırma çərçivəsində rəqabət mühitinin kəmiyyət göstəricisi olaraq, bazar payları ilə yanaşı, əsas hesablaşma aləti kimi Herfindal-Hirşman indeksindən istifadə edilmişdir. Bununla belə, aparılmış hesablamaların bazar haqqında olan rəsmi məlumatlara əsaslandığını, həmçinin rəqabət mühitində olan problemlərin gizlilik meyllərini nəzərə alaraq tədqiqatda müvafiq sahənin ekspert köməyindən istifadə edilmişdir. Bununla belə, araşdırma zamanı tədqiqatçının qarşılaşdığı çətinliklər də olmuşdur. Belə ki, bazar ilə əlaqədar müvafiq rəqabət mühiti hesablamalarının aparılması üçün lazım olan ilkin informasiyaların əldə edilməsi çox sayda bazar sahələri üçün mümkünsüzdür. Bu səbəbdən də, araşdırmada Azərbaycanda yalnız iki bazarın ümumi hesablaşma təhlili verilmişdir. Digərtərəfdən, şirkətlərin özlərindən informasiya əldə edilməsi zamanı ciddi problemlər yaşanmışdır. Belə ki, şirkətlər, xüsusilə bazarın rəqabət təhlilinin həyata keçirilməsi üçün hətta ən kiçik informasiyanın belə verilməsindən imtina edir və şirkətin adının hallanmamağını təkidlə bildirirdilər. Bu da araşdırmanın müəyyən mərhələsində yetərli miqdarda informasiyanın olmaması səbəbindən müvafiq təhlillərin dayandırılması ilə nəticələnmişdir. Tədqiqatın digər bir çətinliyi də zaman çərçivəsi olmuşdur. Belə ki, tədqiqatın nəzəri və praktik cəhətdən tam işlənilməsi geniş informasiya resurslarının emal edilməsini tələb edir. Bu informasiya resurslarının əldə edilməsi isə (istər rəsmi, istərsə də qeyri-rəsmi) bəzən gözlənilmədiyindən çox zaman alır.

Dünyanın əksər ölkələrində, o cümlədən respublikamızda sənaye iqtisadiyyatın prioritet istiqamətlərindəndir. Azərbaycan sənayesi zəngin ənənələrə malikdir. Dünyada ilk dəfə 1848-ci ildə Bakıda sənaye üsulu ilə neft

hasil edilib. Bu, həm də Azərbaycanda sənayeləşmənin başlanğıcı hesab olunur. Dünyada ilk neftayırma zavodu və neft tankeri Azərbaycanda istifadəyə verilib, 1900-cü ildə ölkəmiz neft hasilatına görə dünyada birinci olub. İkinci Dünya müharibəsində Azərbaycan SSRİ-nin neft və neft emalı məhsullarının 70 faizdən çoxunu təmin edib. Ötən əsrin 70-80-ci illərində ümummilli lider Heydər Əliyev Azərbaycan iqtisadiyyatını şaxələndirib. Bu dövrdə sənayenin inkişafına irihəcmli vəsaitlər yönəldilib, bir sıra iri sənaye müəssisələri qurulub, sənayenin diversifikasiyası sürətləndirilib. 1980-ci illərin əvvəllərində keçmiş SSRİ-də məişət kondisionerlərinin 100 faizi, dərinlik nasoslarının 100 faizi, digər neft-mədən avadanlığının 70 faizi, şərab məhsullarının 1/3 hissəsi, elektrik mühərriklərinin 12 faizi, elektrik-qaynaq avadanlığının 10 faizi, soyuducuların 6 faizi Azərbaycanda istehsal edilib.

Müstəqilliyin ilk illərində ölkədə baş vermiş böhran, Azərbaycan ərazilərinin Ermənistan tərəfindən işğalı iqtisadiyyatın digər sahələrində olduğu kimi, sənayedə də tənəzzülə səbəb oldu, istehsalın həcmi və çeşidi azaldı. Sənayenin yenidən canlanması ümummilli lider Heydər Əliyevin hakimiyyətə qayıdışından sonra imzalanan “Əsrin müqaviləsi” ilə başladı. Ulu öndərin rəhbərliyi ilə həyata keçirilən antiböhran tədbirləri qısa müddət ərzində siyasi-iqtisadi sabitliyin bərqərar olması və 1997-ci ildən başlayaraq sənaye istehsalının artması ilə nəticələndi. Sənaye müəssisələrinin özəlləşdirilməsi həyata keçirildi, bazar iqtisadiyyatı institutları yaradıldı, Bakı-Tbilisi-Ceyhan, TRASECA layihələrinin əsası qoyuldu.

2003-2014-cü illərdə sənayenin regional strukturunun təkmilləşdirilməsi əsas prioritetlərdən biri oldu. Azərbaycan təbii qaz və elektrik enerjisi idxalçısından ixracatçısına çevrildi, Avropanın enerji təhlükəsizliyinin təmin olunmasında etibarlı tərəfdaş oldu, elektrik stansiyalarının enerji gücləri 50 faizdən çox artırıldı, Bakı-Tbilisi-Ceyhan, Bakı-Tbilisi-Ərzurum layihələri reallaşdırıldı, ənənəvi istehsal sahələrinin fəaliyyəti genişləndirildi, yeni istehsal sahələri yaradıldı, əsas qida məhsulları və inşaat materialları ilə özünütəminat səviyyəsi yüksəldildi.

Nəticədə sənayenin ÜDM-də xüsusi çəkisi 2003-cü ildəki 38 faizdən 2013-cü ildə 48 faizə yüksəldi. Ümumilikdə, son 10 ildə sənaye istehsalı 2,7 dəfə, o cümlədən, tikinti materiallarının istehsalı 2,5 dəfə, elektrik avadanlıqlarının istehsalı 2,1 dəfə, metallurgiya sənayesi 2,2 dəfə, geyim istehsalı 2,5 dəfə artıb.

Azərbaycanda yaradılmış əlverişli biznes və investisiya mühiti, zəngin təbii ehtiyatlar, enerji və nəqliyyat infrastrukturu, yüksək ixtisaslı kadrlar, beynəlxalq bazarlara çıxış imkanları, institusional potensial və s. bu gün ölkə sənayesinin sürətli inkişafına tam əsas yaradır. Sənayenin modernləşdirilməsi və strukturunun təkmilləşdirilməsi, qeyri-neft sənayesinin diversifikasiyası və iqtisadiyyatda xüsusi çəkisinin, eləcə də ixrac potensialının artırılması, enerjidən səmərəli istifadə edən, yüksək əlavə dəyər yaradan rəqabətqabiliyyətli 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 əldə olunmuş makroiqtisadi sabitlik, dinamik iqtisadi artım, yoxsulluğun azaldılması və əhalinin sosial rifahının yüksəldilməsi sahəsində qazanılan uğurlar Azərbaycan Respublikasının Prezidenti cənab İlham Əliyevin rəhbərliyi altında həyata keçirilən sistemli və ardıcıl fəaliyyətin nəticəsidir. Dövlətimizin başçısının 2014-cü ili “Sənaye ili” elan etməsi keyfiyyətə yeni mərhələdə Azərbaycanın inkişaf etmiş ölkələr səviyyəsinə yüksəlməsi istiqamətində aparılan məqsədyönlü fəaliyyətin məntiqi davamıdır.

Xatırladaq ki, respublika Prezidentinin 2014-cü il 12 mart tarixli sərəncamı ilə Azərbaycan Respublikasında bu ilin “Sənaye ili” elan edilməsi ilə bağlı Tədbirlər Planı təsdiq edilib. Həmin planda sənaye potensialının artırılması, təşkilati tədbirlər, sənayenin kadr potensialının və elmi təminatının gücləndirilməsi, normativ hüquqi baza və idarəetmənin təkmilləşdirilməsi, təbliğat və təşviqat işlərilə bağlı tədbirlər öz ifadəsini tapıb.

2014-cü ilin “Sənaye ili” elan edilməsində başlıca məqsəd ölkəmizin iqtisadi təhlükəsizliyini təmin etmək, xarici dövlətlərdən asılılığını minimuma endirmək,



habelə idxalı azaltmaq, istehsal etdiyimiz məhsulların rəqabətə davamlılığını artırmaq və ixracatı çoxaltmaqdan ibarətdir. Eyni zamanda, xammal və yarımfabrikat ixracatı mümkün qədər azaldılmalı, hazır məhsul istehsalına üstünlük verilməlidir. Məlumdur ki, adətən sənayesi zəif olan ölkələr xammal ixracatına üstünlük verirlər.

Cənab İlham Əliyev cari ildə qarşıda duran vəzifələrdən danışarkən demişdir: “Bu il ölkəmizin gələcək inkişaf dinamikasını müəyyən edən sənaye sahəsinə daha da böyük diqqət yetiriləcəkdir. Texnoparklar, yeni sənaye müəssisələri, ixrac yönümlü sənaye məhsullarının istehsalı, emal müəssisələrinin, böyük sənaye komplekslərinin yaranması - bütün bu işlər ölkəmizin gələcək inkişafını təmin edəcək, neft-qaz amilindən asılılığı daha da azaldacaq və ölkə iqtisadiyyatının dayanıqlı şəkildə inkişafını müəyyən edəcəkdir”.

Sənayeləşmənin dinamik inkişafı üçün İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyi tərəfindən hazırlanan müvafiq tədbirlər planında əsas tezislər öz əksini tapıb. Bunlar hazırkı mərhələdə müasir çağırışlar və yeni təşəbbüslər nəzərə alınmaqla sənayenin modernləşdirilməsi, qeyri-neft sənayesinin şaxələndirilməsi, mövcud təbii və iqtisadi resursların təsərrüfat dövriyyəsinə cəlb edilməsi, ənənəvi sənaye sahələri ilə yanaşı, yeni prioritet istehsal sahələrinin, sənaye parklarının yaradılması və regionlarda sənaye potensialının gücləndirilməsindən ibarətdir.

Yuxarıda sadalananlarla bağlı bir məqama diqqət yetirək. Bu gün sənayeləşmənin reallaşması məqsədilə bir sıra mühüm tədbirlər həyata keçirilir. Onlardan biri də qeyd etdiyimiz kimi, sənaye parklarının yaradılması və regionlarda sənaye potensialının gücləndirilməsidir. Xatırladaq ki, ölkə Prezidenti cənab İlham Əliyev son illərdə bir neçə dəfə Sumqayıt şəhərində olub, burada sənaye potensialının möhkəmləndirilməsinin, yeni iş yerlərinin açılmasının vacibliyi ilə bağlı dəyərli fikirlər söyləyib. Cənab İlham Əliyev Sumqayıtın müasir sənaye mərkəzinə çevrilməsi üçün konkret planların olduğunu bildirib: “Biz Sumqayıtın inkişafına çox böyük diqqət göstəririk. Sumqayıt müasir sənaye mərkəzinə çevirmək üçün konkret planlar vardır. Əslində, Sumqayıt sənaye şəhəri

kimi formalaşmışdır, yaradılmışdır. İndi isə Sumqayıt müasir sənaye şəhəri kimi inkişaf edir. Burada yaradılan və tikilməkdə olan, tikiləcək sənaye müəssisələri Azərbaycanda sənayeləşmə proqramının icrası üçün çox vacib rol oynayacaqdır. Artıq bu proqramın icrasının birinci mərhələsindəyik. Burada böyük Sumqayıt Texnologiya Parkı yaradılıb, ona yaxın müasir müəssisə fəaliyyət göstərir. Bu müəssisələrdə istehsal olunan məhsullar xaricə də ixrac edilir, ölkə daxilində də istehlak olunur. Növbəti dövrdə Sumqayıtda yeni kimya müəssisələrindən ibarət sənaye şəhərciyi yaradılacaqdır. Bu məqsədlə müvafiq göstərişlər verilmişdir. Burada həm dövlət, həm özəl sektorun iştirakı ilə böyük müəssisələr, eyni zamanda, kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı üçün gözəl şərait yaradılacaqdır”.

Prezident İlham Əliyev 2011-ci il 21 dekabr tarixdə imzaladığı “Sumqayıt Kimya Sənaye Parkının yaradılması haqqında” fərmanı şəhərdə sənayenin inkişafına mühüm təsir göstərmişdir. Həmin sənədin preambula hissəsində göstəriləndiyi kimi, belə bir fərmanın imzalanması ölkədə innovativ və yüksək texnologiyalar əsasında rəqabətqabiliyyətli sənaye istehsalının inkişafı üçün münbit şərait yaradılması, bu sahədə sahibkarlığın dəstəklənməsi, qeyri-neft sektorunun davamlı inkişafının təmin edilməsi, əhalinin istehsal sahəsində məşğulluğunun artırılması məqsədinə xidmət edir. Fərmana əsasən, Sumqayıt Kimya Sənaye Parkının yaradılması nəzərdə tutulur. Həmçinin sənəddə göstərilir ki, sənaye parkı sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üçün zəruri infrastruktura və idarəetmə qurumlarına malik olan, müasir texnologiyaların tətbiqi yolu ilə rəqabətqabiliyyətli məhsullar istehsalı və xidmətlər göstərilməsi məqsədləri üçün istifadə edilən, sahibkarların səmərəli fəaliyyətinə və inkişafına kömək edən ərazidir. Sumqayıt Kimya Sənaye Parkının ərazisində neft-kimya və digər prioritet sənaye sahələri üzrə rəqabətqabiliyyətli məhsulların (işlərin, xidmətlərin) istehsalı və emalı müəssisələri yaradılmalıdır.

Sumqayıtda Kimya Sənayesi və Yüksək Texnologiyalar parklarının yaxın və uzunmüddətli perspektivdə inkişafını stimullaşdırmaq üçün ölkənin vergi qanunvericiliyində sənaye və texnologiyalar parkında çalışan fiziki və hüquqi

şəxslərə, eləcə də parkların idarəedici təşkilat və operatorlarına gəlir, mənfəət, ƏDV, əmlak və torpaq vergiləri üzrə 7 illik güzəştlər nəzərdə tutulub.

Yeri gəlmişkən, Sumqayıt Kimya Sənaye Parkının tikintisində işlər sürətlə aparılır. Parkın rezidenti “Azertexnolayn” MMC-nin polad boru zavodu burada fəaliyyət göstərir. Eyni zamanda, daha iki zavodun inşasına başlanılıb. Sumqayıt Kimya Sənaye Parkının digər rezidenti olan “SOCAR Polymer” MMC tərəfindən istehsal avadanlıqlarının gətirilməsi başa çatdırılıb. Müəssisənin istehsal prosesinə 2016-cı ildə başlaması planlaşdırılır. Bunlarla yanaşı, hazırda Sumqayıt Kimya Sənaye Parkının sosial zonasında yerləşəcək 16 mərtəbəli inzibati binanın inşası davam etdirilir, yaxın vaxtlarda isə Peşə Tədris Mərkəzinin və 3 emalatxananın tikintisində başlanılacaq.

2009-cu ildən fəaliyyət göstərən Sumqayıt Texnologiyalar Parkı (STP) da Azərbaycanın qeyri-neft sektorunda xüsusi yer tutur. 250 hektar ərazisi olan və tərkibində 17 zavodu birləşdirən texnoparkda 4500-dən çox işçi çalışır. Burada müəssisələrin sayının 30-a çatdırılması nəzərdə tutulur.

Prezident İlham Əliyev ölkəmizdə texnologiya parkları ilə yanaşı, sənaye klasterlərinin yaradılmasının vacibliyinə də diqqət çəkərək demişdir: “Bu da dünyada uğur gətirən bir təcrübədir. İnkişaf etmiş ölkələrdə bu, vardır. Bütün məhsulun tsikli bir yerdə cəmləşməlidir - xüsusilə bu layihənin icrası nəticəsində poladtökmə, metallurgiya kombinatının, alüminium sənayesinin inkişafı sahəsində biz bütün bu zənciri - istehsal, emal, kiçik və orta sahibkarlığın inkişafını təmin etməliyik ki, Azərbaycanda son məhsul buraxılsın. Hesab edirəm ki, bu istiqamətdə əlavə tədbirlər də görülməlidir”.

Azərbaycanda son illər klasterlərin yaradılması ən çox müzakirə olunan məsələlərdən biridir. Yəni ölkə sənayesində klasterlərin formalaşdırılması və inkişaf etdirilməsi nəzərdə tutulmaqdadır. Klaster həm onu əhatə edən sahələrin bir-biri ilə əlaqələrini möhkəmləndirir, həm də həmin sahələrin inkişafına təkan verir. Dünyanın inkişaf etmiş ölkələrinin təcrübəsi göstərir ki, ölkə iqtisadiyyatının, sənayenin inkişafında klasterlərin rolu danılmazdır. Belə ki,

klaster müəyyən bir coğrafi ərazidə yerləşən, tamamlayıcı, ortaq xüsusiyyətlərə malik müəssisələrin və əlaqəli institutların toplusudur. Daha dəqiq desək, son məhsul istehsal edən müəssisələr, təchizatçı firmalar, əlaqədar xidmət sahələri, elmi-tədqiqat institutları və digər qurumlar adətən klasteri təşkil edən əsas subyektlər hesab olunur.

Son illərdə Sumqayıt Kimya Sənaye və Sumqayıt Texnologiyalar parkları ilə yanaşı bir sıra digər iri sənaye müəssisələri-Gəmiqayıрма zavodu, Naxçıvan avtomobil zavodu, bərk məişət tullantılarının yandırılması zavodu, Qaradağ metal konstruksiyalar zavodu, Gədəbəy qızıl-mis emalı, Gəncə alüminium, Mingəçevir elektron avadanlıqlar zavodları, Qaradağ sement zavodunun yeni istehsal xətti, “Azbentonit” müəssisəsi, Qəbələ piano, “M-Line”, AZMDF, EMBAWOOD mebel fabrikləri və digər müəssisələr istifadəyə verilib.

Gəmiqayıрма zavodunun fəaliyyəti ölkənin sənaye potensialının daha da artırılmasına böyük töhfə olmaqla yanaşı, müasir texnologiyaların cəlb edilməsinə, idxaldan asılılığın azalmasına, qeyri-neft sənayesi sahələrinin inkişafına ciddi təkan verəcək.

Sənayenin inkişafında mühüm məqamlardan biri də ölkədə müasir nəqliyyat infrastrukturunun yaradılmasıdır. Ötən illər ərzində Azərbaycanda 7 aeroport tikilib və yenidən qurulub, 10 min kilometrə yaxın avtomobil yolu inşa olunub. Bu baxımdan, Şərqi-Qərbi və Şimal-Cənub beynəlxalq nəqliyyat dəhlizləri üzrə avtomobil və dəmir yollarının tikintisi və yenidən qurulması, Bakı-Tbilisi-Qars dəmir yolunun və Xəzər sahilində ən iri dəniz limanının inşası layihələri xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Dünyanın nəhəng enerji layihələrindən olan “Şahdəniz-2”, TANAP və TAP layihələrinin reallaşdırılması uzunmüddətli perspektivdə ölkə iqtisadiyyatının, xüsusilə, sənayenin inkişafına öz töhfəsini verəcək.

Artıq Azərbaycan kosmik sənayeyə malik ölkələr sırasına daxil olub. İndi Azərbaycanın öz peyki var və bu, tarixi nailiyyətdir. Həmçinin ölkəmizdə ilk dəfə olaraq müdafiə, kosmik və alternativ enerji sənaye sahələri yaradılıb.

Azərbaycan Respublikasının Müdafiə Sənayesi Nazirliyi müəssisələrinin elm tutumlu texnologiyalar əsasında inkişafı dövlətin yüksək prioritetlərindən biridir və müdafiə-sənayesi kompleksi qarşısında qoyulmuş məsələlərin reallaşdırılmasında səmərəli iştirak edə bilən yüksək ixtisaslı mütəxəssislərin yeni nəslinin hazırlanmasını tələb edir. Müdafiə sənayesi kompleksinin inkişaf səviyyəsi ölkənin milli təhlükəsizliyinin qarantı olmaqla bərabər iqtisadiyyatın maşınqayırma, cihazqayırma, nəqliyyat, rabitə, yanacaq-enerji kompleksi kimi vacib sahələrində də elmi-texniki tərəqqinin səviyyəsini müəyyənləşdirir.

Sənayenin dinamik inkişafı sözügedən sahədə məhsul istehsalına da öz müsbət təsirini göstərib. Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına görə, 2014-cü ilin on ayında ölkə iqtisadiyyatında 49,2 milyard manatlıq ümumi daxili məhsul (ÜDM) istehsal edilib, onun həcmi əvvəlki ilin eyni dövrünə nisbətən 2,8 faiz artıb. ÜDM-in 61,1 faizi istehsal sahələrində, o cümlədən 43,6 faizi sənayenin payına düşüb. Cari ilin yanvar-oktyabr aylarında ölkə sənayesinin təsərrüfat subyektləri tərəfindən 27,8 milyard manatlıq məhsul istehsal olunub və xidmətlər göstərilib. Emal bölməsində istehsalın həcmi sənayenin ümumi məhsulunun 22,8 faizini təşkil edib, qida, tütün məmulatlarının, 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.

