

Dünya təsərrüfatının qloballaşması

2008

Fəsil I

QLOBAL DÜNYA TƏSƏRRÜFATININ FORMALAŞMASI: ANLAYIŞI, SƏBƏBLƏRİ, APARICI QÜVVƏLƏRİ

1.1. DÜNYA İQTİSADİYYATININ QLOBALLAŞMASI ANLAYIŞI

XX əsrin 80-ci illərin sonu – 90-cı illərin əvvəllərində dünya təsərrüfatının qloballaşması elm sahəsində geniş şəkildə istifadəsi başlanmış, nisbətən yeni anlayış olmuşdur. Bu dövrə qədər "qloballaşma" termini əsasən müasir iqtisadiyyatda mövcud olan konkret, xüsusi hadisənin göstərilməsi üçün istifadə edilmişdir. Yəni bu - iri beynəlxalq şirkətlərin məhsulunun satılması üçün bazarların və buna müvafiq olan korporativ strategiyanın birləşməsidir, hansı ki istənilən bir milli yaxud beynəlxalq bazarın mənimsənilməsinə yox, məhz qlobal miqyasda fəaliyyət göstərən bütün bazarlarda hərəkət etməyə istiqamət götürmüşlər. Belə ki, bu terminin 20 il bundan qabaq istifadə etmiş ilk müəllif amerikalı T.Levitt olmuşdur. 1983-cü ildə "Harvard biznes revyu"da çap olunmuş məqaləsində o iri transmilli korporasiyalar (TMK) tərəfindən istehsal edilən ayrı-ayrı məhsulların satılması üçün fəaliyyət göstərən bazarların birləşməsi fikritni səsləndirmişdir.

1980-1990-cı illərin başlanğıcında "qloballaşma" anlayışı artıq yeni məna kəsb etməyə başlayır: bu terminin geniş şəkildə yayılmasına müvəffəq olan yapon mənşəyli məşhur amerika iqtisadçısı K.Omedən ("Sərhədsiz dünya" kitabı, 1990) sonra onu dünya təsərrüfatının inkişafını səciyyələndirən keyfiyyətə yeni cəhət və xüsusiyyətlərini, təkamülünün əvvəlki mərhələlərindən fərqlənən müasir şəraitini göstərmək üçün istifadə etmişlər. Tədqiqat obyektini nisbətən yeni səciyyə

daşması (1990-cı illərin əvvəlindən 10 ildən bir qədər çox vaxt keçmişdir) və dünya iqtisadiyyatında baş verən proseslərin mürəkkəb və kompleks xarakter alması dünya iqtisadiyyatının qloballaşması proseslərinin müəyyən edilməsi və dəyişməz halda, anlanılmasını nəzərə çarpacaq dərəcədə gerçəkləşməsinə gətirib çıxartmamışdır. Qloballaşmaya dair müxtəlif fikirlər, onun ayrı-ayrı tərifləri, bu anlayışın yozulması və onun zaman baxımından hüdudları hələ ki qüvvədə qalmaqdadır. Misal üçün, belə fikirlərlə rastlaşmaq olar ki, qloballaşma prosesləri artıq antik dövrdən başlayır, ya da ilk dünya bazarları və bütöv dünya təsərrüfatının yaranması dövrünə təsadüf edir. Milli siyasi konyunktura mərkəzinin direktoru V.Fyodorov hesab edir ki, ümumbəşər tarixi proses olaraq qloballaşma XVIII əsrdə yaranmağa başlayır. Lakin belə izahı verilən qloballaşma istər-istəməz təsərrüfat həyatının beynəlmilləşdirilmə prosesləri ilə eyniləşdirilir.

Mövqeyimiz ondan ibarətdir ki, dünya iqtisadiyyatının qloballaşması – təsərrüfat həyatının müasir ümumdünya beynəlmilləşdirmə mərhələsidir. Dünya təsərrüfatı onun hüdudları çərçivəsində əvvəllər həlli olmayan keyfiyyətə yeni inkişaf xüsusiyyətləri və göstəricilərinə malik olur. Diqqəti nəzərə çarpan belə göstəricilər sırasında dünya təsərrüfatının güclənmiş bütövlüyü və praktiki olaraq bütün dünya ölkələrinin iqtisadiyyatlarının artan qarşılıqlı asılılığını, əvvəllər qapalı olan ölkələrin beynəlxalq iqtisadi münasibətlərə cəlb olunmasını, həmişə ardıcıl xarakterə malik olmasa belə dünyanın iqtisadi homogenizasiyasına (oxşarlığın güclənməsi, təsərrüfatçılıq sistemlərinin və formalarının oxşarlığı) meylini, qlobal əmtəə və xüsusilə maliyyə bazarlarının formalaşmasını göstərmək olar. ¹Professor Y.V.Şişkovun məxsus bədii şəkildə ifadə etdiyi fikrinə görə, az-çox iqtisadi sistemə oxşayan təsərrüfat bütün dünyanın vahid iqtisadi orqanizminə çevrilməyə başlamışdır. Onun möhkəmlənməsi nə-