## 2.2 Azərbaycan sənayesinin rəqabət qabiliyyətliliyi və onun xarici iqtisadi aspektləri

Azərbaycan sürətli iqtisadi inkişafı, zəngin təbii sərvətləri və bazar üçün əlverişli investisiyalarla qlobal iqtisadiyyatda diqqət qazanmışdır. Azərbaycan geosiyasi strateji əhəmiyyəti olan Xəzər dənizi ilə Qara dəniz arasında yerləşməklə beynəlxalq enerji bazarında strateji əhəmiyyət kəsb edir, neft və təbii qaz istehsalçısı və transpartyoru kimi xidmət edir. 1991-ci ildə Sovet İttifaqından (Sİ) ayrıldıqdan sonra zəngin təbii sərvətləri vasitəsilə Azərbaycan qısa zaman ərzində diqqətəlayiq iqtisadi artım əldə etdi. Azərbaycanda yüksək iqtisadi artımdan sonra artımın yavaşlamasından əziyyət çəkmişdir. Bu onu göstərir ki, ölkədə ÜDM stabil artımı üçün yeni iqtisadi strategiyalara ehtiyac vardır.

Bundan başqa gələcəkdə neft ehtiyatlarının tükənməsinə cavab olaraq, qeyri-neft sektorunun gücləndirilməsi üçün yerləşdirmə (məkan) siyasətinin həyata keçirilməsinə ehtiyac vardır. Qeyri neft sektoruna dəstək milli prioritet kimi qəbul olunmuş və neft sektoruna yönəlmiş investisiyaların qeyri neft sektoruna yönəldilməsinə diqqət yetirməklə təcili olaraq, sənayenin yenidən strukturlaşdırılmasına ehtiyac vardır. Yeni texnologiyalar təmin etmək və qeyri neft sektorunda texniki biliklərə yiyələnmək lazımdır.

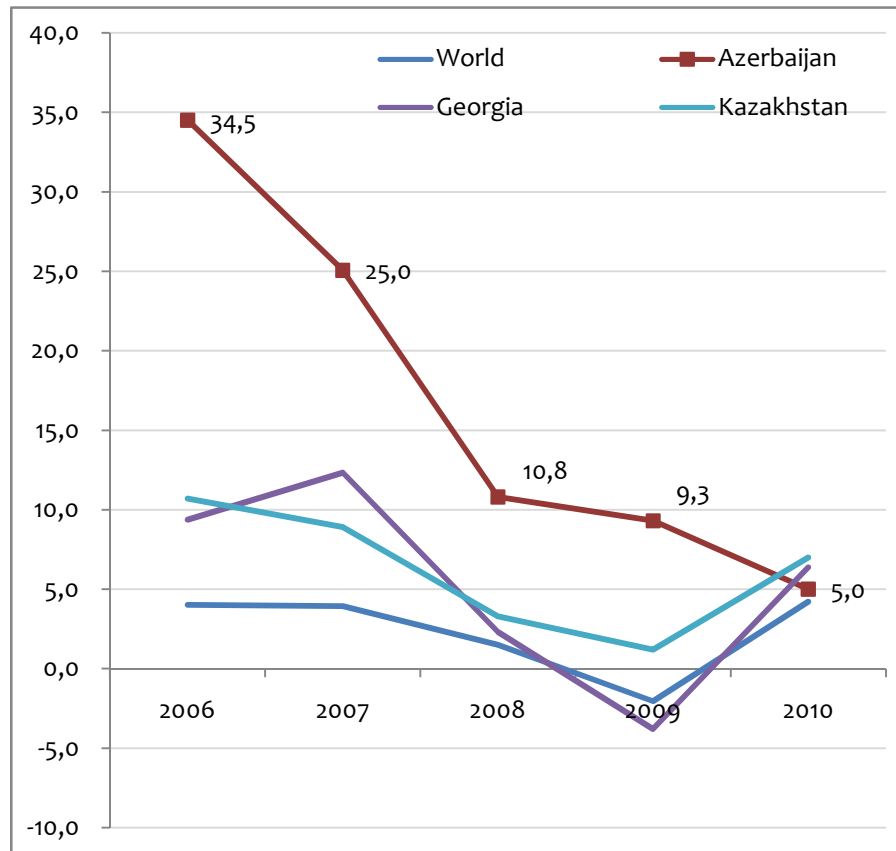
Xüsusilə kənd təsərrüfatı, qida, turizm, alternativ enerji və İT kimi milli strateji sənaye sahələrinin gücləndirilməsi üçün ətraflı milli strategiyaların yaradılması tələb olunur.

**XİZ (Xüsusi İqtisadi Zona) və SP (Sənaye Parkları)** yaradılması və aktivləşdirilməsi sənaye diversifikasiyası üçün tez və vaxtında atılmış bir addım olar. XİZ və SP geniş iqtisadi islahatlar strategiyasına dəstək verməklə, yeni siyasət və yanaşmalar üçün əsas olmaqla BXİ (birbaşa xarici investisiyalar) cəlb edilməsinə və kütləvi işsizliyin qarşısının alınmasına xidmət edir (FİAS 2008).

1960-cı ildə Koreya 1.9 milyard ÜDM və adam başına düşən ÜDM 79USD olmaqla dünyanın ən kasıb ölkələrindən biri idi. Lakin dövlətin nəzarəti altında istehsala yönəlməyə təşviq etmə vasitəsilə sürətli artım əldə etdi. Koreyada SP-ları

sənaye siyasətində əsas rol oynadı. 2010-cu ildə SP-rı ixracatın 79%, istehsalın 62% və istehsal sektorunda məşğulluğun 42%-ni təşkil etdi. 2011-ci ildə Koreyada 72,000 müəssisə, 1.714 milyon işçi və 1,358 km<sup>2</sup> ərazini əhatə edən 948 SP-ı vardır. Koreya öz uğurları əsasında Azərbaycanı iqtisadi inkişaf, sənaye diversifikasiya haqqında texniki biliklərlə təmin etmə gücünə malikdir. Azərbaycanda XİZ-nin və SP-nın yaradılması ölkənin sənaye diversifikasiyasını və stabil iqtisadi artımını təmin edəcəyi gözlənilir.

Şəkil 1. ÜDM artımı Azərbaycan dərəcələri və qonşu ölkələr



Mənbə: World Bank

Aşağıda göstərilmiş 3 hal olduqda müəssisə beynəlxalq istehsalla məşğul ola bilər: (1) Müəssisə hər hansı rəqib müəssisə və ya ölkə tərəfindən əldə oluna bilməyən xüsusi üstünlüklər əldə etdikdə (xüsusi üstünlüklərə malik olma), (2) həmin üstünlüklərin satılması və ya icarəyə verilməsindənsə müəssisə tərəfindən istifadə edilməsi uyğun olduqda. Başqa sözlə müəssisə sahib olduğu xüsusi üstünlükləri mənimsəyir və (3) müəssisənin öz aktivlərini daxili bazarla

müqayisədə xarici bazarda istifadə etməsinin daha mənfəətli olması. Başqa sözlə, İstehsalın xaricdə həyata keçirilməsi müəyyənləşdirildiyi zaman xüsusi ərazi faktorları və xüsusi üstünlüklərin mənimsənməsi vacib rol oynayır.

Beləliklə xarici investisiya cəlb etmək niyyətində olan hər hansı bir dövlət xarici müəssisələri xammal, aşağı istehsal xərcləri, xüsusi vergi və tariflər kimi xüsusi ərazi üstünlüklərinə malik ərazilərlə təmin etməlidir.

Cədvəl 1. Beynəlxalq bazara giriş formaları

	Üstünlüklərin növü		
	S	M	Ə
Lisenzialaşdırma	Bəli	Xeyr	Xeyr
İxrac	Bəli	Bəli	Xeyr
BXİ	Bəli	Bəli	Bəli

Qeyd: S=Sahibkarlıq üstünlükləri, M=Mənimsəmə üstünlükləri, Ə=Ərazi üstünlükləri

Mənbə: John H. Dunning (1980). *Toward an Eclectic Theory of International Production: Some Empirical Tests.* *Journal of International Business Studies*, 11(1): 9-31.

Cədvəl 2. ÜDM göstəriciləri

Göstəricilər	Ölçü vahidi	Gözlənilən		Proqnoz
		2015	2016	2017
<b>REAL SEKTOR</b>				
<b>ÜDM bazar qiymətləri ilə</b>	<b>mln AZN</b>	<b>53995,0</b>	<b>54740,8</b>	<b>58568,9</b>
real artım tempi	%	2,2	4,5	5,2
deflyator	%	1,5	-3,0	1,7
<b>Neft sektoru, ÜDM, bazar qiymətləri ilə</b>	<b>mln AZN</b>	<b>25520,1</b>	<b>22798,3</b>	<b>22541,1</b>
real artım tempi	%	-5,0	-1,2	-1,5
deflyator	%	0,8	-9,6	0,4
payı (ÜDM-də)	%	47,3	41,6	38,5
<b>Qeyri-neft sektoru, ÜDM, bazar qiymətləri ilə</b>	<b>mln AZN</b>	<b>28474,9</b>	<b>31942,6</b>	<b>36027,8</b>
real artım tempi	%	9,7	9,7	10,0
deflyator	%	2,1	2,3	2,6
payı (ÜDM-də)	%	52,7	58,4	61,5

Mənbə: <http://www.stat.gov.az/source/industry/>



Ümumi Daxili Məhsul (ÜDM) illik göstəricilərinə nəzər yetirsək (Cədvəl 2) görürük ki, ümumi real artım tempi müsbət olması planlaşdırılarkən, neft sektorunun ÜDM-dəki payı azalması nəzərdə tutulmuşdur.

İndi isə, Ümumi Daxili Məhsulun sahə strukturunu analiz edək (Cədvəl 3).

Cədvəl 3. ÜDM-in sahə strukturunu

Göstəricilər	Ölçü vahidi	Gözlənilən		Proqnoz
		2015	2016	2017
<b>ÜDM-in sahə strukturunu:</b>				
<b>Kənd, meşə və baliqçılıq təsərrüfatı</b>	<b>ÜDM-də payı, %</b>	<b>5,2</b>	<b>5,6</b>	<b>5,7</b>
əlavə dəyər	mln AZN	2783,1	3039,4	3329,7
real artım tempi	%	5,8	5,7	5,8
<b>Sənaye</b>	<b>ÜDM-də payı, %</b>	<b>49,9</b>	<b>44,6</b>	<b>41,8</b>
əlavə dəyər	mln AZN	26957,8	24420,5	24453,4
real artım tempi	%	-3,8	-0,4	-0,3
<i>Neft və qaz sənayesi</i>	<i>ÜDM-də payı, %</i>	<i>45,4</i>	<i>39,6</i>	<i>36,4</i>
əlavə dəyər	mln AZN	24509,6	21693,5	21308,2
real artım tempi	%	-5,1	-1,4	-2,0
<i>Qeyri-neft sənayesi</i>	<i>ÜDM-də payı, %</i>	<i>4,5</i>	<i>5,0</i>	<i>5,4</i>
əlavə dəyər	mln AZN	2448,2	2727,0	3145,2
real artım tempi	%	11,7	9,3	13,0
<b>Tikinti</b>	<b>ÜDM-də payı, %</b>	<b>9,2</b>	<b>10,9</b>	<b>12,3</b>
əlavə dəyər	mln AZN	4993,9	5977,3	7183,7
real artım tempi	%	18,4	17,3	17,9
<b>Xidmətlərin istehsalı</b>	<b>ÜDM-də payı, %</b>	<b>29,5</b>	<b>32,3</b>	<b>33,4</b>
əlavə dəyər	mln AZN	15940,2	17673,9	19551,2
real artım tempi	%	7,6	7,9	7,4
<i>Ticarət; nəqliyyat vasitələrinin təmiri</i>	<i>ÜDM-də payı, %</i>	<i>6,7</i>	<i>7,5</i>	<i>8,0</i>
əlavə dəyər	mln AZN	3631,3	4107,3	4663,9
real artım tempi	%	9,6	9,5	9,7
<i>Turistlərin yerləşdirilməsi və ictimai iaşə</i>	<i>ÜDM-də payı, %</i>	<i>1,8</i>	<i>2,2</i>	<i>2,5</i>
əlavə dəyər	mln AZN	971,8	1199,1	1487,7
real artım tempi	%	18,8	19,5	19,9
<i>Nəqliyyat və anbar təsərrüfatı</i>	<i>ÜDM-də payı, %</i>	<i>5,4</i>	<i>5,9</i>	<i>5,9</i>
əlavə dəyər	mln AZN	2941,5	3208,6	3464,7
real artım tempi	%	5,0	5,6	4,3

<i>İnformasiya və rabitə</i>	<i>ÜDM-də payı, %</i>	<i>1,7</i>	<i>1,9</i>	<i>1,9</i>
əlavə dəyər	mln AZN	927,2	1015,2	1102,1
real artım tempi	%	15,9	11,5	10,8
<i>Sosial və digər sahələrdə yaradılmış əlavə dəyər</i>	<i>ÜDM-də payı, %</i>	<i>13,8</i>	<i>14,9</i>	<i>15,1</i>
əlavə dəyər	mln AZN	7468,6	8143,7	8832,8
real artım tempi	%	5,4	6,2	5,2

ÜDM-in sahə strukturunda kənd təsərrüfatı 2015-ci I hesabatına uyğun olaraq 5.2% olduğu halda, sənaye 49.9 % (45% neft və qaz məhsulları sənayesinin payına düşür), Xidmətlərin istehsalı 29.5%, Tikinti isə 9.2 % təşkil etmişdir.

2015-ci ildə dünyada baş vermiş proseslər nəticəsində Azərbaycanda yaranan iqtisadi sosial problemlərin həlli yolu kimi dövlət qeyri neft sektorunun inkişaf etdirilməsində maraqlıdır və elə buna görə də praqnəzlərdə neft məhsulları sənayesində mənfəət artım tempi müşahidə olunur.

Sənayenin dinamik inkişafı sözügedən sahədə məhsul istehsalına da öz müsbət təsirini göstərmişdir. Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına görə, 2014-cü ilin on ayında ölkə iqtisadiyyatında 49,2 milyard manatlıq ümumi daxili məhsul (ÜDM) istehsal edilmişdir, onun həcmi əvvəlki ilin eyni dövrünə nisbətən 2,8 faiz artmışdır. ÜDM-in 61,1 faizi istehsal sahələrində, o cümlədən 43,6 faizi sənayenin payına düşüb. Cari ilin yanvar-oktyabr aylarında ölkə sənayesinin təsərrüfat subyektləri tərəfindən 27,8 milyard manatlıq məhsul istehsal olunub və xidmətlər göstərilib. Emal bölməsində istehsalın həcmi sənayenin ümumi məhsulunun 22,8 faizini təşkil edib, qida, tütün məmulatlarının, 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.

Cədvəl 4. Sənaye istehsalının sahə strukturunu

	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>Bütün sənaye</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Mədəncixarma sənayesi</b>	<b>78.8</b>	<b>77.2</b>	<b>73.0</b>

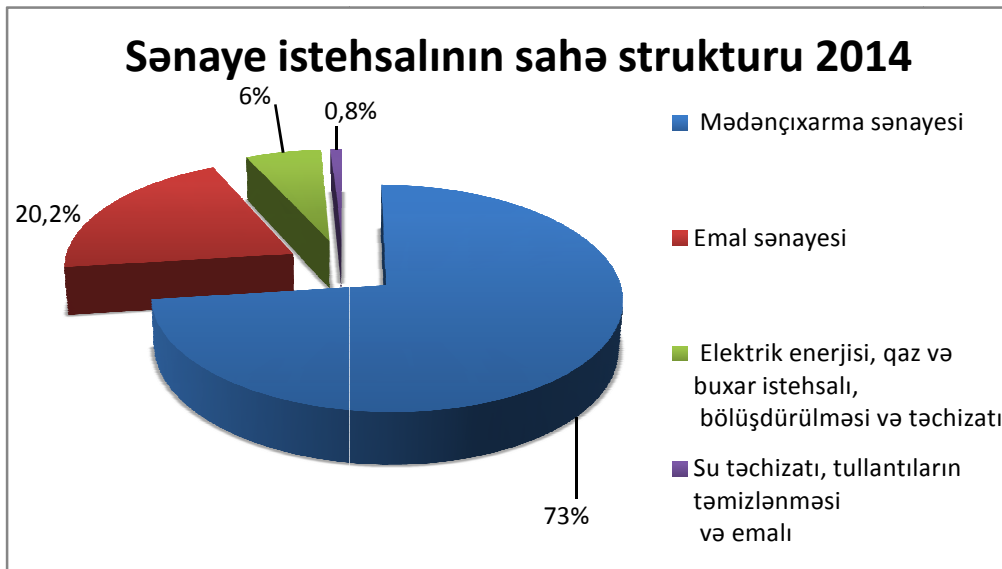
Xam neft və təbii qaz hasilatı	76.2	74.1	69.6
Metal filizlərinin hasilatı	0.2	0.2	0.2
Daş, qum, çınqıl, duz və digər mədənçixarmanın məhsullarının hasilatı	0.2	0.2	0.2
Mədənçixarma sənayesi sahəsinə xidmətlərin göstərilməsi	2.2	2.7	3.0
<b>Emal sənayesi</b>	<b>15.3</b>	<b>16.5</b>	<b>20.2</b>
Qida məhsullarının istehsalı	1.5	1.7	2.0
İçki istehsalı	0.5	0.7	0.8
Tütün məmulatlarının istehsalı	0.06	0.04	0.1
Toxuculuq sənayesi	0,2	0.2	0.2
Geyim istehsalı	0.11	0.13	0.2
Dəri və dəri məmulatlarının, ayaqqabıların istehsalı	0.1	0.1	0.1
Ağac emalı və ağacdən məmulatların istehsalı	0.04	0.05	0.1
Kağız və karton istehsalı	0.05	0.06	0.1
Poliqrafiya fəaliyyəti	0.13	0.15	0.11
Neft məhsullarının istehsalı	7.3	7.6	9.5
Kimya sənayesi	0.6	0.6	0.82
Əczaçılıq məhsullarının istehsalı	0.01	0.01	0.01
Rezin və plastmas məmulatlarının istehsalı	0.2	0.23	0.2
Tikinti materiallarının istehsalı	1.0	1.2	1.7
Metallurgiya sənayesi	1.1	0.9	0.9
Maşın və avadanlıqlardan başqa hazır metal məmulatlarının istehsalı	0.5	0.3	0.4
Kompüter və digər elektron avadanlıqların istehsalı	0.2	0.3	0.2
Elektrik avadanlıqlarının istehsalı	0.6	0.6	0.5
Maşın və avadanlıqların istehsalı	0.5	0.8	0.9
Avtomobil və qoşquların istehsalı	0.01	0.02	0.3

Sair nəqliyyat vasitələrinin istehsalı	0.03	0.04	0.04
Mebellərin istehsalı	0.13	0.14	0.1
Zərgərlik, musiqi, idman və tibb avadanlıqlarının istehsalı	0.03	0.03	0.02
Maşın və avadanlıqların quraşdırılması və təmiri	0.4	0.6	0.9
<b>Elektrik enerjisi, qaz və buxar istehsalı, bölüşdürülməsi və təchizatı</b>	<b>5.3</b>	<b>5.6</b>	<b>6.0</b>
<b>Su təchizatı, tullantıların təmizlənməsi və emalı</b>	<b>0.6</b>	<b>0.7</b>	<b>0.8</b>

Mənbə: <http://www.stat.gov.az/source/industry/>

Azərbaycan Respublikası Statistika Komitəsinin verdiyi statistik göstəricilərdə ölkəmizin sənaye istehsalının sahə strukturuna nəzər yetirsək mədəncixarma sənayesinin ümumi istehsalın 73%, emal sənayesinin 20,2% təşkil etdiyini görürük (Qrafik 1). Emal sənayesinin aşağı olması öz növbəsində iqtisadi artım tempinin zəif olmasına, təbii resursların xammal formasında ixrac olunması, bu da öz növbəsində iqtisadiyyata pis təsir göstərən amillərdəndir. Ölkə emal sənayesini gücləndirməklə həm daxili təlabatı hazır məhsullarla təmin edir, əhali məşğulluğu tənzimlənir və ölkə ÜDM-də emal sənayesinin hesabına artım müşahidə olunur.

Qrafik 1. Sənaye istehsalının sahə strukturunu

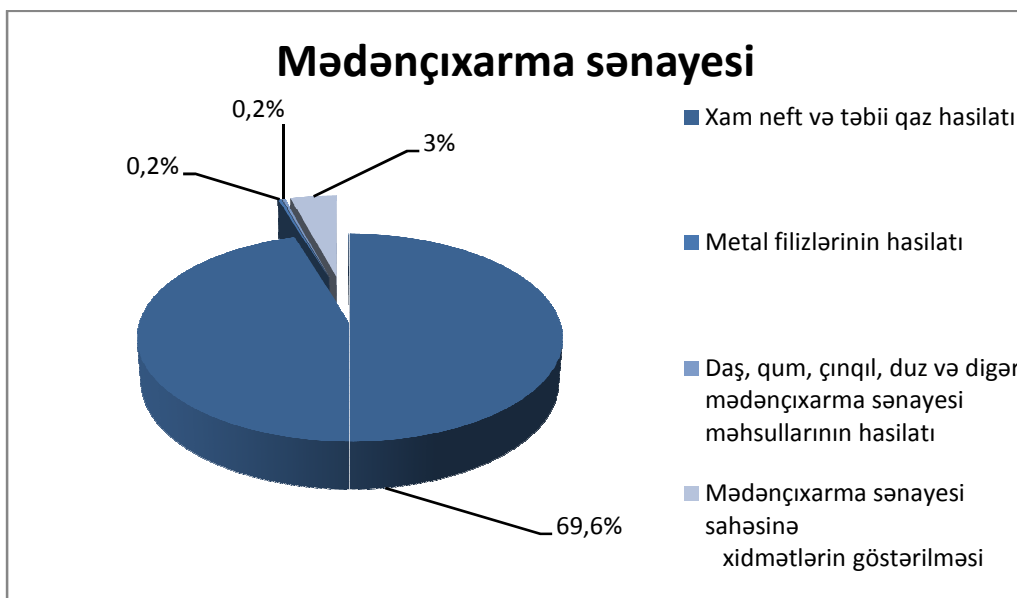


Mənbə: <http://www.stat.gov.az/source/industry/>

Sənayenin sahə strukturunda mədəncixarma sənayesinin tərkibində isə xam neft və təbii qaz hasilatı ümumi sənaye istehsalının 69,6 %-ni, mədəncixarmanın

isə 95%-ni təşkil edir. Yuxarıda da qeyd etdiyim kimi xam neft və təbii qaz hasilatının emal olunması üçün sənaye sahələrinin açılıb genişləndirilməsi, ÜDM-in yalnız neft-qaz məhsullarının hesabına gəlirlərin minimuma endirilməsi ölkəmizin növbəti illər üçün hədəfidir. Metal filizlərinin hasilatı isə ümumi sənaye sahəsinin 3%-ni təşkil edir.

Qrafik 2. Mədəncixarma sənayesi



Mənbə: <http://www.stat.gov.az/source/industry/>

## **Fəsil III. Müasir qloballaşma şəraitində Azərbaycanın rəqabət strategiyası**

### **3.1 Müasir qloballaşma şəraitində rəqabət qabiliyyətinin qiymətləndirilməsi və bu sahədə yaranmış problemlərin aradan qaldırılması yolları**

Azərbaycan Sovet İttifaqının dağılmasından sonra ağır iqtisadi tənəzzül var idi, ancaq zəngin xam neft ehtiyatları sayəsində ölkənin iqtisadi göstəriciləri əhəmiyyətli artdı. Ölkə Sovet İttifaqı dövründə əsas enerji təchizatçısı olduğundan, nisbətən yaxşı təchiz olunmuş enerji infrastrukturuna və kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı üçün əlverişli iqlim şəraitinə malik idi. Ölkə varlı və kasıb arasındakı gəlir səviyyəsindəki fərqi çox olmaması və ümumi gəlir səviyyəsinin yüksək olmamasına baxmayaraq başqa Sovet İttifaqı ölkələrindən fərqli olaraq, sənaye və kənd təsərrüfatının inkişafını balanslaşdırmaqla sistemi sabit saxlandı. Azərbaycan regional mübahisələr və neftdən yüksək asılılıq kimi problemlərin olmasına baxmayaraq, oxşar şəraitdə olan Mərkəzi Asiya ölkələrində daha yüksək artım potensialına malik idi. Lakin, 1990-cı illərdə ağır iqtisadi böhran və sosial qeyri-sabitlikdən çıxış yolu yox idi. Həssas iqtisadi struktura və Ermənistan ilə olan münaqişə ilə bərabər ölkənin bazar iqtisadiyyatında olan təcrübəsi az idi. 1991-1995-ci illər arasında Azərbaycanda güclü (üç rəqəmli) inflyasiya var idi. Xüsusilə 1993-1994-cü illərdə inflyasiyanın həddi 1,000% dən yuxarı idi.

Sovet İttifaqı dövründə, Birliyin 15 ölkəsində bir-birindən asılı təchizat zənciri yaradılmışdı ki, bu İttifaqın rəhbərliyi altında planlı iqtisadiyyatın bir növü olmaqla yalnız məhsulların çeşidi, qiymətləri və həcmi deyil, həm də hər bir ölkənin xammal təchizatını əhatə edirdi. Qiymətlər sabit idi və Respublikaların edə biləcəyi yalnız İttifaqın tapşırıqlarını icra etmək idi. Lakin, İttifaqın işlək olmayan qurğu və avadanlıqları vasitəsilə istehsal olunan məhsulların beynəlxalq standartlar baxımından kəmiyyət və keyfiyyəti arasında böyük fərq var idi. İttifaq Azərbaycanda dəmir filizi və əlvan metallar kimi yeraltı sərvətlərin tədarüku və emalı eləcə də neft sənayesi (neft mədən avadanlıqları, neft emalı, neft-kimya və

elektrik enerjisinin istehsalı daxil olmaqla) kimi sahələrin inkişafını müəyyənləşdirmişdi. Sənayenin enerji yönümü Azərbaycana qlobal rəqabətdə çətinliklər yaradırdı. Eyni zamanda təbii resurslara bağlı sənaye ilə yanaşı, kənd təsərrüfatı da ölkənin iqtisadiyyatına kömək edirdi. Sənaye və kənd təsərrüfatı ÜDM-un təxminən 80%-ni təşkil edirdi. Kənd təsərrüfatı məhsullarında qiymətlə əlaqədar olaraq beynəlxalq tələb və təklifin uyğun olmaması, zəif marketing ilə kənd təsərrüfatı iqtisadiyyatının inkişafı, beynəlxalq bazarda mənfəət əldə edilməsi üçün şərait formalaşdırmırdı. Beynəlxalq bazar haqqında məlumatların az olması və maliyyə məhdudiyyətləri səbəbindən hökumətin siyasəti məhsuldarlığa və əkin sahələrinə dəstək verilməsinə yönəlməmişdi. Sistem transformasiyası (dəyişməsi) kənd təsərrüfatına güclü təsir etdi.

Sovet ittifaqının dağılması, sistemdə olan dəyişiklik təkcə Azərbaycanda olan müəssisələr deyil başqa MDB ölkələrində də bir çox iş sahələrinin ləğv edilməsi ilə nəticələndi. MDB ölkələrinin öz aralarında xammalın təşkil olunması və məhsul alışı dayanması və istehsal avadanlıqlarının təchizatı dayandığından istehsalat üçün lazım olan investisiyaların kəsilməsi Azərbaycan iqtisadiyyatına ağır zərbə vurdu. İstehsal infrastrukturunu demək olar ki, tam dağıldı və ölkə tamamilə idxaldan asılı vəziyyətə düşdü.

**İqtisadi Stabilləşmə Siyasəti və Yenidənqurma.** Məhsulların qiyməti, xidmətlərin liberallaşdırılması, milli (manat) və xarici valyuta sisteminin yaranması, İnvestisiya haqqında qanun, Milli Bank haqqında qanunun qəbulu, bazar iqtisadiyyatının əsasını təşkil edən və özəlləşdirmə prosesini həyata keçirən Dövlət Əmlak Komitəsinin yaradılması ilə Azərbaycanın bazar iqtisadiyyatına keçidi 1992-ci ildə başlandı. Bundan sonra, 1995-ci ilə qədər Azərbaycan bazar iqtisadiyyatına keçmək üçün böyük xərclərə başa gələn ticarətin liberallaşdırılması və torpaq islahatları da daxil olmaqla bir çox iqtisadi islahatlar apardı.

Heydər Əliyevin üçüncü Azərbaycan prezidenti kimi 1993-cü ildə hakimiyyətə gəlməsindən sonra Azərbaycan sosial və iqtisadi xaosun öhdəsindən gəldi. Milli qarşıdurmalar fonunda Ermənistan ilə olan ərazi münaqişəsi vətəndaşların həyatını məhv etdi və qaçqınların sayı bir milyonu üstələdi.

Təcrübəli siyasətçi olan Heydər Əliyev beynəlxalq siyasi vəziyyəti başa düşərək, 1994-cü ildə Ermənistan ilə atəşkəs müqaviləsinin bağlanılmasına nail oldu. Atəşkəs sazişi imzalandıqdan sonra prezident Əliyev, Xəzər dənizindəki böyük neft yataqlarının inkişafına xarici investisiya cəlb edilməsi üçün çalışdı və nəhayət 1994-cü ildə Əsrin Müqaviləsi imzalandı. Hasilatın pay bölgüsü müqaviləsinə əsasən ARDNŞ-da daxil olmaqla 8 ölkədən 11 neft şirkətinin iştirakı ilə Azəri-Çıraq-Günəşli neft yatağının inkişafı və müştərək işlədilməsi üçün ABƏŞ (Azərbaycan Beynəlxalq Əməliyyat Şirkəti) yaradıldı. Bu MDB məkanında 30 il üçün 20 milyard dollar investisiya nəzərdə tutan ilk istehsalın bölüşdürülməsi müqaviləsi idi.

Hökumət neft yataqlarından gələn mənfəətin 80%-ni əldə etməklə iqtisadi inkişaf üçün möhkəm zəmin yaratdı və Azərbaycan digər Mərkəzi Asiya ölkələrindən fərqli olaraq qərb kapitalı əsasında inkişaf planı həyata keçirdi. Qərb ölkələri Yaxın Şərq ölkələrinin enerji resurslarından asılılığını azaltmaq üçün Azərbaycanda neft sahəsinin inkişaf etdirilməsində maraqlı idi. Əsrin müqaviləsinin imzalanması ilə qərb texnologiyası və kapitalının Bakıya yönəlməsi ilə Azərbaycan qlobal neft hasil edən ölkə kimi tanındı.

Siyasi qarışıqlıq və Ermənistan ilə olan müharibə səbəbindən 1994-cü ildə inflyasiya həddi 1,664%-ə yüksəldi lakin valyuta stabilləşdirmə siyasəti və 1995-ci ildən neft və qaz sahələrinə investisiya gətirilməsi üçün təşviqat prosesi nəticəsində 1996-cı ildən inflyasiya sürətlə stabilləşdi. Siyasi və iqtisadi sabitlik bərqərar olduqdan sonra Azərbaycan 1996-1998-ci illərdə bazar iqtisadiyyatına keçdi. Azərbaycan daxili və xarici investisiyanı genişləndirməsi, yüksək səviyyəli texnologiyaların tətbiqi, istehsalatın inkişaf etdirilməsi və idarəetmə sisteminin inkişafını təmin etməklə yeni iş yerlərinin yaradılması və kasıblıq səviyyəsinin aşağı salınmasına böyük diqqət yetirirdi. Maliyyə, vergi, qiymətləndirmə və biznesin tənzimlənməsi də daxil olmaqla ölkə iqtisadiyyatı yenidən beynəlxalq standartlara uyğun quruldu. Bunun nəticəsində vergilər aşağı endirildi, maliyyə şəffaflığı və büdcə icrasının səmərəliliyi yaxşılaşdırıldı. Bundan başqa ÜƏMT (Ümumdünya Əqli Mülkiyyət Təşkilatının) dəstəyi ilə əqli mülkiyyət hüquqlarının



qeydiyyatı və qorunması siyasəti həyata keçirildi və Əqli mülkiyyət haqqında qanun (1996), Patent haqqında qanun (1997) və Əmtəə nişanları və coğrafi göstəricilər haqqında qanun (1998) qəbul olundu.

1999-cu ildə beynəlxalq ticarətin məhdudluğu və kəsirlərlə birlikdə Azərbaycanda idxal və ixracın miqdarı 1 milyard dollardan aşağı idi. Buna baxmayaraq 2000-ci ildən sonra ticarətdə sürətli inkişaf var idi. Beləki, 2004-cü illə müqayisədə (3,615 milyon dollar) 2008-ci ildə ixracatın həcmi 850% yüksəldi (30,586 milyon dollar) və 2005-2008 -ci illərdə böyük ixrac həcmi əldə edildi (AİB 2011).

ARDNF Azərbaycanda neft və qaz müqavilələrinin tətbiqi nəticəsində əldə olunmuş gəlirlərin toplandığı, səmərəli idarə edildiyi və gələcək nəsillər üçün saxlandığı xüsusi dövlət təşkilatıdır. Bu təşkilat neft və qaz gəlirlərinin səmərəli idarə olunması və həmçinin gəlirlərin sosial-iqtisadi inkişaf üçün vacib rol oynayan layihələrə və başqa sahələrə yönəldilməsini təşkil etmək üçün yaradılmışdır (Wikipedia).

1999-cu ildə Xəzər dənizi ilə Qara dənizi birləşdirən Bakı Supsa (qərb istiqaməti) kəməri və 2006-cı ildə Xəzər dənizi ilə Aralıq dənizini birləşdirən BTC (Bakı-Tbilisi-Ceyhan) neft kəməri istifadəyə verildi. Rusiya kəmərlərindən istifadə əvəzinə Azərbaycan öz neft kəmərləri üzərində suverenliyini qorumaqla neft ixracatını böyük həcmdə artırdı.

Dünya İqtisadi Forumu dünya ölkələrinin rəqabət qabiliyyətliliyi səviyyəsini xarakterizə edən növbəti «Global Rəqabət Qabiliyyəti İndeksi 2014-2015» hesabatını dərc edib. Hesabatın hazırlanmasında statistik məlumatlardan və dünyanın 144 ölkəsində fəaliyyət göstərən iş adamları arasında sorğunun nəticələrindən istifadə olunub. Hesabata görə, Azərbaycan iqtisadiyyatı rəqabət qabiliyyəti səviyyəsinə əsasən tədqiqatın aparıldığı ölkələr arasında 38-ci yerdə qərarlaşıb. Beləliklə də son bir il ərzində Azərbaycan rəqabətqabiliyyətlilik indeksini daha da yaxşılaşdıraraq dünya sıralamasında 1 pillə irəliləyib.

Dünya İqtisadi Forumu rəqabətqabiliyyətliliyin müəyyən olunması üçün **12 göstəricidən** istifadə edir. Bunlar keyfiyyət, infrastruktur, makroiqtisadi sabitlik,

sağlamlıq və ilkin təhsil, ali təhsil və peşəkar hazırlıq, əmtəə və xidmətlər bazarının səmərəliliyi, əmək bazarının səmərəliliyi, maliyyə bazarının inkişafı, texnoloji səviyyə, daxili bazarın həcmi, şirkətlərin rəqabət qabiliyyəti və innovasiya potensialı üzrə meyarlardır. Eyni zamanda **110 indikatordan** istifadə olunmaqla ölkələr rəqabət qabiliyyətinə görə sıralanır. İnformasiya bazasının yaradılması üçün müxtəlif üsullardan istifadə olunur. Buna misal olaraq, 13.500 biznes liderlərinin səsverməsidir. Həmin biznes liderlərindən xahiş olunur ki, ölkələr 1-10 aralığında qiymətləndirmə aparsınlar.

Azərbaycan hesabatda bütün göstəricilər üzrə yaxşı nəticələr əldə edib. Ölkəmizin iqtisadiyyatı rəqabət qabiliyyəti indeksinə əsasən, MDB ölkələri arasında birinci mövqeyini saxlayıb. Respublikamız ilk dəfə olaraq reytingdə iki Baltikyanı ölkəni - Latviya və Litvanı qabaqlayır. İqtisadiyyat Nazirliyindən verilən məlumatda bildirilib ki, Azərbaycanın reytingdə mövqeyinin yaxşılaşması ölkə rəhbərliyinin apardığı uğurlu sosial-iqtisadi siyasətin nəticəsidir: «Azərbaycan son 10 ildə iqtisadi və sosial sahələrin inkişafında yüksək nəticələrə nail olub. Ölkədə ümumi daxili məhsul (ÜDM) 3 dəfədən çox artıb. İqtisadiyyatın qeyri-neft sektorunun artım tempi son 10 ildə orta hesabla 10 faiz təşkil edib. 2013-cü ilin nəticələrinə görə, ölkə ÜDM-i 5,8 faiz, qeyri-neft sektoru isə 10 faiz artıb».

Hesabata əsasən, biznesin qeydiyyatı üçün lazım olan prosedurların sayına görə Azərbaycan 10-cu yeri, biznesin qeydiyyatı üçün tələb olunan vaxta görə 36-yeri tutub. ÜDM-in həcminə görə ölkəmiz 70-ci pillədə qərarlaşıb. İnflyasiyanın səviyyəsinə görə isə Azərbaycan birinci yerdədir. Həmçinin, «əmək bazarının səmərəliliyi», «texnoloji səviyyə», «maliyyə bazarının inkişafı» göstəriciləri üzrə də ölkəmizin mövqeyi yaxşılaşıb.

Hesabatda Azərbaycan bəzi alt göstəricilər üzrə ilk 20-liyə daxil olub - makroiqtisadi stabilliyə görə 9-cu, biznesə dəstək üzrə 80-ci, əmək bazarının effektivliyi üzrə 33-cü, infrastrukturun inkişafına üzrə 70-ci, ali təhsil üzrə 90-cı, tibb və ibtidai təhsil üzrə 104-cü, maliyyə bazarlarının inkişafı üzrə 89-cu yerləri tutub.

Son 9 ildə ölkəmiz «Qlobal rəqabət qabiliyyəti indeksi» hesabatları üzrə 31 pillə - 2005-ci ildə 117 iqtisadiyyat arasında 69-cu yerdən 2014-cü ildə 38-ci yerədək irəliləyib. 2005-2014-cü illər ərzində Azərbaycanla yanaşı, MDB ölkələri arasında yalnız Qazaxıstan və Rusiyanın rəqabət qabiliyyəti indeksləri yüksəlib.

Dövlət başçısı tərəfindən bu ilin mart ayında imzalanmış «Sahibkarlığın inkişafı ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında» fərman ölkədə sahibkarlıq fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsinin təkmilləşdirilməsi və əlverişli biznes mühitinin formalaşdırılması sahəsində yeni imkanlar açıb. Sənəd biznesin qeydiyyatı ilə bağlı çox mühüm məsələlərin həllinə əlverişli zəmin yaradıb. Bu sahədə prosedur və qaydaların təkmilləşdirilməsi, müddətin azaldılması beynəlxalq təşkilatların hesablarda biznesə başlama, sahibkarlıq indeksləri ilə ölkəmizin mövqeyinin yaxşılaşmasına mühüm təsir göstərmiş və Azərbaycan Dünya İqtisadi Forumunun «Qlobal Rəqabət Qabiliyyəti İndeksi 2014-2015» hesabatında biznesin elektron qeydiyyatının tətbiqinin genişləndirilməsi (biznesin qeydiyyatı) göstəricisi üzrə dünya ölkələrinin top-onluğuna daxil edilib.

Hazırda respublikamızda biznes mühitinin və rəqabətqabiliyyətliliyin daha da yaxşılaşdırılması məqsədilə tədbirlər davam etdirilir. 2014-cü ilin sonuna kimi icazələrin verilməsi sahəsində mövcud prosedur və müddətlərin azaldılması, daşınmaz əmlaka hüquqların dövlət qeydiyyatı sahəsində prosedurların sadələşdirilməsi, korporativ idarəetmənin təkmilləşdirilməsi və investorların maraqlarının qorunması, idxal-ixrac əməliyyatları zamanı tələb edilən sənədlərin, müddət və xərclərin azaldılması və digər sahələrdə bir sıra yeniliklər tətbiq olunacaq.

Hazırda həyata keçirilən «Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış» İnkişaf Konsepsiyasında iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətinin gücləndirilməsi əsas prioritetlərin biri kimi müəyyən edilib. Respublikamızın reyting qiymətləndirilməsində müsbət dəyişiklik biznes mühitinə və səhmdarların biznes gözləntilərinə də təsir edəcək. Azərbaycanın dünya kosmik sənayesinə daxil olması da ölkənin beynəlxalq hesabatlarda mövqeyinin gələcəkdə yaxşılaşmasına səbəb olacaq.

Milli Məslisin iqtisadi siyasət komitəsinin üzvü Əli Məsimlinin sözlərinə görə, Dünya İqtisadi Forumunun hesabatında bizneslə bağlı indekslər əsas meyarlar hesab olunur və respublikamız həmin göstəricilərə görə yaxşı nəticələr əldə edib: «Azərbaycan biznesə müdaxilə hallarının qarşısının alınması ilə bağlı təsirli addımlar atıb və son illərdə sahibkarlıq fəaliyyəti növlərinin lisenziyalaşdırılması sahəsində bir sıra işlər görülmüş, lisenziya verən dövlət orqanları tərəfindən sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olanlara qarşı neqativ hallar aradan qaldırılıb, bürokratik əngəllərə son qoyulub. Sahibkarlığın inkişafına dövlət qayğısının artırılması məqsədilə xüsusi icazə tələb edən fəaliyyət növlərinin sayı kəskin sürətdə azaldılıb, lisenziya müddəti uzadılıb, lisenziya verilməsi prosesində dövlət orqanları tərəfindən sui-istifadə hallarına yol verməyən və bu sahədə şəffaflığı təmin edən qaydalar tətbiq edilib».