¹ Вах: Русский предприниматель. 2002. Январь. с.28

inki adi beynəlxalq əmək bölgüsü və həmçinin, nəhəng beynəlxalq, əksər hallarda ümumdünya istehsal-satış strukturları, qlobal maliyyə sistemi və ümumbəşər informasiya şəbəkəsi ilə də bağlıdır. Məhsuldar qüvvələrin ərazi baxımdan yerləşməsi, istehsal, satış və investisiyaların sahələr üzrə strukturu qlobal konyukturanın nəzərə alınması şərtilə təsərrüfat həyatının subyektiləri tərəfindən müəyyən edilir, iqtisadi yüksəlişə, yaxud tənəzzül ümumbəşər miqyas alır. Prof. V.P.Kolesovun redaktəsi ilə "Dünya təsərrüfatının qloballaşması və Rusiyanın yeri" adlı monoqrafiyada təsdiqlənilir ki, "qloballaşmanın mahiyyəti məhz beynəlmilləşdirilmənin ümumbəşər miqyas almasında əks olunur" (2002, s.7.)

Beynəlxalq Valyuta Fondunun (BVF) ekspertləri dünya təsərrüfatında baş verən qloballaşmanı "dünya kapitalının axını, xidmət və məhsullarla bağlı beynəlxalq sövdələşmələrin rəngarəngliyi və həcmnin artması nəticəsində dünyanın bütün ölkələrinin qarşılıqlı şəkildə artan iqtisadi asılılığı və həmçinin, texnologiyaların daha sürətli və geniş diffuziyası" kimi izah edirlər,¹ qiymətləndirirlər. Həmin mövqə BVF tərəfindən dərc olunmuş son məruzələrindən birində öz məntiqi davamını tapmışdır: "Qloballaşma nədir? Xüsusilə xarici ticarət və maliyyə axınlarının vasitəsi ilə dünyada mövcud olan milli iqtisadiyyatların güclənməkdə olan güclü yaxınlaşması bu anlayışın iqtisadi mənasını ifadə edir. Bəzi hallarda isə böyük həcmdə işçi qüvvəsi, bilik və texnologiyaların milli hüdudlardan axıb keçməsinə nəzərdə tutur. Qloballaşmada heç bir qeyri-adilik yoxdur. Əsrlər boyu hər bir iqtisadi səviyyədə (kənd bazarında, şəhər sənayesində, ticarətdə, mərkəzi fond birjasında) fəaliyyət göstərən o bazar qüvvələri olmuşdur. Hansı ki, öz təsirini milli hüdudlardan ötürüb keçirtmişdir"²

¹ ИМФ Аннуал /Репорт 1998/Тщє Глобал Есономй маин Девелопменте ин тще World Economy. 1998. Oct.15. – <http://www.imf.org>

² Making the Qlobal Economy Work for All. IMF Annual Report 2000. Wash., 2000.P.234

Dünya təsərrüfatının yenidən xarakterizə edilməsi və qloballaşma proseslərinin əyani şəkildə təsvir edilməsi professor A.Katsoviç tərəfindən təklif edilir. Onun fikrincə, "qloballaşma sərhədlər üzərindən keçən iqtisadi, siyasi, sosial və mədəni əlaqələrin intensivləşdirilməsi kimi müəyyən oluna bilər. Qloballaşma dünyanı vahid və yüksək dərəcədə rəqabətli bazara çevirən azad ticarət haqqında razılaşmaların, internetin və maliyyə bazarları birliyinin uyğunlaşdırılmasıdır".¹³