Ə.Məsimli bildirib ki, beynəlxalq hesabatlarda, adətən, enerji tədarükçüsü olan ölkələrin iqtisadiyyatında qeyri-neft sektoru üzrə indikatorlara xüsusi diqqət yetirilir. Azərbaycanın da daxil olduğu MDB regionunda əsas yanacaq istehsalçıları olan Rusiya və Qazaxıstanın reyting baxımından bizdən geridə qalmaları ölkəmizin qeyri-neft sektorunda daha çox artım meyilləri əldə edərək iqtisadiyyatın şaxələndirilməsinə nail olduğunu təsdiq edir: «Respublikamızın hesabatda mövqeyinin yaxşılaşması xarici investorların Azərbaycan iqtisadiyyatına marağının daha da artmasına, yeni sərmayə qoyuluşlarına səbəb olacaq. Bu investisiyalar isə regionlarda yeni müəssisələrin yaradılması, əlavə iş yerlərinin açılması, məşğulluğun səviyyəsinin yüksəlməsi üçün güclü zəmin deməkdir. Eyni zamanda, bu tədbirlərin sayəsində insanların həyat şəraiti ilə bağlı sosial göstəricilər də yaxşılaşacaq».

Dünya İqtisadi Forumu ilə sıx əməkdaşlıq edən Azərbaycan Marketing Cəmiyyətinin layihə rəhbərinin sözlərinə görə, hesabat respublikamızdakı inkişaf proseslərinin beynəlxalq səviyyədə müsbət qiymətləndirilməsini təsdiqləyir: «Azərbaycanın Dünya İqtisadi Forumunun reyting cədvəlində irəliləməsi həm də aparılan davamlı islahatlar nəticəsində ölkənin iqtisadi qüdrətinin əhəmiyyətli dərəcədə güclənməsini, dinamik sosial-iqtisadi inkişafı və insanların sosial rifah

halının yaxşılaşmasını əks etdirir. Xüsusən də son illərdə qeyri-neft sektorunda gedən sürətli inkişaf iqtisadiyyatın rəqabətə davamlılığının artımına etibarlı zəmin yaradıb».

Qeyd olunduğuna görə, Marketinq Cəmiyyəti Dünya İqtisadi Forumunun sifarişi əsasında Azərbaycandakı iqtisadi vəziyyətin dəyərləndirilməsi istiqamətində sorğular keçirir. Bu məqsədlə respublikanın 100-dək tanınmış iqtisadçı ekspertinin rəyi əsas götürülür. Forumun müəyyən etdiyi reyting, əsasən, statistik məlumatların kombinasiyasına və Dünya İqtisadi Forumunun milli tərəfdaşlarla birgə ölkələrdə rəqabətqabiliyyətlilik və iqtisadi inkişaf məsələləri üzrə ixtisaslaşmış aparıcı elmi tədqiqat institutları və şirkətlərlə keçirdiyi geniş illik tədqiqatın nəticələrinə əsaslanır.

### **3.2 Azərbaycan rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsində dövlətin rolu**

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti cənab İlham Əliyevin rəhbərliyi ilə ölkədə həyata keçirilən sosial-iqtisadi inkişaf strategiyasının mühüm tərkib hissəsi olan sahibkarlığın inkişafı, biznes və investisiya mühitinin daima yaxşılaşdırılması istiqamətində mütəmadi olaraq sistemli tədbirlər reallaşdırılır.

Prezident İlham Əliyevin uğurla davam etdirdiyi sosial-iqtisadi siyasət nəticəsində son 10 ildə Azərbaycan yeni inkişaf mərhələsinə qədəm qoymuş, iqtisadiyyatın davamlı inkişafı təmin edilmiş, ölkəmiz daha da güdrətlənmiş, əhalinin sosial rifahı yüksəlmiş, Azərbaycan beynəlxalq əhəmiyyətli iri layihələrin təşəbbüskarına və əsas iştirakçısına, dünyada nüfuzu gündən-günə artan dövlətə çevrilmişdir. Qazanılmış uğurlar statistik göstəricilərdə də öz təsdiqini tapır. Belə ki, 10 il ərzində ÜDM 3,2 dəfə, qeyri-neft sektoru 2,6 dəfə, o cümlədən informasiya və rabitə 8,2 dəfə, tikinti 4,7 dəfə, nəqliyyat 2,5 dəfə, kənd təsərrüfatı 1,5 dəfə, turizm 10,6 dəfə, dövlət büdcəsinin gəlirləri 16 dəfə, investisiyalar 6,5 dəfə, xarici ticarət dövriyyəsi 6,6 dəfə, ixrac 9,3 dəfə artmış, strateji valyuta ehtiyatları 31,3 dəfə artaraq 50 milyard dolları ötmüşdür. Bu müddətdə əhalinin gəlirləri 6,5 dəfə, orta aylıq əməkhaqqı 5,5 dəfə artmış, yoxsulluğun səviyyəsi 8,4 dəfə azalaraq 5,3%-ə, işsizliyin səviyyəsi isə 2 dəfə azalaraq 5%-ə enmişdir.

Azərbaycanın uğurları beynəlxalq təşkilatlar, reyting agentlikləri tərəfindən də yüksək qiymətləndirilir. "Qlobal Rəqabət Qabiliyyəti İndeksi" hesabatına əsasən dünya ölkələrinin rəqabət qabiliyyətliliyi reytingində Azərbaycan 39-cu yeri tutur və ardıcıl olaraq 5 ildir ki, MDB məkanında öz liderlik mövqeyini qoruyub saxlayır.

Bu nailiyyətlərin əldə edilməsində, xüsusilə də ölkə regionlarının inkişafının yeni keyfiyyət mərhələsinə yüksəlməsində regionların sosial-iqtisadi inkişafı ilə bağlı dövlət proqramlarının uğurlu icrası böyük əhəmiyyət kəsb etmişdir. Məsələn kompleks yanaşmanı və ünvanlılığı özündə əks etdirən 2004-2008-ci və 2009-2013-cü illəri əhatə edən dövlət proqramları bölgələrin mövcud potensialından səmərəli istifadə etməklə regionların davamlı sosial-iqtisadi inkişafına, müasir

infrastruktur və sosial xidmətlərlə təminat səviyyəsinin yaxşılaşmasına, ən əsası isə əhalinin sosial rifahının daha da yüksəlməsinə səbəb olmuşdur. Dövlət proqramlarının icrası ölkə regionlarının sosial-iqtisadi mənzərəsini tamamilə dəyişmiş, əhalinin işgüzar fəallığı daha da artmış, sahibkarlığın sürətli inkişafı təmin edilmişdir. Son 10 il ərzində regionlarda 56 minə yaxın müəssisə fəaliyyətə başlamış, 900 mini daimi olmaqla 1,2 milyondan çox yeni iş yeri yaradılmışdır.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin dövlət proqramlarının icrasını və regionların inkişafını diqqət mərkəzində saxlaması dövlət proqramlarının uğurlu icrasında həlledici amil olmuşdur. Belə ki, dövlət başçısı bölgələrə mütəmadi səfərlər etmiş, infrastruktur obyektlərinin və yeni müəssisələrin açılış və təməlqoyma mərasimlərində iştirak etmiş, müəssisələrin fəaliyyəti ilə yaxından tanış olmuş, tapşırıq və tövsiyələrini vermiş, müxtəlif məsələlərin həlli ilə bağlı 240 sərəncam imzalamışdır. Ümumilikdə proqramların icrasına bütün mənbələr hesabına 50,7 milyard, o cümlədən birinci proqramın icrasına 16 milyard, ikinci proqramın icrasına isə 34,7 milyard manat vəsait yönəldilmişdir.

Görülmüş işlərin nəticəsidir ki, son 10 ildə regionlarda ümumi məhsul buraxılışı 3,2, sənaye məhsulu 3,1, rabitə xidmətləri isə 6,1 dəfə artmışdır. Bu dövrdə regionlardan vergi ödənişləri 14,2 dəfə artmışdır. Qeyd etmək yerinə düşərdi ki, artıq 5 şəhər və rayonda xərclər yerli gəlirlər hesabına maliyyələşdirilir.

Təbii ki, Azərbaycan regionlarında müşahidə edilən bu əhəmiyyətli dəyişikliklər əsaslı ümummillik lider Heydər Əliyev tərəfindən müəyyən edilən regionların davamlı iqtisadi yüksəlişi strategiyasının Prezident İlham Əliyev tərəfindən inamla və ardıcılıqla davam etdirilməsinin məntiqi nəticəsidir. Bir sözlə, regional dövlət proqramlarının uğurlu icrası Azərbaycanı ən ucqar kəndlər də daxil olmaqla bütün bölgələrində dinamik tərəqqi yaşayan bir ölkəyə çevirmişdir.

Regional dövlət proqramlarının icra olunduğu 10 il ərzində bölgələrin infrastruktur təminatının gücləndirilməsi mühüm istiqamət kimi diqqət mərkəzində saxlanılmışdır. Dövlət proqramları çərçivəsində regionlarda infrastrukturun bərpası və inkişafı, əhalinin daha keyfiyyətli kommunal xidmətlərlə, o cümlədən elektrik enerjisi, qaz və su ilə təchizatı, yol-nəqliyyat infrastrukturunun yaxşılaşdırılması,

səhiyyə və təhsil müəssisələrinin tikintisi istiqamətində mühüm tədbirlər həyata keçirilmiş, bu sahəyə irihəcmli dövlət investisiyaları yönəldilmişdir.

2004-2013-cü illər ərzində 8332 kilometr, o cümlədən 2622 kilometr respublika əhəmiyyətli, 5710 kilometr yerli əhəmiyyətli avtomobil yolları çəkilmiş və təmir olunmuşdur. Bu dövrdə 222 körpü və yol ötürücüsü tikilmiş, 85 körpü əsaslı təmir edilmişdir. Bundan başqa, 400 kilometrədən çox dəmir yolu əsaslı təmir olunmuş, regionlarda 4 yeni hava limanı tikilmiş, 2 liman tam yenidən qurularaq istismara verilmişdir.

Dövlət başçısının mühüm vəzifə kimi müəyyən etdiyi və xüsusi diqqət göstərdiyi kənd yollarının yenidən qurulması məqsədilə təkcə son 5 ildə 1,1 milyon nəfər əhalisi olan 26 rayonun 702 yaşayış məntəqəsi müasir yol infrastrukturunu ilə təmin edilmişdir.

Keyfiyyətli və fasiləsiz elektrik enerjisi ilə təminat ölkəmizin iqtisadi yüksəlişində böyük əhəmiyyətə malikdir. Bu məqsədlə son 10 ildə 17 yeni elektrik stansiyası istismara verilmiş, 10 min kilometrədən çox elektrik verilişi xətləri və 1500-dən çox yarımstansiya inşa edilmiş və yenidən qurulmuşdur. Bildiyimiz kimi, Azərbaycan iqtisadiyyatının dinamik inkişafı, sənaye potensialının genişlənməsi, yeni müəssisələrin açılması enerji tələbatını da artırır. Bütün bunları nəzərə alaraq, Prezident İlham Əliyev regionların sosial-iqtisadi inkişafı dövlət proqramlarının icrasına həsr olunmuş konfransdakı proqram xarakterli çıxışında enerji potensialının tələbatı daim qabaqlamasını, yeni elektrik stansiyalarının tikintisini, alternativ və bərpa olunan enerji mənbələrindən istifadənin genişləndirilməsini qarşıdakı illər üçün vəzifə olaraq müəyyənləşdirmişdir.

Yaşayış məntəqələrinin qazlaşdırılması istiqamətində işlər davam etdirilmiş, son 10 il ərzində ölkə üzrə ümumi uzunluğu 4,8 min kilometrədən artıq magistral qaz kəmərləri, 25 min kilometrədən çox müxtəlif diametrlı daşıyıcı xətt çəkilmiş, 8 min kilometrə yaxın boru xətti isə əsaslı təmir olunmuşdur. Bundan başqa, 50-yə yaxın qazpaylayıcı stansiya tikilmiş və ya yenidən qurulmuşdur. Görülmüş işlərin nəticəsi olaraq, regionlarda qazlaşma səviyyəsi 83,4%-ə çatdırılmışdır.



Dövlət proqramlarına uyğun olaraq, su təchizatı və kanalizasiya sistemlərinin yenidən qurulması sahəsində əhəmiyyətli işlər görülmüşdür. Belə ki, 10 il ərzində regionlarda 3430 kilometr içməli su xətti, 1225 kilometr kanalizasiya kollektorları və şəbəkəsi, 96 su anbarı, 39 su və kanalizasiya-nasos stansiyaları tikilmişdir. Dövlət proqramlarının icrasından əvvəl ölkə üzrə xidmət göstərilən əhalinin cəmi 26%-i fasiləsiz içməli su alırdısa, hazırda bu göstərici 55%-ə çatdırılmışdır.

Əhalinin ekoloji cəhətdən təmiz su ilə təminatının yaxşılaşdırılması üçün 400 mindən çox əhalisi olan 222 yaşayış məntəqəsində modul tipli sutəmizləyici qurğular quraşdırılmışdır. Dövlət başçısının bu yaxınlarda imzaladığı sərəncama əsasən, 32 rayonun 223 yaşayış məntəqəsində 250 subartezian quyusunun qazılması su təchizatının yaxşılaşdırılmasına əhəmiyyətli töhfə olacaqdır.

Dövlət proqramlarının icrası Azərbaycanda rabitə və informasiya-kommunikasiya texnologiyaları sahəsinin inkişafına böyük imkanlar yaratmışdır. Rabitə xidmətlərinin keyfiyyətinin daha da yüksəldilməsi məqsədilə regionlarda 982 poçt şöbəsi, 1395 ATS tikilmiş və ya əsaslı təmir olunmuş, bütün rayon mərkəzlərinə fiber-optik kabel çəkilmişdir. Bu gün regionlarda hər 100 nəfərdən 60-ı internet, 48-i isə genişzolaqlı internet istifadəçisidir. Prezident İlham Əliyevin müvafiq sərəncamı ilə 2013-cü ilin "İnformasiya-kommunikasiya ili" edilməsi, Azərbaycanın ilk telekommunikasiya peykinin orbitə çıxarılması bütünlükdə ölkəmizdə bu sahənin inkişafına böyük təkan vermişdir.

Ölkədə turizm infrastrukturunun inkişafı istiqamətində görülən işlər də xüsusi önəm kəsb edir. Ötən müddətdə Qəbələ, Qusar, Quba, Naxçıvan, Mingəçevir, Şəki, Tovuz, Salyan, Lerik, Şəmkir, Göygöl və digər regionlarda turizm komplekslərinin, hotellərin, istirahət mərkəzlərinin istifadəyə verilməsi turizmin inkişafına, əhalinin istirahətinə, idmanın müxtəlif növləri ilə məşğul olmağa geniş imkanlar yaratmışdır. Son 10 ildə regionlarda müasir tələblərə cavab verən 14 hotel tikilmiş, beləliklə, ölkədəki 5 ulduzlu hotellərin sayı 35-ə çatmışdır.

Dövlət proqramlarının icra olunduğu müddətdə əhəmiyyətli ekoloji tədbirlər həyata keçirilmiş, mühafizə olunan təbiət ərazilərinin sahəsi 2 dəfə artırılaraq 900 min hektara çatdırılmış, 9 milli park yaradılmış, 20 milyon ağac və kol əkilmişdir.

Prezident İlham Əliyevin "İnsan amili bizim siyasətimizin prioritetidir. Bütün bizim siyasətimizin mərkəzində Azərbaycan vətəndaşı dayanır" strateji xəttinə uyğun olaraq, regionların sosial-iqtisadi inkişafı dövlət proqramları çərçivəsində əhalinin sosial müdafiəsi, bölgələrdə sosial layihələrin reallaşdırılması, yeni sosial obyektlərin tikintisi istiqamətində əhəmiyyətli işlər görülmüşdür. Təhsil müəssisələrinin tikintisi, əsaslı təmiri və maddi-texniki bazasının müasir tələblərə uyğun qurulması dövlət proqramlarının prioritet istiqamətlərindən olmuş, son 10 il ərzində 2708 məktəb tikilmiş və ya əsaslı təmir edilmişdir. Bütün bunlar isə ölkəmizdə gələcək nəslin hərtərəfli inkişafına göstərilən yüksək diqqətin bariz nümunəsidir.

Əhaliyə göstərilən tibbi xidmətlərin keyfiyyətinin yüksəldilməsi məqsədilə regionlarda 38 mərkəzi xəstəxana olmaqla, 500-dən çox səhiyyə obyektini müasir texnika və avadanlıqlarla təmin olunmaqla tikilmiş və ya əsaslı təmir edilmişdir. Artıq Azərbaycanın bir sıra regionlarında belə ən mürəkkəb tibbi əməliyyatların aparılması üçün hər cür şəraitə malik səhiyyə müəssisələri fəaliyyət göstərir.

Dövlət proqramları çərçivəsində, həmçinin 700-ə yaxın mədəniyyət, 250-dən çox idman və gənclər obyektini tikilmiş və ya yenidən qurulmuşdur.

Heydər Əliyev Fondunun, şəxsən Mehriban xanım Əliyevanın təhsil, səhiyyə, mədəniyyət, ekologiya və digər sahələrdə iri layihələrin həyata keçirilməsində mühüm rolu, böyük əməyi olmuşdur. Bu layihələrin reallaşdırılması minlərlə insanın sosial şəraitinin yaxşılaşması üçün yeni imkanlar yaratmışdır.

"ASAN xidmət" in fəaliyyətə başlaması vətəndaşlara göstərilən xidmətlərin keyfiyyətini, şəffaflığını və operativliyini daha da artırmışdır.

Əhalinin sosial müdafiəsi sahəsində həyata keçirilən siyasətin mühüm istiqamətlərindən biri də sosial müdafiəyə daha çox ehtiyacı olan təbəqəyə, o cümlədən əlillərə, müharibə veteranlarına, az təminatlı vətəndaşlara, qaçqın və məcburi köçkünlərə xüsusi diqqətin yetirilməsidir. Bunun nəticəsidir ki, son 10 il ərzində məcburi köçkünlərin mənzil şəraitinin yaxşılaşdırılması məqsədilə 12 çadır şəhərciyi ləğv olunaraq 77 qəsəbə salınmış, burada 37 min ailə yerləşdirilmişdir.

Eyni zamanda, əlil və şəhid ailələri üçün 2788, o cümlədən regionlarda 2041 mənzilli yaşayış binaları və 450-dən çox fərdi ev tikilmişdir.

Bütün bunlar bir daha göstərir ki, dövlət proqramları çərçivəsində həyata keçirilmiş tədbirlərin başlıca hədəfi ölkəmizin iqtisadi qüdrətinin daha da artırılması, Azərbaycan vətəndaşının həyat səviyyəsinin yüksəldilməsidir. Regionların sosial-iqtisadi inkişafı, bölgələrdə yaşayan əhalinin daha yaxşı infrastruktur və xidmətlərlə təmin olunması, əhalinin məşğulluğunun artırılması və s. istiqamətlərdə işlər bundan sonra da davam etdiriləcəkdir.

Təsadüfi deyildir ki, son 10 il ərzində regionlarda 500-dən çox sənaye müəssisəsi, o cümlədən Sumqayıtda texnologiyalar və tekstil parkları, Naxçıvanda sement, mərmər və avtomobil, Qazaxda sement, Gəncədə alüminium, Goranboyda gips və gips məhsulları, Mingəçevirdə polietilen borular, elektron avadanlıqları, Sumqayıtda kağız emalı, bitki yağları, Günəş panellər, Masallıda və Abşeronda kərpic, Hacıqabulda seramik plitələr, Gədəbəy və Daşkəsəndə qızıl emalı, Oğuzda qarğıdalı emalı və qlükoza, İmişlidə şəkər, bitki yağları və qarışıq yem zavodları, Masallıda mebel fabriki, yüzlərlə digər tikinti materialı, mebel, emal, çörək və digər müasir müəssisələr fəaliyyətə başlamışdır.

Ölkənin sənaye potensialının gücləndirilməsində və reallaşdırılmasında biznes və investisiya mühitinin, infrastruktur təminatının yaxşılaşdırılması ilə bərabər, dövlətin maliyyə dəstəyi də xüsusi önəm kəsb edir. Təkcə güzəştli kreditlər hesabına bu dövrdə ümumi dəyəri 730 milyon manat olan 104 sənaye layihəsi maliyyələşdirilmiş, bu layihələr üzrə 80 müəssisə istifadəyə verilmiş, 24-ü üzrə işlər davam etdirilir.

Dövlət başçısı tərəfindən 2014-cü ilin "Sənaye ili" elan olunması aparılan işlərin daha da genişləndirməsinə və sənayeləşmənin sürətləndirilməsinə təkan verəcəkdir.

Regionlarda perspektivli sənaye sahələrinə gəlincə, qeyd etmək istərdim ki, ölkə regionları təbii və iqtisadi resurslarla, o cümlədən xammalla zəngindir. Bunu nəzərə alaraq, yerli xammala əsaslanan metallurgiya, tikinti materialları, mebel, tekstil və s. sənaye sahələrinin inkişafı əsas istiqamətlərdəndir. Aqrar sənayenin

inkişaf etdirilməsi məqsədilə potensial imkanlardan daha səmərəli istifadə etməklə kənd təsərrüfatı məhsulları emalının artırılmasına nail olunacaq ki, bu da ölkə əhalisinin qida sənayesi məhsullarına olan tələbatını daha dolğun ödəməklə yanaşı, ixrac potensialının genişləndirilməsinə şərait yaradacaqdır.

Regionlarda sənayeləşmənin sürətli davam etməsi məqsədilə digər tədbirlərlə yanaşı, dövlət başçısının tapşırığına əsasən, sənaye parklarının, şəhər və rayonlarda sənaye məhəllələrinin yaradılması nəzərdə tutulur.

Dövlət proqramlarının icrası müddətində aqrar sektora dövlət dəstəyi tədbirləri, o cümlədən vergi güzəştləri, lizinq xidmətləri, güzəştli kreditlərin və subsidiyaların verilməsi davam etdirilmişdir. Regionlarda müasir texnologiyalara əsaslanan kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı və emalı genişləndirilmiş, müasir quşçuluq, heyvandarlıq kompleksləri yaradılmış, aqrar sektorun infrastruktur təminatı əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşmışdır. İntensiv metodlara əsaslanan aqrar sektorun yaradılmasına yönəlmiş siyasət, həyata keçirilən dövlət dəstəyi tədbirləri nəticəsində kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı və ixracı artmış, özünütəminat səviyyəsi yüksəlmişdir.

Kənd təsərrüfatı torpaqlarında kollektor-drenaj şəbəkələri, suvarma kanalları tikilmiş və yenidən qurulmuş, torpaqların su təminatı, meliorativ vəziyyəti yaxşılaşdırılmışdır. Bundan əlavə, 2013-cü ildə istifadəyə verilmiş Taxtakörpü Su Anbarı, son 10 ildə tikinti və yenidənqurma işləri aparılmış Naxçıvanda Vayxır, Cəlilabadda Göytəpə, Hacıqabulda Pirsaat, Şamaxıda Zoqalavaçay su anbarları, Türyançay və Bəhrəmtəpə hidroqovşaqları, Taxtakörpü-Ceyranbatan, Yuxarı Qarabağ, Yuxarı Şirvan, Yuxarı Mil kanalları regionların su təminatının daha da yaxşılaşdırılmasında, əlavə torpaq sahələrinin dövriyyəyə cəlb edilməsində əhəmiyyətli rol oynayır. Şəmkirçay Su Anbarının tikintisinin başa çatdırılması bu sahədə əlavə imkanlar yaradacaqdır.

"Aqrolizinq" Açıq Səhmdar Cəmiyyəti tərəfindən yeni kombayn, traktor, ekskavator və digər kənd təsərrüfatı texnikaları və texnoloji avadanlıqları alınaraq fermerlərə lizinqə verilmiş və ya lizinq yolu ilə satılmışdır. Bundan başqa, torpaqların münbitliyini artırmaq, yüksək məhsuldarlığa nail olmaq, eləcə də

heyvanların cins tərkibini yaxşılaşdırmaq məqsədilə müxtəlif növ mineral gübrələr, ətlik və südlük istiqamətdə iribuynuzlu damazlıq heyvanlar güzəştli şərtlərlə lizinqə verilmişdir.

Dövlət başçısının göstərişinə əsasən yaradılmış pilot taxılçılıq təsərrüfatında ötən il rekord həcmdə - hər hektardan 55 sentner taxıl və 100 sentnerdən artıq yüksək keyfiyyətli qarğıdalı yığılmışdır. Hazırda Beyləqan, Hacıqabul, Cəlilabad və Xaçmaz rayonlarında da 5 iri fermer təsərrüfatının yaradılması işləri aparılır.

Ölkəmizin üzümçülük sahəsindəki əvvəlki şöhrətinin qaytarılması ilə bağlı müəyyən edilmiş vəzifənin icrası istiqamətində "2012-2020-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında üzümçülüyn inkişafına dair Dövlət Proqramı" çərçivəsində işlər sürətləndirilmiş, üzüm istehsalı artmış, müasir texnologiyalara əsaslanan şərəbçilik müəssisələri açılmışdır.

Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu tərəfindən verilmiş güzəştli kreditlərin 64%-i kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı və emalı layihələrinə yönəldilmişdir. Son 10 ildə ölkə regionlarında güzəştli kreditlər hesabına ət və süd, meyvə-tərəvəz istehsalı və emalı, sənaye, quşçuluq və s. sahələrdə yeni müəssisələr istifadəyə verilmiş, intensiv bağçılıq və üzümçülük təsərrüfatları, müasir istixana və taxıl anbarı kompleksləri, kənd təsərrüfatı məhsullarının tədarüku, saxlanması və satışı üzrə logistik mərkəzlər yaradılmış, 94 minə yaxın yeni iş yeri açılmışdır.

Aqrar sektorda emalçılarla istehsalçılar arasında münasibətlərin tənzimlənməsi, fermerlərin dövlətin dəstək mexanizmlərindən səmərəli istifadə etməsi məqsədilə regionlarda 50 başlıq südlük cins iribuynuzlu ailə təsərrüfatlarının yaradılmasına başlanılmışdır. Bu mexanizm ət və süd məhsulları istehsalının artırılmasında, emal sənayesinin davamlı və fasiləsiz xammalla təmin olunmasında, iribuynuzlu mal-qaranın cins tərkibinin yaxşılaşdırılmasında, kiçik sahibkarlığın daha sürətli inkişafında əhəmiyyətli olacaqdır.

Həyata keçirilən tədbirlər kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsulları ilə özünü təminatmə səviyyəsinin yüksəlməsində, əhalinin ilboyu keyfiyyətli yerli məhsullarla təminatında, ixracın artmasında, qiymətlərin sabitliyinin təmin edilməsində əhəmiyyətli rol oynayır.

Dövlət proqramlarının icrası müddətində yeni ixrac bazarlarının müəyyənləşdirilməsi və ərzaq məhsullarının ixracının artırılması daim diqqət mərkəzində saxlanılmışdır. Bu sahədə ixrac qabiliyyətli müəssisələrin yaradılması, eləcə də qablaşdırma, saxlanma, daşınma imkanlarının artırılması üzrə layihələr həyata keçirilmiş, Qazaxıstanın Aktau şəhərində logistik mərkəzin yaradılmasına başlanılmışdır. Ümumilikdə 10 il ərzində qeyri-neft ixracı 4,7 dəfə, o cümlədən meyvə-tərəvəz emalı məhsullarının ixracı 2,5 dəfə, ixrac olunan qeyri-neft məhsullarının çeşidi 1,7 dəfə, ixrac ölkələrinin sayı isə 20 vahid artmışdır.

Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı dövlət proqramlarının icrasına həsr olunmuş konfransda dövlət başçısının müəyyənləşdirdiyi kimi, kənd təsərrüfatının inkişafı növbəti illərdə də iqtisadi sahədə prioritet olaraq qalacaq, kənd təsərrüfatının elmi əsaslarla inkişafı, mütərəqqi metodların tətbiqi, məhsuldarlığın artırılması, müasir texnikanın alınması, bölgələr üzrə ixtisaslaşmanın aparılması, torpaqların elektron uçot sisteminin qurulması, iri fermer təsərrüfatlarının, aqroparkların, logistik mərkəzlərin, ailə-fermer təsərrüfatlarının yaradılması, yerli istehsalın gücləndirilməsi işləri davam etdiriləcək, ən əsası isə ölkəmizdə ərzaq təhlükəsizliyinin 100% daxili istehsal hesabına təmin edilməsi hədəfinə nail olunması istiqamətində kompleks tədbirlər həyata keçiriləcəkdir.

Xüsusilə vurğulamalıyam ki, Prezident İlham Əliyevin müəyyənləşdirdiyi "Sahibkarlığın inkişafı dövlət siyasətidir və dövlət siyasəti kimi qalacaqdır" strateji xətti regionların sosial-iqtisadi inkişafı dövlət proqramlarının da başlıca istiqamətlərindən olmuşdur. Bu prinsipə uyğun olaraq, son 10 ildə biznes və investisiya mühitinin davamlı olaraq yaxşılaşdırılması, sahibkarlıq fəaliyyətinin genişləndirilməsi sahəsində ardıcıl tədbirlər həyata keçirilmişdir. Qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi, korrupsiyaya qarşı mübarizənin gücləndirilməsi, sahibkarlığa dövlət dəstəyinin genişləndirilməsi, vergi yükünün azaldılması, sağlam rəqabətin təmin edilməsi, 400-dən çox xidmətin elektron qaydada göstərilməsi, "bir pəncərə" prinsipinin tətbiqi, 10 il ərzində regionlarda 100 mindən çox sahibkarın iştirakı ilə keçirilmiş 1200-ə yaxın maarifləndirmə, biznes forum,

konfrans və digər tədbirlərin nəticəsidir ki, hazırda regionlarda güclü özəl sektor formalaşmışdır. Sahibkarlığa Kömək Milli Fondunun vəsaitləri hesabına regionlarda 18 minə yaxın sahibkara 945,9 milyon manat güzəştli kredit verilmişdir. Güzəştli kreditlərin 78%-i, açılan iş yerlərinin 81%-i regionların payına düşür.

"Azərbaycan İnvestisiya Şirkəti" paytaxt Bakı ilə yanaşı, regionlarda da qeyri-neft sektorunun inkişafı, yeni texnologiyalara əsaslanan müəssisələrin yaradılması istiqamətində məqsədyönlü tədbirlər həyata keçirmiş, bir sıra iri layihələrdə, o cümlədən "Milk Pro", "Ağstafa Aqroservis", "Azərtoxum" və "Dəvəçi Broylər"də həyata keçirilən layihələrdə fəal iştirak etmişdir.

Bütün bunların nəticəsidir ki, məşğulluqda özəl sektorun payı 74%-ə, vergi daxilolmalarında 72,5%-ə yüksəlmiş, sahibkarlıq subyektlərinin sayı 2,5 dəfə artmış, ÜDM-də özəl sektorun xüsusi çəkisi 80%-i ötmüşdür. Rəqəmlərdən də göründüyü kimi, dövlət proqramlarının uğurlu icrası regionlarda, bütünlükdə ölkədə özəl bölmənin inkişafına böyük təkan vermiş, sahibkarlıq fəaliyyətinin daha da genişlənməsinə səbəb olmuşdur.

Dövlət başçısının tapşırığına uyğun olaraq hazırlanan, 2014-2018-ci illəri əhatə edəcək yeni dövlət proqramı əvvəlki dövlət proqramlarının məntiqi davamı olacaq. Şübhəsiz ki, üçüncü dövlət proqramı əvvəlki proqramlar kimi, ölkədə qeyri-neft sektorunun sürətli inkişafına, ixracyönümlü və rəqabətə davamlı məhsul istehsalının artmasına, regionlarda, xüsusilə kəndlərdə infrastruktur və kommunal xidmətlərlə təminat səviyyəsinin yaxşılaşmasına, sahibkarlığın inkişafına, əhəlinin məşğulluq səviyyəsinin yüksəlməsinə öz əhəmiyyətli töhfəsini verəcəkdir.

Sonda bir daha vurğulamaq istərdim ki, regionların inkişafına dair dövlət proqramlarının icrası mühüm sosial, iqtisadi nəticələrlə yadda qaldı. Görülən işlərin miqyası, əhatəliliyi, davamlılığı bir daha göstərir ki, Prezident İlham Əliyevin rəhbərliyi ilə şəhərlər, rayon və qəsəbələr, ucqar kəndlər, bütünlükdə müstəqil Azərbaycan sürətlə inkişaf edir, ölkəmiz qüdrətlənir, Azərbaycan vətəndaşının rifahı daha da yüksəlir. Dövlət başçısının dediyi kimi: "Bu gün Azərbaycan dünya miqyasında ən sürətlə və uğurla inkişaf edən ölkələrin

sırasındadır. Əminəm ki, növbəti illərdə biz öz inkişaf dinamikamızı saxlayacağıq, ölkəmizin uğurlu gələcəyini təmin edəcəyik".

Sahibkarlığa dövlət himayəsinin sistemli şəkildə həyata keçirilməsi, sahibkarlara dövlət dəstəyi tədbirlərinin səmərəsinin yüksəldilməsi bu sahədə mühüm nailiyyətlərin əldə edilməsinə şərait yaratmışdır. Dövlət-sahibkar münasibətləri inkişaf etdirilmiş, sahibkarlığın dövlət tənzimlənməsi sisteminin təkmilləşdirilməsi istiqamətində əhəmiyyətli addımlar atılmışdır. Sahibkarlığın məsləhət, informasiya təminatının gücləndirilməsi, maarifləndirilməsi, gənclərin sahibkarlıq fəaliyyətinə cəlb edilməsi və işgüzar əlaqələrinin inkişafı istiqamətində mütəmadi tədbirlər həyata keçirilməkdədir. Bununla yanaşı sahibkarlığa dövlət maliyyə köməklili mexanizmi yaradılmış və bu mənbə hazırda kiçik və orta sahibkarların maliyyə vəsaitlərinə olan tələbatının ödənilməsinin real mənbəyi kimi çıxış edir.

Ölkədə həyata keçirilmiş geniş miqyaslı iqtisadi islahatlar nəticəsində Azərbaycan cəmiyyətində sahibkarlar təbəqəsi formalaşmış, sahibkarlıq fəaliyyəti cəmiyyətin inkişafında əhəmiyyətli rol oynamağa başlamış və sahibkarlığın davamlı inkişafına əlverişli zəmin yaratmışdır. Bunun nəticəsində özəl sektorun ümumi daxili məhsulda payı 81,9%, məşğulluqda 73,4%, vergi daxilolmalarında isə 70,4% olmuşdur.

2015-ci il yanvar-sentyabr ayları ərzində müəssisələrin sayı artaraq 01.10.2015-ci il tarixinə 98803 vahid olmuşdur (cədvəl 5).

**Cədvəl 5. Hüquqi şəxslərin sayı**

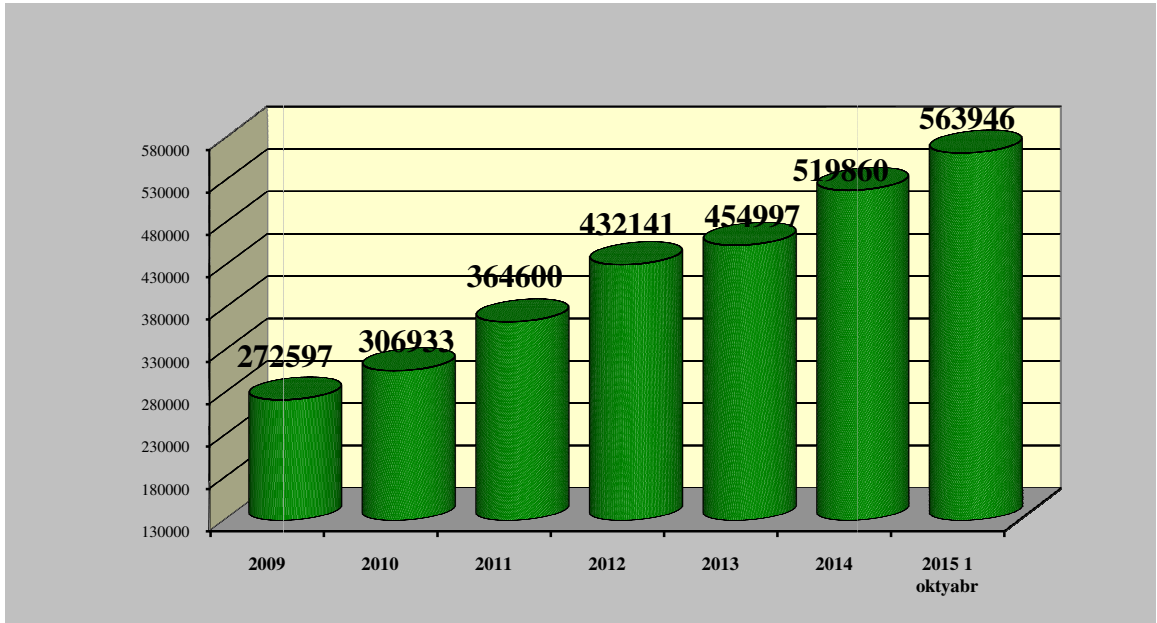
İllər	2011	2012	2013	2014	2015-ci ilin oktyabr tarixinə
Hüquqi şəxslərin sayı	7563	7896	8601	9456	98803

Mənbə: İqtisadiyyat Nazirliyinin Xarici işlər Nazirliyinə Sahibkarlığın inkişafı haqqında hesabatından 27.10.2015



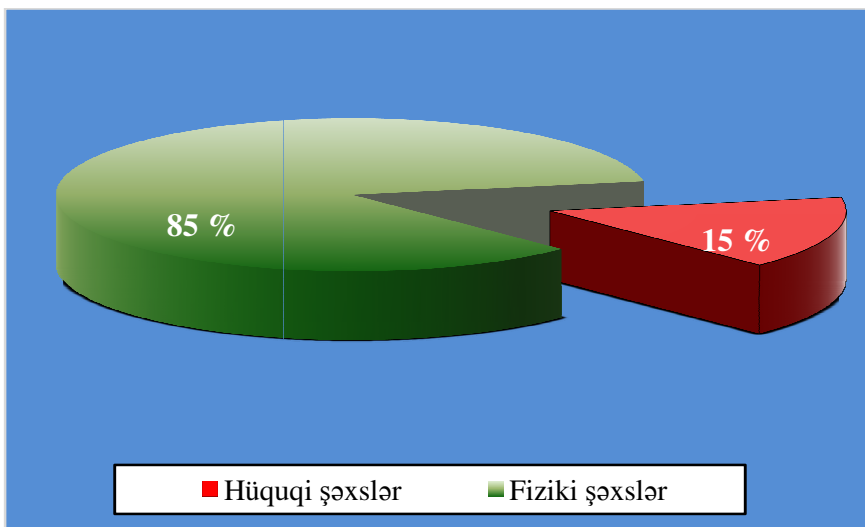
2015-ci ilin yanvar-sentyabr ayları ərzində hüquqi şəxs yaratmadan fərdi sahibkarlıq formasında fəaliyyət göstərən fiziki şəxslərin sayı artaraq 1 oktyabr 2015-ci il tarixinə 563946 vahidə çatmışdır (qrafik 5). Hüquqi şəxs yaratmadan sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan fiziki şəxslərin əsas hissəsi Bakıda, Aran, Gəncə-Qazax və Lənkəran iqtisadi rayonlarında qeydiyyatda alınmışdır.

**Qrafik 3. Fiziki şəxslərin sayı**



Mənbə: İqtisadiyyat Nazirliyinin Xarici işlər Nazirliyinə Sahibkarlığın inkişafı haqqında hesabatından 27.10.2015

**Qrafik 4. Sahibkarlıq subyektlərinin bölgüsü**



Mənbə: İqtisadiyyat Nazirliyinin Xarici işlər Nazirliyinə Sahibkarlığın inkişafı haqqında hesabatından 27.10.2015

Həyata keçirilmiş tədbirlər nəticəsində ölkəmizdə sahibkarlıq fəaliyyətini tənzimləyən prosedur və qaydalar xeyli liberallaşdırılmış, “bir pəncərə” sistemi tətbiq edilməklə biznes qeydiyyatı sistemi sadələşdirilmiş, sahibkarlar üçün biznes mühitinin əlverişliliyi səviyyəsi əhəmiyyətli dərəcədə artırılmış, sahibkarlığa, o cümlədən kiçik və orta sahibkarlığa dövlət maliyyə dəstəyi mexanizmi təkmilləşdirilmiş, idxal-ixrac üçün həyata keçirilən prosedurlar daha da sadələşdirilmiş, ölkədə ixrac rüsumları ləğv edilmiş, mənfəət vergisinin dərəcəsi 20%-ə endirilmiş, sahibkarların hüquqlarının müdafiəsinin işlək mexanizmləri yaradılmış, elektron xidmətlərin sayı əhəmiyyətli dərəcədə artırılmışdır.