Dünya sossiumu və dünya təsərrüfatının müasir vəziyyəti haqqında Dünya Bankının prezidenti C.Vulfenson tərəfindən söylənilmiş mülahizələr bu dərəcə vəsaitində qloballaşma proseslərinin anlaşılmalarını bildirən mövqeyə mahiyyət etibarilə yaxındır. O yazır ki, "qloballaşma dünyanı vahid olan qlobal tamlıq vəziyyətinə çıxardır, milli və beynəlmiləl cəhətlər isə burada birləşmir. Qlobal istilənmə, QİÇS son maliyyə böhranını yada salın. Texnologiyanın sürətlə inkişaf etməsi həyat üslubumuzu və biznes aparılması üslubunu dəyişdirir. Fərdi sektorun misli görünməmiş inkişafı müşahidə edilir. Belə ki, hal-hazırda inkişaf edən ölkələrə yönəlmiş fərdi maliyyə axınları bu ölkələrə qərb hökumətləri tərəfindən göndərilən maliyyə vəsaitlərinə ən azı beş dəfə çoxdur. Kəsib ölkələrdə sürətlə urbanizasiya prosesi baş verir, vətəndaş cəmiyyəti yaranır, demokratiya inkişaf edir və hakimiyyət mərkəzdən yerli idarəetmə səviyyəsinə keçir. Həmin meyllərdən faydalanan ölkələr böyük irəliləyişə nail ola bilərlər. İnteqrasiyadan kənarda qalan ölkələr isə deqradasiyaya uğrayacaq. Digər ölkələrlə müqasibədə onların bərabərsizliyi kəskinləşəcək, geridə qalmaları isə artacaqdır"²

Tez-tez qeyd olunur ki, milli iqtisadiyyatların qarşılıqlı iqtisadi əlaqələrini daha çox gözə çarpan gücləndirmiş amil-

¹ Kacovicz A.Regionalization, Qlobalization and Nationalism// Alternatives. 1999.N4.P.529

² Parthnership for Development: the World Bank 2000.Wash., 2000.P.208

lərdən biri və eyni zamanda qloballaşma prosesini ifadə etmiş onun atributu qlobal maliyyə bazarının formalaşmasıdır. Onun mövcudluğu mühiti dünyanın praktiki olaraq istənilən nöqtəsində yerləşən maliyyə müəssisəsinə arzu edilən məbləğin göz qırpımında ötürmək imkanlarını yaratmış qlobal informasiya məkanı və qlobal informasiya şəbəkələri olmuşdur. Qlobal maliyyə bazarı çərçivəsində milli bazarlardan üstün olan bazarların (avropa bazarlarının) və eyni zamanda ofşor maliyyə bazarlarının rolu və əhəmiyyəti artır. Qloballaşma zamanı real istehsal ilə əksər hallarda zəif, yaxud qətiyyənlə bağlı olmayan maliyyə kapitalının ölkələrarası dövran etməsinin sürəti və həcmi artır², maliyyə bazarlarında böhranlı hadisələrin yaranması isə ona xeyli ziyan vurulmasına səbəb olur. Dünya təsərrüfatında baş verən köklü dəyişikliklər daha aydın şəkildə maliyyənin qloballaşmasında təzahür edir, məhz milli iqtisadiyyatın sərhədlərini dağıdan əsas amil maliyyə kapitalıdır".¹

Dünya iqtisadiyyatının yeni planetar vəhdət kimi əks olunması qloballaşma ilə bağlı yeni "meqaiqtisadiyyat"

² "Harvard biznes revyu"nun hesablamalarına görə hal-hazırda dünya iqtisadiyyatının real sektorunda dövr edən hər bir dollarına maliyyə sahəsinin 50 dolları miqdarında olan məbləğ düşür. Dünya bazarının təkrar qiymətli kağızlarının ümumi həcmi 100 trilyon dollara yaxınlaşmış, maliyyə transsəhmlərinin illik dövriyyəsi isə yarımkvadrillin dollara çatmışdır (bax: МЭ и МО. 1999. №6, s.57). 1990-cı illərin sonunda dünyada valyuta ehtiyatlarının dövr etdiyi ümumi məbləğin 1-2% ticarət və birbaşa xarici investisiyalarla bağlı olmuş, onun 98-99% isə spekulyasiya və qisamüddətli kapital qoyuluşunun üzərinə düşürdü.. Əgər 1970 ildə dünyanın rəsmi valyuta ehtiyatları valyuta bazarlarında pul dövriyyəsinin ümumi həcmnin 10-15%-ni təşkil edərdisə, 1990 illərin sonunda həmin göstərici artıq 1%-dən az olmuşdur. (bax:Qupta S. The Polinikal Economy of Qlobalization. Boston, 1997. P.17; World Bank. World Development Report. 1999/2000. P.269. – <http://www.worlbank.org>).

¹ Marshall D. Understanding Late-twentieth Century Capitalism: Reassessing the Qlobalization Theme//Qovernment and Opposition. Vol. 31.№2.P.208

(mikro-, mezo-, və makroiqtisadiyyatdan fərqlənən) terminin yaranmasına səbəb olmuşdur. Belə ki, "Dünya iqtisadiyyatı" dərsliyinin müəllifləri hesab edirlər ki, "hər biri özünü tənzi-metmə mexanizminə malik olan dünyamiqyaslı qarşılıqlı əlaqə vəziyyətindəki proseslərinin kompleks şəkildə cərəyan etməsi" qloballaşma proseslərinin nəticəsi olan meqaiqtisadiyyata çevrilir. Onun meydana gəlməsi "üç əsas olan nəhəng iqtisadi-texnoloji hadisənin" təsiri nəticəsində baş verir. Bunlar: aparıcı dövlətlərin informasiya cəmiyyətinə keçidi, transmilli kapitalın yaranması və onun milli dövlətlərin tə-beliyindən çıxması, qloballaşma üçün prinsipial şəkildə yeni qloballaşma texnologiyalarının, ilk növbədə informasiya, kompüter və şəbəkə texnologiyalarının yaranmasıdır.²

Bütün formalarda mövcud olan dünya təsərrüfat əla-qələrinin intensivləşməsi və ölkələr arasındakı qarşılıqlı əlaqə və qarşılıqlı asılılığın güclənməsi kimi başa düşülən qlobal-laşma təbiət etibarilə ona görə obyektiv səciyyə daşıyır ki, o təsərrüfat həyatının transmilliləşməsi və kapital və istehsalın beynəlmilləşməsi proseslərinin inkişaf mərhələsinin nəticəsinə çevrilir. Lakin qloballaşmanın obyektiv xarakterə malik ol-ması mövqeyi digər mövqələr tərəfindən inkar edilir. Prof. Ç.Consonun (ABŞ) fikrincə: "qloballaşma - azad ticarət ola-raq" sırf amerikansayağı abstraksiyadır kimi ifadə olunaraq, həmin abstraksiya ona görə yaradılmışdır ki, hər kəs onu qa-çılmaz və qarşısızalmaz tarixi qüvvə kimi qəbul etsin, hansı ki, uyğunlaşmaq ABŞ-ın özünə çətinliklə başa gəlir ".¹

Son illər ərzində dünya təsərrüfatının görkəmi və sə-ciyyələndirilməsində baş verən dəyişikliklərin əhəmiyyətini inkar edən digər mövqələrə də rast gəlinir. Bunlara əsasən, prinsipial şəkildə heç bir yenilik baş vermir və bu səbəbdən bey-nəlmilləşmə proseslərinin keyfiyyətə yeni inkişaf mərhələsi

² Мовсесян А., Огнивцев С. Мировая экономика. М., Финансы и статистика, 2001, с.76-77

¹ Johnson Ch. Singapore Summit Could Signal End of American Empire in Asia//EIR.2000.№48.P.9

kimi çıxış edən qloballaşma haqqında fikir yürütməyin heç bir mənası yoxdur. Belə ki, BVF-nin məşhur eksperti olan V.Tanzi hesab edir ki, "müasir qloballaşma dalğasında heç bir yenilik yoxdur və keçmişdə elə mərhələlər olmuşdur ki, orada kapital və əmtəə axını sürətlə artmış və ÜDM indiki kimi yüksək dərəcə səviyyəsinə malik olmuşdur".²

Bu mənada V.Tanzinin mövqeyi həmvətənlimiz olan akademik N.Simoniyanın fikrinə daha yaxındır. N.Simoniya hesab edir ki, "yer əhalisinin ən azı dördüdə üçündə qloballaşma haqqında ümumiyyətlə təsəvvür belə yoxdur".³

Bu dərs vəsaitində dünyanın əmtəə və maliyyə bazarları, beynəlxalq iqtisadi təşkilatlar, qloballaşmanın dünya ölkələri və bölgələrinə təsir etməsi haqqında göstərilmiş materiallar ondan xəbər verir ki, dünya təsərrüfatının əvvəlki inkişaf mərhələlərindən fərqli olaraq indiki zamanda onun keyfiyyətcə yeni cəhətləri meydana gəlmiş və buna görə də, beynəlmilləşmə proseslərinin müasir inkişaf mərhələsi kimi çıxış edən qloballaşmanın ayırd edilməsi bütövlükdə doğrudur.