Həmçinin Azərbaycan Respublikasında sahibkarlıq subyektlərinin “bir pəncərə” prinsipi ilə qeydiyyatına 2008-ci ildən başlamaqla, ölkədə kommərsiya hüquqi şəxslərin biznesə başlama prosedurlarının sayı 13-dən 2-dək, sərflənən müddət isə 53 gündən 1 günədək, qeydiyyatın aparılması üçün təqdim etməli olan sənədlərin sayı isə 5 dəfədən çox azalmışdır. 2011-ci ilin iyul ayından başlamaqla fərqli sahibkarların elektron qeydiyyatı prosesinin tətbiqi ilə qeydiyyata sərflənən vaxt 2 gündən cəmi bir neçə dəqiqəyədək azaldılması nəticəsində elektron qeydiyyatın xüsusi çəkisi artmışdır. Bu islahatların davamı olaraq, 2012-ci ilin fevral ayından kommərsiya hüquqi şəxslərin “e-qeydiyyat” sisteminin tətbiqinə başlanılmışdır. Sistemin tətbiqi ilə ölkəmizdə yerli investisiyalı məhdud məsuliyyətli cəmiyyətlərin dövlət qeydiyyatına sərflənən vaxt 3 gündən adi e-qeydiyyat zamanı 1 günədək, sürətli e-qeydiyyat zamanı isə bir neçə dəqiqəyə enmişdir.

Bununla yanaşı, 2014-cü il 5 fevral tarixində qüvvəyə minmiş Mülki Məcəlləyə və “Daşınmaz əmlakın dövlət reyestri haqqında” Qanuna edilmiş dəyişikliklərə əsasən 2014-cü ilin 3 mart tarixindən etibarən daşınmaz əmlakın təsviri, bu əmlak üzərində daşınmaz əmlakın dövlət reyestrində qeydiyyata alınmış hüquqlara və onların məhdudlaşdırılmasına (yüklülüyünə) dair arayışın notarius tərəfindən daşınmaz əmlakın dövlət reyestrindən elektron informasiya sistemləri vasitəsi ilə real vaxt rejimində əldə edilməsi mümkün olmuşdur.

Sosial-iqtisadi inkişaf konsepsiyasının mühüm tərkib hissəsi olan sahibkarlığın inkişafı, biznes və investisiya mühitinin daha da yaxşılaşdırılması istiqamətində həyata keçirilən siyasət çərçivəsində məqsədyönlü fəaliyyətin davamı olaraq ölkədə sahibkarlıq fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsinin təkmilləşdirilməsi və əlverişli biznes mühitinin formalaşdırılması istiqamətində növbəti vəzifələr “Sahibkarlığın inkişafı ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 3 mart 2014-cü il tarixli 119 nömrəli Fərmanı ilə müəyyən olunmuşdur. Fərman sahibkarlığın inkişafına göstərilən diqqət və qayğının, bu sahəyə verilən xüsusi önəmin, özəl bölməyə dövlət dəstəyi tədbirlərinin ardıcılığının göstəricisi, sahibkarlığın inkişafının yeni mərhələsinin hüquqi əsaslarını özündə əks etdirən mühüm konseptual sənəddir. Həyata keçirilən tədbirlərə sistemli yanaşmanı təmin edən Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 3 mart 2014-cü il tarixli Fərmanının icrası ilə bağlı aidiyyəti dövlət qurumları ilə birgə bir sıra islahatlar, o cümlədən tikintiyə icazələrin verilməsi, daşınmaz əmlaka hüquqların qeydiyyatı, korporativ idarəetmənin təkmilləşdirilməsi, investorların maraqlarının qorunması və müflisləşmə sahələri üzrə tədbirlər həyata keçirilmiş, elektrik təchizatı şəbəkəsinə qoşulma, kreditlərin verilməsi prosesinə təsir edən təsisatların fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi istiqamətində işlər davam etdirilir.

“Azərbaycan Respublikasının Şəhərsalma və Tikinti Məcəlləsində dəyişikliklər edilməsi haqqında” 28 aprel 2015-ci il tarixli 1262-IVQD nömrəli Azərbaycan Respublikasının Qanunu qəbul edilmiş və bu qanunun tətbiqi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidenti tərəfindən 22 may 2015-ci il tarixində Fərman imzalanmışdır. Dəyişikliklərə əsasən anbar binasının tikintisi məlumatlandırma icraatına daxil edilmiş, tikintiyə icazələrin verilməsi müddəti azaldılmış, o cümlədən məlumatlandırma icraatı üçün 3 ay müddəti 1 aya endirilmişdir.

Həmçinin “Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsində dəyişiklik edilməsi haqqında” 15 may 2015-ci il tarixli 1283-IVQD nömrəli Azərbaycan Respublikasının Qanunu qəbul edilmişdir. Dəyişikliklərə əsasən aidiyyəti şəxslərlə əqdlər bağlanılarkən prosedurlar (icra orqanın qərarı, müstəqil auditorun cəlb edilməsi və s.) təkmilləşdirilmişdir.

“Azərbaycan Respublikasında idxal-ixrac əməliyyatlarının tənzimlənməsi Qaydaları”na (609-saylı Fərman) Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 9 iyul 2014-cü il tarixli 223 nömrəli Fərmanı ilə dəyişikliklər edilmişdir. Dəyişikliklərə əsasən xarici ticarət əməliyyatlarının rəsmiləşdirilməsi üçün prosedurlar sadələşdirilmiş və Fərmanla müəyyənləşdirilmiş sənədlərin siyahısı ləğv olunmuşdur. Həmçinin “Gömrük sərhədindən keçirilən malların və nəqliyyat vasitələrinin bəyan edilməsi Qaydaları” Nazirlər Kabinetinin 22 iyul 2014-cü il tarixli 263 nömrəli Qərarı ilə təsdiq olunmuşdur. Gömrük bəyannaməsi ilə birgə gömrük orqanlarına təqdim edilməli olan sənədlərin siyahısı dəqiqləşdirilmiş və azaldılmışdır.

“Müflisləşmə və iflas haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununda dəyişikliklər edilməsi bərdə Azərbaycan Respublikasının 24 fevral 2015-ci il tarixli 1214-IVQD nömrəli Qanunu qəbul edilmiş və bu qanunun tətbiqi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidenti tərəfindən 4 aprel 2015-ci il tarixində Sərəncam imzalanmışdır. Dəyişikliklərə əsasən biznesin bağlanması üçün sərf edilən vaxt azaldılmışdır.

Azərbaycanda sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi ilə bağlı aparılan siyasət, görülmüş işlər nüfuzlu beynəlxalq təşkilatlar tərəfindən də yüksək qiymətləndirilir. Belə ki, Davos İqtisadi Forumunun hesablamalarına görə, Azərbaycan iqtisadiyyatı rəqabətqabiliyyətliliyi üzrə dünya miqyasında 144 ölkə arasında 38-ci yerdədir və ardıcıl olaraq altıncı ildir ki, MDB ölkələri arasında birincidir. “Doing Business 2015” hesabatında isə Azərbaycan 189 ölkə arasında 80-cı yerə yüksəlmişdir.

Bununla yanaşı informasiya və kommunikasiya texnologiyalarından istifadə olunmaqla dövlət orqanları tərəfindən göstərilən 455 xidmətin, o cümlədən İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyi tərəfindən 7 interaktiv və 21 informativ xidmətin elektron qaydada göstərilməsinə başlanılmışdır. Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyinin rəsmi internet səhifəsi olan [www.economy.gov.az](http://www.economy.gov.az) portalında elektron xidmətlərdən istifadə etməklə, həmin xidmətlər üçün nəzərdə tutulan dövlət rüsumu və xidmət haqlarının ödənişini də online rejimində həyata keçirə bilər və ya ödənişə dair təsdiqedicə sənədləri elektron qaydada müvafiq

sənədlərə əlavə edərək, göndərə bilər və xarici ticarət əməliyyatları üçün mənşə və keyfiyyət sertifikatlarını elektron qaydada ala bilirlər.

Həmçinin Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2011-ci il 26 oktyabr tarixli 509 nömrəli Fərmanına uyğun olaraq İcazələr Elektron İnformasiya Portalı yaradılaraq 2012-ci il 15 mart tarixindən istifadəyə verilmişdir. Portal sahibkarları icazələr haqqında ətraflı məlumatlandırmaqla yanaşı, sahibkarlıq fəaliyyətinə başlamaq istəyənlər, öz fəaliyyətini genişləndirmək istəyən sahibkarlara tələb olunan icazə xarakterli sənədlər, onların alınması prosedurları, təqdim edilməli sənədlər, icazələrin verilmə və qüvvədə olma müddətlərinə dair bütün məlumatları vahid mənbədən əldə etməyə imkan verir. Portalın ([www.icaзeler.gov.az](http://www.icaзeler.gov.az)) xidmətlərindən 1 oktyabr 2015-ci il tarixinə 400 mindən artıq istifadəçi, o cümlədən ölkə xaricindən 108 dövlətdən istifadəçilər yararlanmışdır. İstifadəyə verildikdən sonra portalda 20 dövlət qurumunun 159 qanunvericilik aktının layihəsinin yerləşdirilməsi təmin edilmişdir.

Bununla yanaşı, yerli biznes üçün istehsal etdikləri məhsullar və göstərdiyi xidmətlər barədə informasiyaların potensial alıcılara çatdırmaq yolu ilə biznes əlaqələrin qurulmasını dəstəkləmək məqsədilə "2008-2015-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında əhalinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatına dair Dövlət Proqramı" üzrə verilmiş tapşırıqların icrasına uyğun olaraq "Elektron ticarət" portalı ([www.b2b.az](http://www.b2b.az)) yaradılmışdır. Portal sahibkarlıq subyektlərinə biznes əlaqələrdə etibarlı vasitəçi, dünya biznesinə asan çıxış imkanının yaradılması missiyasını yerinə yetirir. Portaldan istifadə edilməsi iş adamlarına istehsal etdikləri məhsullar və göstərdiyi xidmətlər barədə məlumatların potensial alıcılara çatdırılması, biznes əlaqələrinin genişləndirilməsi və bazarlara sərbəst çıxış imkanlarını yaradır.

Sahibkarlığın inkişafına dövlət himayəsinin sistemli şəkildə həyata keçirilməsini gücləndirmək, sahibkarlara dövlət dəstəyi tədbirlərinin səmərəsini yüksəltmək, dövlət-sahibkar münasibətlərini daha da təkmilləşdirmək, sahibkarlar tərəfindən İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyinin səlahiyyətlərinə aid olan məsələlərə dair müraciətlərin cavablandırılmasında sistemlilik yaratmaq və operativliyə nail

olmaq məqsədilə Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyində Çağrı Mərkəzi (195-2) yaradılmışdır.

Ölkəmizdə reallaşdırılan sənayeləşmə siyasətinə uyğun olaraq, innovativ və yüksək texnologiyalar əsasında rəqabət qabiliyyətli sənayenin inkişafına yeni təkan vermək, qeyri-neft sektorunun davamlı inkişafını təmin etmək və əhalinin istehsal sahəsində məşğulluğunu artırmaq məqsədi ilə sənaye və texnologiyalar parklarının yaradılmasına başlanılmışdır. Belə ki, ölkə başçısının müvafiq tapşırıqlarına əsasən Sumqayıt Kimya Sənaye Parkı (295,5 ha), Balaxanı Sənaye Parkı (7 ha), Mingəçevir Sənaye Parkı (14,8 ha), Qaradağ Sənaye Parkı (72 ha), Pirallahı Yüksək Texnologiyaları Parkı (50 ha) və Mingəçevir Yüksək Texnologiyaları Parkı (1,3 ha) yaradılmışdır. Eyni zamanda sənaye parklarının yaradılması, idarə edilməsi və onlarda sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsi ilə bağlı məsələləri tənzimləyən “Sənaye Parkları haqqında” Nümunəvi Əsasnamə 2013-cü il 24 aprel tarixdə təsdiq edilmişdir. “Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsində dəyişikliklər edilməsi haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu qəbul edilərək 2013-cü il yanvarın 1-dən qüvvəyə minmişdir. Bununla da Azərbaycan Respublikası Prezidentinin fərman və sərəncamları ilə yaradılmış sənaye və texnologiya parklarında sahibkarlıq fəaliyyəti göstərən fiziki şəxslərin gəlirlərinin 7 il müddətinə gəlir vergisindən azad edilmişdir. Həmçinin parkların idarəedici təşkilatının və operatorunun mənfəətinin parkın infrastrukturunun tikintisinə və saxlanılmasına yönəldilmiş hissəsinin müddət qoyulmadan, sənaye və texnologiya parklarının rezidenti olan hüquqi şəxslərin fəaliyyətindən əldə etdikləri gəlirlərin 7 il müddətinə mənfəət vergisindən, sənaye və texnologiya parklarının infrastrukturunun, istehsal sahələrinin yaradılması və tikintisi məqsədilə idxal edilən texnikaların, texnoloji avadanlıq və qurğuların ƏDV-dən, parkların idarəedici təşkilatı və operatoru, parkların rezidenti olan hüquqi və fiziki şəxslərin əmlak və torpaq vergilərindən azad edilməsini nəzərdə tutan maddələr qanuna daxil edilmişdir. Hazırda sənaye parklarında fəaliyyət göstərəcək investorların cəlb olunması istiqamətində ardıcıl tədbirlər görülməkdədir.

Sumqayıt Kimya Sənaye Parkının, Balaxanı Sənaye Parkının, Mingəçevir Sənaye Parkının və Qaradağ Sənaye Parkının məqsəd və vəzifələri, potensial sahibkarlar üçün investisiya güzəştləri və faydaları, parkın infrastrukturu və üstünlükləri, bu sahədə qanunvericilik, investisiya güzəştləri, ölkəmizdə yaşıl biznesin inkişafı sahəsində irəliləyişlər, yeniliklər haqqında geniş məlumatların əldə olunması məqsədilə Sumqayıt Kimya Sənaye Parkının [www.scip.az](http://www.scip.az), Balaxanı Sənaye Parkının [www.bsp.az](http://www.bsp.az) internet səhifələri istifadəyə verilmişdir.

Həmçinin ölkədə sənaye məhəllələrinin yaradılması Azərbaycan Respublikası Prezidentinin “Sənaye məhəllələrinin yaradılması və fəaliyyətinin təşkili haqqında” 2014-cü il 8 oktyabr tarixli 288 nömrəli Fərmanı ilə müəyyən edilmişdir. Sənaye məhəlləsinin yaradılmasında məqsəd sənaye və xidmət sahələrində fəaliyyət göstərən kiçik və orta sahibkarların inkişafı üçün əlverişli şəraitin təmin edilməsi və əhalinin istehsal və xidmət sahəsində məşğulluğunun artırılmasıdır. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin müvafiq Fərmanına əsasən, sənaye məhəlləsi sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üçün zəruri infrastruktura malik olan, kiçik və orta sahibkarlar tərəfindən məhsul istehsalı və xidmət göstərilməsi üçün istifadə edilən ərazidir. Sənaye məhəllələri istehsal prosesinin təşkilində infrastruktur xərclərinin azaldılması, kooperasiya əlaqələrinin gücləndirilməsi, kiçik və orta sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi və sair məsələlərin həlli baxımından böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Ölkədə ilk sənaye məhəlləsi olan Neftçala Sənaye Məhəlləsi Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2015-ci il 2 fevral tarixli 1011 nömrəli Sərəncamı ilə yaradılmışdır. Sərəncama əsasən, Neftçala Sənaye Məhəlləsinin fəaliyyətinin təşkilini və tənzimlənməsini “Azərbaycan İnvestisiya Şirkəti” ASC həyata keçirəcəkdir. Sənaye məhəlləsinin fəaliyyəti üçün 10 hektar torpaq sahəsinin icarəyə vermək hüququ ilə “Azərbaycan İnvestisiya Şirkəti” ASC-nin daimi istifadəsinə verilməsi nəzərdə tutulmuşdur.

Ölkədə sahibkarlıq fəaliyyəti sferasına aid olan qanunvericilik bazası innovativ inkişaf dövrünün tələbinə uyğun olaraq daima yenilənmişdir. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin qanunvericilik təşəbbüsü ilə 2015-ci il 20 oktyabr

tarixində “Sahibkarlıq sahəsində aparılan yoxlamaların dayandırılması haqqında” Qanunu Azərbaycan Respublikasının Milli Məclisi tərəfindən qəbul olunmuşdur. Qanunda 1 noyabr tarixindən etibarən sahibkarlıq sahəsində aparılan yoxlamaların 2 il müddətinə dayandırılması nəzərdə tutulmuşdur. Qəbul olunmuş qanun ölkədə sahibkarlığın, o cümlədən kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına təkan verəcək, qanunsuz müdaxilələrin aradan qaldırılmasına xidmət edəcəkdir.

Qeyd edilən istiqamətlərdə həyata keçirilən islahatların davamı olaraq Azərbaycan Respublikasının Prezidenti tərəfindən “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 tarixli Fərman imzalanmışdır. Fərmana uyğun olaraq, hazırda lisenziya tələb olunan fəaliyyət növlərinin sayının minimuma endirilməsi qeyd olunmuş və sahibkarlıq fəaliyyətinin xüsusi razılıq (lisenziya) tələb olunan bütün növləri üzrə xüsusi razılıq (lisenziya) verilməsi üçün vahid orqan “ASAN xidmət” mərkəzləri ilə Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyi müəyyən edilmişdir.

Həmçinin, “Elektron lisenziya” portalı istifadəyə veriləcək və bununla da, sahibkarlara lisenziyaların verilməsi prosesi tamamilə elektronlaşdırılacaqdır. Sahibkarların təcrübə keçmə, ixtisasartırma tələblərinin ödənilməsi və yenidən hazırlanması, onların maarifləndirilməsi, hüquqi və iqtisadi biliklərinin artırılması sahəsində işlərin təşkilini və tənzimlənməsini həyata keçirilməsi məqsədilə 2007-ci ildə İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyinin tabeliyində Bakı Biznes Tədris Mərkəzi yaradılmışdır. Mərkəzin 7 rayonda (Gəncə, Qazax, Yevlax, Göyçay, Lənkəran, Şəki və Xaçmaz) nümayəndəlikləri fəaliyyət göstərir. Mərkəzin xətti ilə 2009-2015-ci illərdə 256 nəfər sahibkarın Almaniyada bir aylıq ixtisasartırma kursunda iştirakı təmin edilmiş və bu istiqamətdə işlər davam etdirilir. Həmçinin, Mərkəz Bakı şəhərində və regionlarda müraciət edən sahibkarlara məsləhət-konsaltinq xidmətləri göstərir.

Gənclərin məşğulluğunun təmin edilməsi, onların sahibkarlıq fəaliyyətinə cəlb edilməsinin təşviq olunmasına dair Azərbaycan Respublikasının Prezidenti



cənab İlham Əliyev tərəfindən verilmiş tapşırıqların və dövlət proqramlarında biznes-inkubatorların yaradılmasına dair müəyyən olunmuş tədbirlərin icrasını təmin etmək məqsədilə təşəbbüskar gənclər üçün biznes inkubatorların yaradılması istiqamətində işlər həyata keçirilmişdir. Biznes inkubatorun yaradılması üçün pilot Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu seçilmiş və 19 iyul 2013-cü il tarixində Azərbaycan Respublikasının Prezidenti cənab İlham Əliyev tərəfindən açılmış İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyinin Quba-Xaçmaz Regional İnkişaf Mərkəzinin 2 mərtəbəsində 500 kv. metrə yaxın ərazidə 14 otaq biznes inkubator üçün ayrılmışdır.

Biznes inkubatorun yaradılmasının əsas məqsədi Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonunda gənclərin sahibkarlıq təşəbbüsünün dəstəklənməsi, yeni biznes və məşğulluq imkanlarının yaradılması, sahibkarlara göstərilən dövlət dəstəyinin gücləndirilməsidir.

Biznes inkubator üçün iştirakçıların seçilməsi məqsədi ilə elan edilmiş və 2014-cü il 3 iyul tarixində keçirilmiş müsabiqənin nəticələrinə əsasən Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonuna daxil olan inzibati rayonlarda yaşayan 20 nəfər gənc biznes inkubatorunda iştirak üçün qəbul edilmişdir. Biznes inkubator iştirakçıları üçün 3 ay müddətində biznes ideyanın yaradılması və işlənməsi üzrə müvafiq mövzularda ödənişsiz treninqlərin keçirilmiş, növbəti 8 ay müddətində isə biznes ideyanın reallaşdırılması və biznesin yaradılması üzrə ödənişsiz məsləhət xidmətlərinin göstərilməsi nəzərdə tutulur.

2014-cü ilin 10 sentyabr tarixində Xaçmaz rayonunda yerləşən Quba-Xaçmaz Regional İnkişaf Mərkəzində biznes inkubatorunda fəaliyyət göstərən gənclərin tədris ilinin başlanması ilə əlaqədar açılış tədbiri keçirilmişdir. Quba-Xaçmaz Regional İnkişaf Mərkəzində fəaliyyət göstərən biznes inkubatorun açarları onun iştirakçılarına təqdim edilmişdir.

Bu layihənin davamı olaraq, Balaxanı Sənaye Parkında, Sumqayıt Kimya Sənaye Parkında, Aran Regional İnkişaf Mərkəzində və digər yerlərdə biznes inkubatorların yaradılması planlaşdırılır.