Kompleks xarakter daşıyan və istər iqtisadiyyat, istərsə də ictimai həyatın digər sahələrini əhatə edən qloballaşma onu nəinki iqtisadiyyat elminin və hətta, digər ictimai elmlərin (fəlsəfənin, sosiologiyanın, politologiyanın, mədəniyyətşünaslığın, tarixin, hüququn və d.) tədqiqat predmetinə çevirir, ona aid amillər və hərəkətverici qüvvələri isə texniki elmlər sahəsində öyrənilir. Belə ki, texniki elmlər sahəsində çalışanlar "texnoqlobalizm" və "enerqoqlobalizm" kimi anlayışları" qloballaşma amillərindən biri olan informasiya və kommunikasiya texnologiyaların inkişafı və dünyada mövcud olan informatizasiya və kompyuterləşmə proseslərini öyrənirlər. Qloballaşma anlayışına xas onun bəlli olan kompleks və çoxaspektliliyini qeyd etməklə dərs vəsaitinin müəl-

² Globalization and Future of Sosial Protection. IMF Working Paper. Wp.2000.№12.P3

³ Симония Н. Глобализация и неравномерность мирового развития// МЭ и МО. 2001. №3.с.35

lifləri onun iqtisadi aspektlərinə, dünya iqtisadiyyatının qloballaşmasına xüsusi diqqət yetirəcəklərini bəyan edirlər.

1.2. DÜNYA İQTİSADİYYATININ QLOBALLAŞMASI AMİLLƏRİ VƏ ONUN HƏRƏKƏTVERİCİ QÜVVƏLƏRİ

Qloballaşmanın aparıcı qüvvələri və qloballaşma proseslərinə təsir edən, onları bilavasitə formalaşdıran amillərin araşdırılması qloballaşmanın təhlil edilməsində növbəti məntiqi mərhələ olmalıdır. Dünya iqtisadiyyatı çərçivəsində kapitalın toplanılması və mərkəzləşməsi, iri transmilli kampaniya və maliyyə qruplarının artması və inkişafı kimi təsərrüfat həyatının transmilliləşməsi proseslərini yuxarıda göstərilənlərə aid etmək olar. Qloballaşmanı stimullaşdıran və müasir qlobal proseslərə böyük təsir göstərən böyük qüvvə nəinki milli və həmçinin, dünya miqyasında mövcud olan bazar rəqabətidir. Rəqabətin əsas vasitələri kimi xərclərin azaldılması, istehsal edilmiş məhsul və xidmətlərin keyfiyyətinin etibarilə yüksəldilməsi qloballaşmanın "mühərrikini" çevrilir.

Qloballaşmanın digər aparıcı qüvvəsi olan elmi-texniki tərəqqinin inkişafı və texnoloji innovasiyaların tərəqqisi nəqliyyat, rabitə, informasiya və telekommunikasiya sahələrində daha çox aydın hiss olunur və əmtəə, xidmət, maliyyə vəsaitləri, ideya və informasiya məhsulların sərhəddən ucuz qiymətə keçirilməsi üçün əvvəllər mövcud olmayan imkanlar yaradır. Yeni informasiya və kommunikasiya texnologilərinin meydana gəlməsi sürətlə əməliyyat apara bilən kompüter texnikası, siqnalın ötürülməsi üçün optik-simli texnologiya, peyk və mobil telefon rabitəsi, kibernetika, şəbəkə texnologiləri, rəqəmli kodlaşdırma texnologiyaları, yeni televiziya nəslə texnologiyaların, kompakt elektron qurğularının inkişafı, qlobal internet şəbəkəsinin yaradılması və digər texniki nailiyyətlərin əldə olunması ilə bağlıdır. İnformasiya və

kommunikasiya texnologiyalar sferasında yeniliklər sayəsində əldə edilmiş prinsipial yeni imkanlar qloballaşma proseslərinin inkişafını stimullaşdırmış və biliyə istinad etmiş (Knowledge-based) əsil informasiya-innovasiya inqilabı söhbət mövzusu ola bilər. Əldə edilmiş hesablama və qiymətləndirməyə əsasən son 5-10 il ərzində dünyada mövcud olan informasiyanın ümumi həcmi hər 1,5 il ərzində iki dəfə artmışdır və bunu Murun qanunu kimi qəbul etmişlər (Mur – həmin tendensiyanı ilk dəfə aşkar edən şəxsin soy adıdır).

Beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin tədqiqatçısı amerikalı alim C.Qarret dünya iqtisadiyyatında qloballaşmanın üç əsas mexanizmini fərqləndirir. Bunlar: 1)dünya iqtisadiyyatında artan rəqabət; 2) istehsal obyektlərini digər ölkələrə köçürmək sayəsində istehsalçının öz gəlirini artırmaq istəyi nəticəsində istehsalatın çoxmillətli xarakter daşmasının əmələ gəlməsi; 3) maliyyə bazarlarının beynəlxalq inteqrasiyası.

Dünya iqtisadiyyatındakı transmilliləşmə prosesləri real və maliyyə sektorlarında çalışan transmilli korporasiyaların yaradılması və fəaliyyətində öz əksini tapır. Bu qəbildən olan iqtisadi fəaliyyət subyektləri qərb iqtisadçı alimlər tərəfindən çox hallarda transmilli korporasiya ilə yanaşı, beynəlxalq, multimilli, supermilli, qlobal və d. Şəkildə adlandırılan kompaniyalar kimi göstərilir. Ona verilmiş təriflərdən birinə əsasən, transmilli korporasiya anlayışı istər yerləşdiyi ölkədə, istərsə də, bir çox xarici ölkələrdə əməliyyatlarını həyata keçirən irihəcmli maliyyə, istehsalat, elmi-texnoloji, ticarət-xidmət birliyidir. Mürəkkəb təşkilati-idarəetmə strukturuna malik olan həmin korporasiya bilavasitə istehsalat, bank, investisiya, ticarət-reklam fəaliyyətini, elmi-tədqiqat işlərinin aparılmasını, kadrların hazırlanmasını həyata keçirir.

Çoxsaylı tədqiqatçılar qeyd edir ki, hələ XIX əsrin sonlarında ilk TMK-lar əvvəlcə Britaniya imperiyası ərazisində meydana gəlmişdir. Lakin onların müasir görkəmə malik olması ancaq 1945 ildən sonra baş verir, həm də nəzərə almaq lazımdır ki, onların yayılması istər bazarın həm qeyri-mükəmməl olması, həm də siyasi zərurət ilə bağlıdır. Bu sa-

hədə ən məşhur mütəxəssislərdən biri olan R. Vernon TMK-lar tərəfindən aparılan yüksək dərəcəli fəaliyyət "məhsulun elə həyat dövrü" ilə əlaqələndirirdi ki, burada korporasiya tərəfindən müxtəlif ölkələrin texnologiyası, bilikləri və maliyyəsinin göstərilmiş çərçivədə tətbiqi həmin sahibkarlıq formasının üstünlüklərini istifadə etməyə imkan yaradırdı. UNK-TAD ekspertləri tərəfindən hazırlanmış dünya investisiyaları haqqında məruzəyə (2002) əsasən, əgər 1970 ildə dünyada 27,3 min xarici filiala malik olan cəmi 7,3 min TMK fəaliyyət göstərirdisə, artıq 2001-ci ildə onların ümumi sayı 65 min, filialların sayı isə 850 minə çatmışdır. TMK-ın xaricdə yerləşən filiallarında 54 mln. işçi çalışmış, xarici filiallar tərəfindən aparılan satışın həcmi isə dünya miqyasındakı ixracatın həcmi ilə müqayisədə iki dəfədən artıq olmuşdur. Üstəlik dünyanın ÜDM-da əsasən transmilli korporasiyalar tərəfindən bilavasitə yatırılmış xarici sərmayələrin toplanılmasındakı nisbi göstəricinin artması dünyanın birgə ÜDM-da xarici ticarətin nisbi göstəricisinin artmasını iki dəfə üstələyir. Müxtəlif hesablamalara görə, hal-hazırda dünyanın sənaye istehsalının üçdə bir hissəsindən yarıya qədər, beynəlxalq ticarətin yarısından çoxu bankının və yeni texnika, texnologiya və nou-xau üçün dünyanın patent və lisenziyalılar bankının təqribən beşdə dördü TMK-ın nəzarəti altındadır. Məhsul və xilmətlərin ölkələrarası axını yeni keyfiyyətə malik olur, yəni bu növ axının təxminən 40%-i korporasiyadaxili ticarət səciyyəsinə daşır, hansı ki, bu şirkətlərin xüsusilə sa

bit olmasına şərait yaradır. 1990-cı illərin ikinci yarısında bütün dünyada saxlanılan əmanətlərin və bütün pul istiqrazlarının həcmi 20%-25% dünyanın 10 ən iri TMK-rin maliyyə sektorunun (transmilli banklar) üzərinə düşürdü:

TMK-nın indiki fərqli cəhətləri bunlardır:

- Dünya miqyasında rəqabətin həyata keçirilməsi və bazarların planetar miqyasda anlanılması (bəzi xarici ekspertlər qlobal rəqabətin müasir mərhələsini bildir-

mək üçün "giperrəqabət" kimi yeni terminin istifadəsini təklif edirlər);

➤ dünya bazarlarının onlar kimi az olan qlobal korporasiyalar arasında bölüşdürülməsi;

➤ yeni informasiya-kommunikasiya texnologiyaları əsasında filialları tərəflən aparılan fəaliyyətin koordinasiyası, korporasiyaların strukturunun uyğunlaşması imkanları; filiallarının, zavodlarının və birgə müəssisələrinin vahid beynəlxalq idarəetmə şəbəkəsində birləşməsi;

➤ TMK-ın mövcud olduğu ölkələrdə onlara iqtisadi və siyasi təsirin göstərilməsinin həyata keçirilməsi.