Bununla yanaşı sahibkarların, xüsusilə kiçik sahibkarların biznesinin yaradılmasına və ya genişlənməsinə güzəştli maliyyə dəstəyinin verilməsi

məqsədlə İqtisadiyyat Nazirliyinin nəzdində Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu yaradılmışdır. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin müvafiq Fərmanları ilə sahibkarlığın inkişafına güzəştli maliyyə dəstəyinin verilməsi mexanizmi son 10 ildə 5 dəfə - 2004-cü, 2005-ci, 2006-cı, 2009-cu və 2011-ci illərdə təkmilləşmişdir. Sahibkarların maliyyəyə çıxış imkanlarının artırılması üçün qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi nəticəsində sahibkarlıq subyektlərinə verilən güzəştli kreditlərin maksimum məbləği 100 min ABŞ dollarından 10 mln. manata çatdırılmışdır. Həmçinin, güzəştli kreditin maksimum müddəti 2 dəfə artırılaraq 5 ildən 10 ilə çatdırılmış, onların faiz dərəcələri 7%-dən 6%-ə endirilmişdir.

Sahibkarlığın inkişafına dəstək mexanizmlərindən biri də onların investisiya təminatının gücləndirilməsidir. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2006-cı il 30 mart tarixli Sərəncamı ilə iqtisadiyyatın qeyri-neft sahələrinin inkişafına, bu sahələrdə mövcud müəssisələrin maddi və texnoloji bazasının yeniləşdirilməsinə investisiya qoyuluşunun təşviqi məqsədlə Azərbaycan Investisiya Şirkəti yaradılmışdır. Hal-hazırda şirkət fəal şəkildə ölkə iqtisadiyyatının qeyri-neft sektorunun inkişafı ilə bağlı qarşısına qoyulmuş vəzifələrin icrasını uğurla davam etdirir.

Həmçinin sahibkarların işgüzar əlaqələrinin inkişafı, ixrac imkanlarının dəstəklənməsi və qeyri-neft ixracının artırılması daim diqqət mərkəzində saxlanılmışdır. Belə ki, 2003-cü ildə ölkənin ixrac qabiliyyətinin artırılması və xarici investisiyaların cəlb edilməsi kimi öncül məqsədlərin reallaşdırılması məqsədlə Azərbaycanda İxracın və Investisiyaların Təşviqi Fondu təsis edilmişdir. Fond ölkə sahibkarlarının ixrac potensialının artırılmasında, investisiya imkanlarının genişləndirilməsində, potensial tərəfdaşların tapılmasında və birgə əməkdaşlıq layihələrinin həyata keçirilməsində sahibkarlara yaxından dəstək göstərir.

2015-ci ilin 9 ayında ölkədə istehsal olunan rəqabətqabiliyyətli qeyri-neft məhsullarının mövcud və potensial xarici bazarlara ixrac imkanlarının daha da genişləndirilməsi məqsədi ilə yerli və xarici iş adamlarının və beynəlxalq

tərəfdaşların iştirakı ilə 59 silsilə tədbir keçirilmiş və həmin tədbirlərdə rəqabət qabiliyyətli sahibkarlıq subyektlərinin iştirakı təmin edilmişdir.

Ölkəmizdə fəaliyyət göstərən sahibkarlıq subyektləri haqqında məlumatların asan əldə olunması, onların əlaqələrinin genişləndirilməsinin təşviq edilməsi məqsədilə rəqabət qabiliyyətli məhsul istehsalçıları haqqında məlumatları əks etdirən kataloqlar hazırlanaraq çap edilmişdir. Belə ki, 2014-cü ildə 248 rəqabət qabiliyyətli məhsul istehsal edən müəssisə haqqında məlumatı əhatə edən "Azərbaycan məhsullarının kataloqu" Azərbaycan dilində və ingilis dillərində, 124 aqrar sənaye sahəsi üzrə müəssisə haqqında məlumatı əhatə edən "Azərbaycanda istehsal edilmişdir" adlı kataloq rus dilində, 325 rəqabət qabiliyyətli məhsul istehsal edən müəssisəni əhatə edən "Azərbaycan sənayesi: şirkətlər, məhsullar" kataloqu Azərbaycan və ingilis dillərində çap edilmiş və onların elektron formatı İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyinin rəsmi internet sahifəsində yerləşdirilmişdir. Həmçinin ölkədə fəaliyyət göstərən sahibkarlıq subyektləri tərəfindən istehsal edilən rəqabətqabiliyyətli məhsulların, o cümlədən sənaye məhsullarını özündə əks etdirən 412 şirkət haqqında "Azərbaycanda istehsal olunub" adlı kataloq (rus və ingilis dillərində) CD elektron daşıyıcıda paylanması üçün hazırlanmışdır.

Sahibkarlığın inkişafı davamlı inkişaf strategiyasının məqsədlərinin reallaşması baxımından həyata keçirilən dövlət siyasətinin aparıcı istiqamətlərindən birini təşkil etməkdədir ki, bu siyasət iqtisadiyyatın bütün sahələrində, xüsusilə prioritet inkişaf sahələrində işgüzar fəaliyyət üçün normativ-hüquqi, təşkilati və maliyyə təminatı səviyyəsinin yüksəldilməsinə yönəldilmişdir. Hazırkı mərhələdə qarşıda duran əsas vəzifə iqtisadiyyatın şaxələndirilməsini sürətləndirmək, neft gəlirlərinin səviyyəsindən asılı olmayaraq qeyri-neft sektorunun yüksək inkişaf tempini gələcək illərdə də qoruyub saxlamaq və onun ixrac imkanlarını genişləndirməkdir. "Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış" İnkişaf Konsepsiyasında ixrac yönümlü iqtisadi model əsas götürülmüşdür və nəzərdə tutulur ki, iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi və strukturunun təkmilləşdirilməsi qeyri-neft ixracının artımına səbəb olacaqdır. Qeyri-neft sənayesinin sürətli inkişafı ilə yanaşı, innovasiya fəaliyyətinin təşviqi və

genişləndirilməsi ölkədə biliyə əsaslanan iqtisadiyyatın formalaşması üçün əlverişli zəmin yaradacaqdır.

Bakı mərkəz olmaqla Xəzər Dənizinin sahil ərazilərində neft sənayesinə diqqəti yönəltməklə milli inkişafın, neft və qeyri-neft sahələrinin inkişafının nizamlanması ölkənin əsas siyasi prioriteti idi. İqtisadi inkişaf baxımından başqa ərazilərə yetərli diqqət yetirilmirdi. İqtisadi inkişafın balanslaşdırılması üçün dövlət “Regionların 2004-2008 ci illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı” nı həyata keçirdi. Proqramın məqsədi: təbii sərvətlərdən səmərəli istifadə etməklə qeyri-neft sektorunun inkişafı, regionlar üçün əmək qüvvəsi və iqtisadi potensialın yaradılması, kənd təsərrüfatı sahəsində islahatların aparılması, yoxsulluğun aradan qaldırılması, infrastrukturun müasirləşdirilməsi, investisiya şəraitinin artırılması, müasir biznesin və ixrac yönümlü istehsal sənayesinin inkişaf etdirilməsi, yeni iş yerlərinin yaradılması idi. Proqram haqqında prezident fərmanı 2004-cü il fevral ayının 11-də verildi və bununla yanaşı Proqram icra müddəti ərzində Quba-Xaçmaz, Şəki-Zaqatala, Şirvan, Lənkəran, Gəncə-Qazax regionlarında iqtisadi və sosial inkişafının təmin edilməsi haqqında 17 sərəncam imzalandı.

2006-cı ildə Bakı və ətraf qəsəbələrin infrastrukturasının inkişafını nəzərdə tutan “2006-2007 ci illər Bakı qəsəbələrinin sosial-iqtisadi inkişaf proqramı” qəbul olundu.

Bu iki proqram qeyri-neft sahələrinin davamlı şəkildə inkişafı haqqında ictimaiyyətin məlumatlandırılmasının artırılması ilə yanaşı yeni iş sahələrinin yaradılmasına, sosial şəraitin kəmiyyət və keyfiyyət göstəricilərinin yüksəldilməsinə, regionların inkişafına kömək etdi. Daha önəmli si Azərbaycanın paytaxtı Bakı şəhərində iş şəraitinin yaxşılaşdırılması, işsizlik səviyyəsinin aşağı enməsi, yoxsulluğun azaldılması idi.

Proqramlar davamlı şəkildə icra olundu və hal-hazırda hökumət “2009-2013-cü illərdə regionların sosial-iqtisadi inkişafı haqqında” və “2011-2013-cü illər Bakı və ətraf qəsəbələrin sosial-iqtisadi inkişafı haqqında” dövlət proqramlarını həyata keçirir. Enerji sistemi, qaz sistemi, su və kanalizasiya sistemi, istilik sistemi, yollar, ətraf mühitin yaxşılaşdırılması, sosial və mədəniyyət obyektlərin yaxşılaşdırılması

da daxil olmaqla “2011-2013-cü illər Bakı və ətraf qəsəbələrin sosial-iqtisadi inkişafı haqqında” dövlət proqramının bir hissəsi kimi 817 layihə həyata keçirilmişdir.

Kənd təsərrüfatının ərzaq təhlükəsizliyini təminatı baxımından böyük paya malik olması və başqa sahələrə nisbətən rəqabətin yüksək olması səbəbindən qeyri-neft sektorunun inkişafı üçün böyük əhəmiyyəti vardır. Toxumların, gübrələrin, mal-qaranın alınması və kənd təsərrüfatı avadanlıqlarının təmin edilməsi məqsədilə 2005-ci ildə dövlət tərəfindən “Aqrolizinq” ASC yaradıldı. “Aqrolizinq” ASC yaradılmasının əsas məqsədi kənd təsərrüfatının inkişafına dəstək olmaqdır. Həmçinin Sahibkarlara Kömək Milli Fondu 10,000 dən çox kənd təsərrüfatı investisiya layihəsinə dəstək vermişdir. Yüksək keyfiyyətli şəkər, yodlaşdırılmış duz, bitki yağı, konservləşdirilmiş meyvə və tərəvəz, ət və ağartı məhsulların istehsalı ilə Azərbaycan əsas ərzaq məhsulları ilə özünü təmin edir.

Sənaye sahələrini yenidən qurmaq üçün dövlət, 2011-2015- ci illərdə Neft fondunun maliyyə dəstəyi ilə sosial təhlükəsizlik xərclərini və infrastrukturanın inkişafını genişləndirir. İnkişafın əsas göstəricisi olan enerji istehsalı 10 il ərzində pik nöqtəyə çatacaq və 15-20 il ərzində aşağı düşməyəcək. Azərbaycan sənayenin hərtərəfli şəkildə inkişafı üçün yüksək səy göstərir.

### **3.3 Azərbaycanın gələcək inkişafında rəqabət imkanlarının yüksəldilməsi perspektivləri**

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2012-ci il 29 dekabr tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan 2020: Gələcəyə Baxış” İnkişaf Konsepsiyası Azərbaycanın gələcək inkişafında rəqabət imkanlarının yüksəldilməsi perspektivlərini müəyyən edir.

Konsepsiyanın başlıca strateji məqsədi mövcud imkan və resursları nəzərə alaraq, Azərbaycanda davamlı iqtisadi artım və yüksək sosial rifah, səmərəli dövlət idarəetməsi və qanunun aliliyi, insanların bütün hüquq və azadlıqlarının tam təmin olunması və vətəndaş cəmiyyətinin ölkənin ictimai həyatında fəal statusu ilə səciyyələnən inkişaf mərhələsinə nail olmaqdır. 2020-ci ildə Azərbaycan iqtisadi və siyasi cəhətdən inkişaf etmiş, rəqabətqabiliyyətli ölkə olacaqdır. Azərbaycanın ən ucqar kəndlərində belə, vətəndaşların rahat gündəlik həyatı üçün lazım olan bütün kommunikasiyalar (rabitə, internet, bank xidmətləri, kommunal xidmətlər, yollar və sair), səhiyyə və təhsil xidmətləri təmin ediləcəkdir.

Azərbaycan əhalinin gəlirlərinin yüksək, işsizlik səviyyəsinin minimum həddə olduğu, inkişaf etmiş insan kapitalına, mühafizə edilən, sağlam ətraf mühitə və hər bir vətəndaşı üçün geniş imkanlara malik məkan olacaqdır. Konsepsiyada nəzərdə tutulmuş tədbirlərin icrası nəticəsində dövrün sonuna ölkədə adambaşına düşən ÜDM-in həcmi iki dəfə artaraq 13000 ABŞ dollarına çatacaqdır.

2020-ci ilədək Azərbaycanın Dünya Bankının adambaşına düşən Ümumi Milli Gəlir təsnifatına görə “yuxarı orta gəlirli ölkələr” arasında tam hüquqlu ölkə olması və hazırda bu qrup ölkələr sırasında yer almanın əsas səbəbi olan karbohidrogen ixracından asılılığın aradan qaldırılması, habelə BMT-nin İnkişaf Proqramının İnsan İnkişafı ilə bağlı təsnifatına əsasən “yüksək insan inkişafı” ölkələri qrupunda yuxarı sıralara yüksəlməsi hədəflənir.

Azərbaycan Respublikasının iqtisadi inkişaf baxımından regionun lider dövlətindən beynəlxalq iqtisadi münasibətlər sistemində yüksək rəqabətqabiliyyətli iştirakçı statusuna yüksəlməsi reallaşdırılacaqdır. Bu məqsədlə

ölkənin əlverişli coğrafi mövqeyi, geniş potensialı nəzərə alınaraq, ölkənin regionun ticarət mərkəzinə çevrilməsi, qeyri-neft sektoru üzrə adambaşına düşən ixrac həcmnin 1000 ABŞ dollarına çatdırılması planlaşdırılır. Göstərilən məqsədə çatmaq üçün bazar iqtisadiyyatı şəraitində sağlam rəqabəti təmin edən səmərəli dövlət tənzimləməsi, enerjiden səmərəli istifadə edən və yüksək əlavə dəyər yaradan ixrac yönümlü iqtisadiyyata transformasiya və sosial iqtisadi sahələrin inkişafına kompleks yanaşma prinsipləri əsas tutulacaqdır.

Konsepsiya çərçivəsində istehsal amillərinin ümumi məhsuldarlığının artımı nəticəsində ölkə iqtisadiyyatının səmərəliliyə əsaslanan iqtisadiyyata çevrilməsi və innovasiyaların üstünlüyü ilə səciyyələndirilən mərhələyə keçidin təmin olunması hədəflənir.

İqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətinin artırılması makroiqtisadi sabitliyin qorunması, monetar və fiskal siyasətin koordinasiyasının gücləndirilməsi, biznes mühitinin yaxşılaşdırılması və özəl təşəbbüsün dəstəklənməsi, maliyyə xidmətləri bazarının inkişaf etdirilməsi, xarici ticarət və investisiya siyasətinin təkmilləşdirilməsi kimi istiqamətləri özündə cəmləşdirir. Bu dövrdə inflyasiyanın məqbul səviyyədə saxlanılması, daha çevik məzənnə rejiminə tədrici keçid nəzərdə tutulur.

Eyni zamanda, məqsədyönlü şəkildə iqtisadiyyatın strukturunu təkmilləşdirilməsi tədbirləri həyata keçiriləcəkdir. Neft-qaz sektoru və neft-kimyə sənayesinin modernləşdirilməsi, qeyri-neft sənayesinin şaxələndirilməsi və inkişaf etdirilməsi, alternativ və bərpa olunan enerji mənbələrindən istifadə imkanlarının genişləndirilməsi, aqrar sektorun inkişafı və ərzaq təhlükəsizliyinin gücləndirilməsi, ticarət və xidmət fəaliyyəti növlərinin genişləndirilməsi və inkişaf etdirilməsi, xarici ticarətin və investisiyaların strukturunun təkmilləşdirilməsi prioritet istiqamətlər olacaqdır. Konsepsiyanın əhatə etdiyi dövr ərzində qeyri-neft sektoru üzrə ÜDM-in orta illik real artım tempinin 7 faizdən yüksək olması nəzərdə tutulur.

Hazırkı mərhələdə qarşıda duran əsas vəzifə iqtisadiyyatın şaxələndirilməsinin sürətləndirmək, neft gəlirlərinin səviyyəsindən asılı olmayaraq

qeyri-neft sektorunun yüksək inkişaf tempini gələcək illərdə də qoruyub saxlamaq və onun ixrac imkanlarını genişləndirməkdir. “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyasında ixrac yönümlü iqtisadi model əsas götürülmüşdür və nəzərdə tutulur ki, iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi və strukturunun təkmilləşdirilməsi qeyri-neft ixracının artımına səbəb olacaqdır. Qeyri-neft sənayesinin sürətli inkişafı ilə yanaşı, innovasiya fəaliyyətinin təşviqi və genişləndirilməsi ölkədə biliyə əsaslanan iqtisadiyyatın formalaşması üçün əlverişli zəmin yaradacaqdır.

Qarşıda duran məqsədlərə çatmaq üçün ölkənin bütün imkanlarından dolğun istifadə etmək, mövcud iqtisadi, sosial, siyasi resurslardan tam səmərə ilə yararlanmaq və ölkənin potensialının gücləndirilməsinə şərait yaratmaq vacib şərtidir.

Bu baxımdan enerji, nəqliyyat, tranzit və logistika infrastrukturunun genişləndirilməsi, bölgələrə xüsusi diqqət yetirilməsi və hər bir bölgənin rəqabət üstünlükləri nəzərə alınmaqla, regional inkişaf mərkəzlərinin yaradılması, şəhər və kənd yerlərində infrastrukturun və sosial xidmətlərin inkişaf etdirilməsi, nəticədə bölgələr üzrə əhalinin yaşayış səviyyəsinin tarazlaşdırılmasına nail olunması nəzərdə tutulur.

İKT və rabitə xidmətlərindən istifadə imkanlarının genişləndirilməsi, informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının inkişafı istiqamətində etibarlı təhlükəsizlik sisteminin yaradılması, milli standartların formalaşdırılması, ölkə üzrə tam rəqəmsal yayımın tətbiq olunması və analoq yayımın dayandırılması, eləcə də “elektron hökumət” xidmətlərinin 100 faiz tətbiq edilməsi Azərbaycanda müasir idarəetmənin formalaşmasının əsas prioritetlərindən biri kimi diqqət mərkəzində olacaqdır.

İstənilən iqtisadi artımın məqsədi sosial rifahın yüksəldilməsidir. Bu baxımdan, sosial sahələrin və insan kapitalının inkişafı Konsepsiyanın əsas prioritetlərindən biridir. Təhsil və səhiyyədə keyfiyyətin yüksəldilməsi, əhalinin sosial müdafiəsinin gücləndirilməsi, gender bərabərliyinin təmin olunması və



ailənin inkişafı, gəncləri potensialının və idmanın inkişaf etdirilməsi bu prioritet çərçivəsində əsas istiqamətlərdir.

Konsepsiya çərçivəsində yoxsulluq məsələsi insan inkişafı konsepsiyası ilə bağlı müasir yanaşmalara uyğun olaraq “çoxfaktorlu yoxsulluq” anlayışı müstəvisində dəyərləndirilir. Azərbaycanda son on ildə yoxsulluğun azaldılması istiqamətində danılmaz nailiyyətlər əldə edilmişdir. Ölkəmizdə “mütləq yoxsulluq” probleminin həll edilməsi, yəni qəbul edilmiş meyarlara əsasən yoxsulluq kateqoriyasına düşən insanların və ailələrin sayının kəskin azaldılması aparılan uğurlu sosial-iqtisadi siyasətin nəticəsidir. Bu Konsepsiya çərçivəsində Azərbaycanda “mütləq yoxsulluq” problemi yenə də daim diqqət mərkəzində olacaqdır. Bununla yanaşı, ölkədə əhəlinin orta təbəqəsinin genişlənməsi, həmin təbəqənin rolunun gücləndirilməsi başlıca məqsədlərdən biridir. Dünya ölkələrinin təcrübəsi göstərir ki, orta təbəqənin güclü olduğu ölkələr həm siyasi, həm də iqtisadi, sosial və s. aspektdən daha sabit və yüksək inkişaf potensialına malik olurlar.

Əhali və onun strukturu ilə bağlı kəmiyyət və keyfiyyət göstəriciləri milli gücün əsas elementləridir və təbii ki, Azərbaycan xalqının genofondunun qorunması, miqrasiya və demografiya kimi məsələlər milli təhlükəsizlik baxımından olduqca mühümdür. Konsepsiyanın əhatə etdiyi dövrdə ölkə əhalisinin hər il orta hesabla 1,1 faiz artaraq, 2020-ci ildə təxminən 10,2 milyon nəfərə çatacağı gözlənilir. Konsepsiyada nəzərdə tutulmuş məqsədlərə çatmaq üçün qanunvericilik bazasının mütəmadi olaraq təkmilləşdirilməsi və müvafiq institusional potensialın gücləndirilməsi istiqamətində tədbirlər davam etdiriləcəkdir.

Mədəni irsin qorunub saxlanması, səmərəli idarə olunması, yeni yaradıcılıq nəticələrinin qorunması və zənginləşdirilməsi, ətraf mühit və ekologiya problemləri də Konsepsiya çərçivəsində əsas prioritet kimi qəbul edilmiş və bu sahələrdə müvafiq siyasət tədbirlərinin həyata keçiriləcəyi nəzərdə tutulmuşdur.

## Nəticə və Təkliflər

Azərbaycan iqtisadiyyatının rəqabət qabiliyyətliliyinin artırılması və gücləndirilməsi üçün həyata keçirilmiş tədbirlər həyata keçirilir.

Sahibkarlığa dövlət himayəsinin sistemli şəkildə həyata keçirilməsi, sahibkarlara dövlət dəstəyi tədbirlərinin səmərəsinin yüksəldilməsi bu sahədə mühüm nailiyyətlərin əldə edilməsinə şərait yaratmışdır. Dövlət-sahibkar münasibətləri inkişaf etdirilmiş, sahibkarlığın dövlət tənzimlənməsi sisteminin təkmilləşdirilməsi istiqamətində əhəmiyyətli addımlar atılmışdır. Sahibkarlığın məsləhət, informasiya təminatının gücləndirilməsi, maarifləndirilməsi, gənclərin sahibkarlıq fəaliyyətinə cəlb edilməsi və işgüzar əlaqələrinin inkişafı istiqamətində mütəmadi tədbirlər həyata keçirilməkdədir. Bununla yanaşı sahibkarlığa dövlət maliyyə köməkliyi mexanizmi yaradılmış və bu mənbə hazırda kiçik və orta sahibkarların maliyyə vəsaitlərinə olan tələbatının ödənilməsinin real mənbəyi kimi çıxış edir.

Həyata keçirilmiş tədbirlər nəticəsində ölkəmizdə sahibkarlıq fəaliyyətini tənzimləyən prosedurlar və qaydalar xeyli liberallaşdırılmış, “bir pəncərə” sistemi tətbiq edilməklə biznes qeydiyyatı sistemi sadələşdirilmiş, sahibkarlar üçün biznes mühitinin əlverişliliyi səviyyəsi əhəmiyyətli dərəcədə artırılmış, sahibkarlığa, o cümlədən kiçik və orta sahibkarlığa dövlət maliyyə dəstəyi mexanizmi təkmilləşdirilmiş, idxal-ixrac üçün həyata keçirilən prosedurlar daha da sadələşdirilmiş, ölkədə ixrac rüsumları ləğv edilmiş, mənfəət vergisinin dərəcəsi 20%-ə endirilmiş, sahibkarların hüquqlarının müdafiəsinin işlək mexanizmləri yaradılmış, elektron xidmətlərin sayı əhəmiyyətli dərəcədə artırılmışdır.

Azərbaycanda sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi ilə bağlı aparılan siyasət, görülmüş işlər nüfuzlu beynəlxalq təşkilatlar tərəfindən də yüksək qiymətləndirilir. Belə ki, Davos İqtisadi Forumunun hesablamalarına görə, Azərbaycan iqtisadiyyatı rəqabətqabiliyyətliliyi üzrə dünya miqyasında 144 ölkə arasında 38-ci yerdədir və ardıcıl olaraq altıncı ildir ki, MDB ölkələri arasında birincidir. “Doing Business

2015” hesabatında isə Azərbaycan 189 ölkə arasında 80-cı yerə yüksəlmişdir.

Ölkədə sahibkarlıq fəaliyyəti sferasına aid olan qanunvericilik bazası innovativ inkişaf dövrünün tələbinə uyğun olaraq daima yenilənmişdir.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin qanunvericilik təşəbbüsü ilə 2015-ci il 20 oktyabr tarixində “Sahibkarlıq sahəsində aparılan yoxlamaların dayandırılması haqqında” Qanunu Azərbaycan Respublikasının Milli Məclisi tərəfindən qəbul olunmuşdur. Qanunda 1 noyabr tarixindən etibarən sahibkarlıq sahəsində aparılan yoxlamaların 2 il müddətinə dayandırılması nəzərdə tutulmuşdur. Qəbul olunmuş qanun ölkədə sahibkarlığın, o cümlədən kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına təkan verəcək, qanunsuz müdaxilələrin aradan qaldırılmasına xidmət edəcəkdir.

Qeyd edilən istiqamətlərdə həyata keçirilən islahatların davamı olaraq Azərbaycan Respublikasının Prezidenti tərəfindən “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 tarixli Fərman imzalanmışdır. Fərmana uyğun olaraq, hazırda lisenziya tələb olunan fəaliyyət növlərinin sayının minimuma endirilməsi qeyd olunmuş və sahibkarlıq fəaliyyətinin xüsusi razılıq (lisenziya) tələb olunan bütün növləri üzrə xüsusi razılıq (lisenziya) verilməsi üçün vahid orqan “ASAN xidmət” mərkəzləri ilə Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyi müəyyən edilmişdir.

Sahibkarlığın inkişafı davamlı inkişaf strategiyasının məqsədlərinin reallaşması baxımından həyata keçirilən dövlət siyasətinin aparıcı istiqamətlərindən birini təşkil etməkdədir ki, bu siyasət iqtisadiyyatın bütün sahələrində, xüsusilə prioritet inkişaf sahələrində işgüzar fəaliyyət üçün normativ-hüquqi, təşkilati və maliyyə təminatı səviyyəsinin yüksəldilməsinə yönəldilmişdir. Hazırkı mərhələdə qarşıda duran əsas vəzifə iqtisadiyyatın şaxələndirilməsini sürətləndirmək, neft gəlirlərinin səviyyəsindən asılı olmayaraq qeyri-neft sektorunun yüksək inkişaf tempini gələcək illərdə də qoruyub saxlamaq və onun ixrac imkanlarını genişləndirməkdir. “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyasında ixrac yönümlü iqtisadi model əsas götürülmüşdür və nəzərdə

tutulur ki, iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi və strukturunun təkmilləşdirilməsi qeyri-neft ixracının artımına səbəb olacaqdır. Qeyri-neft sənayesinin sürətli inkişafı ilə yanaşı, innovasiya fəaliyyətinin təşviqi və genişləndirilməsi ölkədə biliyə əsaslanan iqtisadiyyatın formalaşması üçün əlverişli zəmin yaradacaqdır.

## İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. “Competitive Strategy” Michael E. Porter. June-1998
2. Stiglitz, Joseph. 2002 (or 2003). “Globalization and Its Discontents”. New York: W.W. Norton & Company
3. Cline, William R. “Can the East Asian Model of Development be Generalized?”. *World Development*. Vol.10 No.2. 1982.
4. European Bank. "Strategy for Azerbaijan 2010-2013". *Document of the European Bank for Reconstruction and Development*. EBRD. 2010.
5. Hübner, Gerald. “Foreign Direct Investment in Azerbaijan-the Quality of Quantity”. *Caucasus Analytical Digest*. (No.28). 2011.6.21
6. International Crisis Group. “Armenia and Azerbaijan: Preventing War”. *Europe Briefing*. No.6. 2011.2.8.
7. Sachs, Jeffrey & Andrew Warner. "Sources of Slow Growth in African Economies". *Journal of African Economies* Vol. 6. 1997.
8. Sagheb, Nasser and Javadi, Masoud. “Azerbaijan’s ‘Contract of the Century’, finally signed with western oil consortium”. *Azerbaijan International*. Winter. 1994.
9. Tom Farle and Josaphat Kweka. "Institutional Best Practices for Special Economic Zones : An Applications to Tanzania". *Policy Note No. 25*. The World Bank. 2011.8.
10. TRACECA Investment Forum. “RAIL TRADE AND TRANSPORT FACILITATION PROJECT : REPUBLIC OF AZERBAIJAN”. *TRACECA Investment Forum*. Brussels. 2012.2.28.
11. Wright, George E. "Accelerating Non-Oil diversification for Azerbaijan - A Policy Dilemma". *IREX Scholar Research Brief*. 2011.
12. Valiyev, Vilayat. "Socio-economic Development of Azerbaijan Republic in 20 Years: Accomplishments and Prospects". *MIMEO*. 2012.

13. European Commission(Or EUROPA) *ENP Country Progress Report 2009 – Azerbaijan*. 2010.5.12.
14. Gerschenkron, Alexander. *Economic Backwardness in Historical Perspective*. Massachusetts: Belknap, 1966.
15. Heydarov, T. v & T. Bagiyev(eds.). *Azerbaijan : 100 Questions Answered*. Baku: CBS. 2008.
16. IMF. *IMF report on the review of Azerbaijan's conformity with Article VI consultation with the Republic of Azerbaijan*. 2010.5.13.
17. IMF. *Republic of Azerbaijan, IMF Country Report No.12/5*. 2012.1.18.
18. IMF. *World Economic Outlook*. 2012.7.16.
19. IBRD / World Bank. *Connecting to Compete 2012 : Trade Logistics in the Global Economy*. 2012.
20. Jim O gara, *The Role of Infrastructure in SEZ*. International Free Zone Conference. New Delhi. 2004.4.
21. KIEP. *Regional Economic Focus*. 2007.4.24.
22. North, Douglass C. *Structure and Change in Economic History*. New York: W. W. Norton. 1981.
23. Rabobank. *Rabobank Country Report – Azerbaijan*. 2012.1
24. SaemangeumGunsan Free Economy Zone Authority. *INVEST in SGFEZ,KOREA*.
25. Shahin Mustafayev(Minister of Economic Development). *National socio-economic development model*.
26. Sumgait Chemical Industrial Park. Catalog. 2012.
27. Tamiz Shahar Joint Stock Company. Catalog. 2012.
28. The multi-donor investment climate advisory service of the World Bank Group. *Special Economic Zones-Performance, lessons learned, and implications for zoneDevelopment*. 2008.4.
29. Thomas farole, Gokhan Akince Ed. *Specila Economic Zones- Progress, Emerging Challenges, and Future Directions*. Wold Bank. 2011.
30. UNCTAD, *World Investment Report 2011*. 2011.

31. UNCTAD. *World Investment Report 2012*. 2012.
32. UNIDO. Europe and Central Asia Regional Conference on Industrial Park. 2012.
33. World Bank. *The East Asian Miracle: Economic Growth and Public Policy*. Oxford University Press. 1993.
34. World Bank. *Azerbaijan Country Economic Memorandum A New Silk Road: Export-led Diversification*, 2009.
35. World Bank. *Doing Business 2009*. 2008.
36. World Economic Forum. *Arab World Competitiveness Report 2007*. 2007. p122
37. Wright, George E. "Accelerating Non-Oil diversification for Azerbaijan - A Policy Dilemma", IREX Scholar Research Brief, 2011.
38. Azərbaycanca Xüsusi İqtisadi Zonalar (XIZ) və Sənaye Parklarının (SP) inkişafı layihəsi 2013 Aprel. Koreya Beynəlxalq Əməkdaşlıq agentı və Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyinin birgə işi
39. Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” inkişaf konsepsiyası
40. Мировая экономика. Учебник. Под ред. А.С. Булатова. Изд. «Юрист». М., 2002.
41. Krugman, Paul, and Obstfeld, Maurice and MelitzMarc J.. 2012. “International Economics: Theory and Policy”. Addison Welsey
42. Chang, Ha-Joon. 2002. “Kicking Away the Ladder: Development Strategy in Historical Perspective”. London: Anthem Press
43. TREND news Agency
44. <http://abc.az/eng/news>
45. <http://www.azembassy.co.kr>
46. <http://aze.mofat.go.kr>
47. <http://azpromo.az/AboutMission.html>
48. [www.azstat.org](http://www.azstat.org)
49. [www.bjfez.go.kr](http://www.bjfez.go.kr)
50. <http://caf.kiep.go.kr/>

51. <https://www.cia.gov/library/publications>
52. <http://eiti.org>
53. <http://english.exportal.or.kr>
54. [www.ftz.go.kr](http://www.ftz.go.kr)
55. [www.ftz.go.kr/gunsan](http://www.ftz.go.kr/gunsan)
56. <http://global.korcham.net>
57. [www.ifez.go.kr](http://www.ifez.go.kr)
58. <http://www.invest.gov.tr>
59. <http://www.investingeorgia.org/>
60. [http://www.isocarp.net/Data/case\\_studies/793.pdf](http://www.isocarp.net/Data/case_studies/793.pdf)
61. [Kotra.or.kr](http://Kotra.or.kr)
62. <http://missiontoeu.mofat.go.kr>
63. [www.sgfez.go.kr](http://www.sgfez.go.kr)
64. [www.traceca-org.org](http://www.traceca-org.org)
65. <http://www.unece.org>
66. <http://www.economy.gov.az>
67. <http://www.atlconsultig.az>



## **Resume**

The main aim of dissertation is to find out basic characteristics of competitive environment in Azerbaijan and to define its strategy of competitiveness in the globalisation of world economy.

At the same time statistic numbers of Azerbaijan while cooperating with world countries is analyzed and its role and importance place in the world economy is found out.

The paper defines the establishment of competitive environment and its effects on economic upgrowth and its results.

Recent works on development of business field, establishment of SEZs (Special Economic Zones) and IPs (Industrial Parks) in Azerbaijan was studied and investigated and results were shared in the paper.

**Keywords:** world economy, strategy of competitiveness, SEZs (Special Economic Zones), IPs (Industrial Parks), business, income, export, import, unfair competitiveness

## РЕЗЮМЕ

Основная цель диссертации определить основные черты конкурентной среды в Азербайджане и определить конкурентную стратегию страны в условиях глобализации мировых производственных связей.

В то же время предполагается определение места и роли нашей страны в мировых производственных связях по экономическим статистическим результатам (ввоз и вывоз).

В статье проанализировано и определено влияние конкурентной среды в микро и макро уровнях на экономический подъём.

Также исследованы будущие перспективы и результаты проведенных в последнее время таких программ, как расширение и развитие предпринимательства, создание индустриальных парков и Внешних Экономических Зон.

Ключевые слова: мировое производство, конкурентная стратегия, Внешние Экономические Зоны, железнодорожные линии, международные перевозки, индустриальные парки, ввоз, вывоз, циркуляция торговли, сравнительные преимущества, абсолютные преимущества

## Referat

Müasir qloballaşan iqtisadiyyatda dünya ölkələri arasında gedən sürətli inteqrasiya prosesi zamanı dünya təsərrüfatında Azərbaycanın rolunun və rəqabət strategiyasının müəyyən olunması zəruridir. Həm iqtisadi, həm sosial anlamda ölkəmizin dünyanın inkişaf tsiklində özünəməxsus yeri danılmazdır. Hazırda ölkəmizin dünya təsərrüfat sistemində inteqrasiya olduğu dövrdə sənaye sahəsinin inkişaf etdirilməsi, onun ixrac imkanlarını tədqiq edilməsi daha aktual əhəmiyyət kəsb edir.

Onu da qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycanın qarşısında duran, azad bazar iqtisadiyyatını hədəfləmiş iqtisadi transformasiyanın məqsədləri var. Ancaq, istənilən halda hədəfin xüsusi mülkiyyətə əsaslanan azad bazar olduğu aydındır. Lakin bazarın mövcudluğu onun mükəmməl fəaliyyətindən xəbər vermir. Bazarın özünün daxili "oyun qaydaları" mövcuddur. Məhz təşəkkül tapmış azad bazar şəraitində dövlətin ən əsas vəzifəsi də ədalətli oyun qaydalarının müəyyən edilməsi və bu qaydalara əməl olunmasına nəzarəti həyata keçirməkdir. Adam Smitin "görünməz əl" nəzəri konsepsiyasında da bu öz əksini tapır. Bu qaydaların əsas ünsürü kimi isə rəqabət mühiti çıxış edir. Məhz rəqabət mühiti formalaşmış bazarın real simasını özündə əks etdirir. Belə ki, rəqabət mühiti yalnız mövcud olan hüquqi əsasları deyil, həm də bazar iştirakçılarının rəsmi və qeyri-rəsmi davranış ünsürlərini özündə birləşdirərək formalaşmış bazar mühitini özündə təcəssüm etdirir. Burada qlobal məqsəd Azərbaycanın dövlət müstəqilliyinin hazırkı mərhələsində rəqabət mühitinin sağlamlaşdırılmasına nail olub respublikamızın siyasi müstəqilliyini beynəlxalq səviyyədə möhkəmləndirməkdən ibarətdir.

Sahibkarlığa dövlət himayəsinin sistemli şəkildə həyata keçirilməsi, sahibkarlara dövlət dəstəyi tədbirlərinin səmərəsinin yüksəldilməsi bu sahədə mühüm nailiyyətlərin əldə edilməsinə şərait yaratmışdır. Dövlət-sahibkar münasibətləri inkişaf etdirilmiş, sahibkarlığın dövlət tənzimlənməsi sisteminin təkmilləşdirilməsi istiqamətində əhəmiyyətli addımlar atılmışdır. Sahibkarlığın

məsləhət, informasiya təminatının gücləndirilməsi, maarifləndirilməsi, gənclərin sahibkarlıq fəaliyyətinə cəlb edilməsi və işgüzar əlaqələrinin inkişafı istiqamətində mütəmadi tədbirlər həyata keçirilməkdədir. Bununla yanaşı sahibkarlığa dövlət maliyyə köməkliliyi mexanizmi yaradılmış və bu mənbə hazırda kiçik və orta sahibkarların maliyyə vəsaitlərinə olan tələbatının ödənilməsinin real mənbəyi kimi çıxış edir.

Həyata keçirilmiş tədbirlər nəticəsində ölkəmizdə sahibkarlıq fəaliyyətini tənzimləyən prosedurlar və qaydalar xeyli liberallaşdırılmış, “bir pəncərə” sistemi tətbiq edilməklə biznes qeydiyyatı sistemi sadələşdirilmiş, sahibkarlar üçün biznes mühitinin əlverişliliyi səviyyəsi əhəmiyyətli dərəcədə artırılmış, sahibkarlığa, o cümlədən kiçik və orta sahibkarlığa dövlət maliyyə dəstəyi mexanizmi təkmilləşdirilmiş, idxal-ixrac üçün həyata keçirilən prosedurlar daha da sadələşdirilmiş, ölkədə ixrac rüsumları ləğv edilmiş, mənfəət vergisinin dərəcəsi 20%-ə endirilmiş, sahibkarların hüquqlarının müdafiəsinin işlək mexanizmləri yaradılmış, elektron xidmətlərin sayı əhəmiyyətli dərəcədə artırılmışdır.

Azərbaycanda sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi ilə bağlı aparılan siyasət, görülmüş işlər nüfuzlu beynəlxalq təşkilatlar tərəfindən də yüksək qiymətləndirilir. Belə ki, Davos İqtisadi Forumunun hesablamalarına görə, Azərbaycan iqtisadiyyatı rəqabətqabiliyyətliliyi üzrə dünya miqyasında 144 ölkə arasında 38-ci yerdədir və ardıcıl olaraq altıncı ildir ki, MDB ölkələri arasında birincidir. “Doing Business 2015” hesabatında isə Azərbaycan 189 ölkə arasında 80-cı yerə yüksəlmişdir.

Ölkədə sahibkarlıq fəaliyyəti sferasına aid olan qanunvericilik bazası innovativ inkişaf dövrünün tələbinə uyğun olaraq daima yenilənmişdir.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin qanunvericilik təşəbbüsü ilə 2015-ci il 20 oktyabr tarixində “Sahibkarlıq sahəsində aparılan yoxlamaların dayandırılması haqqında” Qanunu Azərbaycan Respublikasının Milli Məclisi tərəfindən qəbul olunmuşdur. Qanunda 1 noyabr tarixindən etibarən sahibkarlıq sahəsində aparılan yoxlamaların 2 il müddətinə dayandırılması nəzərdə tutulmuşdur. Qəbul olunmuş qanun ölkədə sahibkarlığın, o cümlədən kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına təkan verəcək, qanunsuz müdaxilələrin aradan qaldırılmasına xidmət edəcəkdir.

Qeyd edilən istiqamətlərdə həyata keçirilən islahatların davamı olaraq Azərbaycan Respublikasının Prezidenti tərəfindən “Sahibkarlıq fəaliyyətinin xüsusi razılıq (lisenziya) tələb olunan ı ı sayının azaldılması, xüsusi razılıq (lisenziya) verilməsi prosedurlarının sadələşdirilməsi və şəffaflığının təmin edilməsi haqqında” 19 oktyabr 2015-ci il tarixli Fərman imzalanmışdır. Fərmana uyğun olaraq, hazırda lisenziya tələb olunan fəaliyyət növlərinin sayının minimuma endirilməsi qeyd olunmuş və sahibkarlıq fəaliyyətinin xüsusi razılıq (lisenziya) tələb olunan bütün növləri üzrə xüsusi razılıq (lisenziya) verilməsi üçün vahid orqan “ASAN xidmət” mərkəzləri ilə Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyi müəyyən edilmişdir.