Bütün bunlar transmilli korporasiyanın fəaliyyət göstərməsinin qlobal strategiyası kimi adlandırılmışdır. İndiki zamanda hər biri qismən biri, yaxud kiçik korporasiyanın inkişaf strategiyası mütləq yeni xarici bazarların mənimsənilməsinə, yaxud dünya iqtisadiyyatının digər subyektləri arasında artıq bölünmüş "özgə" bazarlara daxil olmaq, yaxud da öz bazarlarını xarici rəqiblərdən müdafiə etməsinə yönəlmiş hərəkatlərin icrasını nəzərdə tutur. Hətta yaxın keçmişdə milli hüduklar çərçivəsində özünü sərbəst hiss edən kompaniyalar indi xaricdən gəlmiş və artmaqda olan rəqabətlə daha çox rastlaşa və bunun nəticəsində dünya bazarlarında fəallaşmağa məcbur olur.

TMK-ın yayılması onların maraq və fəaliyyət dairəsinə praktiki bütün dünya ölkələrinin (eyni dərəcədə olmasa belə) daxil edilməsini və dünya təsərrüfatı çərçivəsində ölkələrarası yaxınlaşma və uzaqlaşmaya səbəb olan qüvvələrə təsir etmiş amillərin fəaliyyət göstərməsinin birmənalı şəkildə mürəkkəbləşməni bildirir. Prof.D.Marşallın (Böyük Britaniya) fikrinə görə, "gözümüz önündə" bir-biri ilə rəqabət aparən "milli kapitalizmlərin" hökmranlığı ilə səciyyələnən dünya quruluşu keçmişdə qalır, onun yerinə isə yayılması miqyası və mahiyyəti etibarilə qlobal səciyyə daşıyan transmilli kapi-

talizmin yaranmasına səbəb olmuş başqa dünya quruluşu gəlir".¹

İstənilən ölkədə mövcud olan inkişafın əsasında təbii ki daxili bazar durur (iri ölkələr burada şübhə edilməyən üstünlüklərə malikdir), lakin transmilliləşmə proseslərinin genişlənməsi nəticəsində müasir tələblərə cavab verən məhsul ilə dünya bazarına çıxmaq və orada özünə mövqə tutmaq üçün lazım olan qabiliyyət sosial-iqtisadi inkişafın əsas meyarına çevrilir. Məhz TMK-lar onlar arasındakı beynəlxalq strateji səciyyə daşıyan korporativ ittifaq – alyanslarda (müqavilələrdə) və həmçinin, TMK və ayrı-ayrı iri milli şirkətlər arasında fəal rol oynayır. Bununla əlaqədar qeyd etmək lazımdır ki, bazarın ələ alınması məqsədilə dünyanın iqtisadi həyatında iqtisadiyyat subyektlərinə məxsus olan vasitə və təcrübənin kooperasiyası həmişə mövcuddur, amma istər müxtəlif ölkələrin TMK-ı istərsə də bir millətə mənsub olan kompaniyalar həmin alyansların iştirakçısı ola bilər. Bəzi ekspertlərin məlumatına əsasən, hər bir iri transmilli şirkət orta hesabla təqribən 30-a qədər strateji istiqamət çərçivəsində tərəfdaşlıq əlaqələrini dəstəkləyir.

Müasir transmilliləşdirmə proseslərinin səciyyələndirilməsi digər tərəfdən onunla bağlıdır ki, ən iri müasir tipli TMK-lar daha çox oliqopolistik xarakter daşıyan struktur görkəmini alır. Məsələn bundadır ki, XIX əsrin sonu - XX əsrin əvvəllərində dünya iqtisadi məkanının homogenizasiyası (oxşarlığın artması) və beynəlmilləşmə prosesləri təsərrüfat subyektlərinin möhkəmlənməsi ilə müşayiət olunur və bu meyletmə ilə bağlıdır. Hal-hazırda bütün ölkələrin bazarlarında rəqabət aparən 2-3 iri kampaniya inkişaf etmiş ölkələrin hər bir sahəsində bir qayda olaraq üstünlük təşkil edir.

¹ Marshall D. Understanding Late-twentieth Century Capitalism: Reassessing the Qlobalization Theme//Qovernment and Opposition. Vol.31 №2.p195

İri TMK-ın iqtisadi qüdrəti orta səviyyəli ölkələrin ÜDM ilə müqayisə ediləsidir. Başqa sözlə desək, kapitalın torlanılması və mərkəzləşdirilməsi proseslərinin aşkar şəkildə güclənməsi dünya iqtisadiyyatının qloballaşmasına təmin atıcısı kimi çıxış edir. İnkişaf etmiş ölkələrin iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində, yəni, təyyarə istehsalı, kimya sənayesi, sığorta biznesi, bank işi, kompyuter sənayesi və digər sahələrdə son vaxtla baş vermiş iri korporasiyaların birləşməsi dalğası bunu əyani şəkildə təsdiqləyir. Keçən əsrin 90-cı illəri kompaniyaların bir-biri ilə birləşməsinin ən yüksək həddə çatmış dövrü kimi qiymətləndirilir. 1970-ci illərin sonu – 1980-ci illərin əvvəllərində kifayət qədər məşhur olan müəssisələrin optimal ölçülərinin ardıcıl şəkildə kiçilməsini nəzərdə tutmuş mikroelektronikanın sürətlə inkişaf etməsi ilə bağlı olan "miqyas uğrunda mübarizə"dən tamamilə imtina etmək baxışları hal-hazırda aktuallığının itirilməsini söyləmək olar. Hər şeyə əsasən qeyd etmək lazımdır ki, yaxın gələcəkdə oliqopolistik tipli bazar strukturları bir qayda olaraq dünya iqtisadiyyatında hökmranlıq edəcəkdir və keçmiş sosialist və inkişaf edən ölkələrin iqtisadiyyatının qloballaşmasının üzünə açdığı bazar məkanının "mənimsənilməsi" uğrunda aparılan rəqabətin iştirakçıları məhz onlar olacaqlar.

Dünyada mövcud olan birbaşa xarici investisiyaların (BXİ) böyük hissəsi təsərrüfat sübyektləri kimi fəaliyyət göstərən TMK-ın payına düşür. BXİ-in dinamikası adamı heyətləndirir; belə ki, 2002-ci il üçün dünya investisiyaları haqqında məruzədə verilmiş məlumatlara əsasən 1990-cı illərin birinci yarısında BXİ-nin dünya üzrə artımı 20%, ikinci yarısında isə 40,1% təşkil etmişdir. Dünyada əsas kapitalla yatırılmış investisiyaların ümumi həcmində BXİ-nin payı 1980-ci ildə 2,0-2,4%-dən, 1990-cı illərin sonlarında 6-8%-ə qədər artmışdır. Maliyyə sferasında transmilli təsərrüfatçılıq subyektlərinin – TTS və transmilli bankların TMB yaranması maliyyə qloballaşmasına, başqa sözlə, daha da inteqrasiyaya uğramış qlobal maliyyə bazarının formalaşmasına uyğun gəlir. Bu aşağıda göstərilən səbəblər üzündən baş verir. Birinci səbəb

onunla bağlıdır ki, maliyyə ehtiyatlarının, kreditlərin, qiymətli kağızların, maliyyənin çoxsaylı törəmə vasitələrinin, yəni, derivativlərin alqı-satqı predmeti olduğu beynəlxalq maliyyə bazarlarının əmələ gəlməsi başlayır. Həm də nəzərə almaq lazımdır ki, hələ 1960-cı illərdə yaranmış və hal-hazırda daha çox millilik cəhətlərindən uzaqlaşan, milli maliyyə qurumları tərəfindən nəzərdə saxlanılmayan kimi cəhətlərə malik olan borc kapitalının avropa bazarında (avropa valyutaları bazarında) aparılan əməliyyatların həcmi böyük sürətlə artmağa doğru gedir. Hesablamalara görə, 1990-cı illərin sonlarında həmin bazarlarda avropa valyutaları şəklində dövr edən vəsaitin miqdarı 10 trln.dollara çatmışdır.

Depozitlərində avropa valyutası yerləşdiyi banklar bu vəsaitlərlə əməliyyat aparmaları nəticəsində Avropanın borcvermə kapitalı bazarında transmilli bank əməliyyatları aparan xüsusi bank növü olan avropa bankına çevriləcəyəm. İkincisi, ən yeni informasiya – kommunikasiya texnologiyaları sayəsində (ilk növbədə inkişaf etmiş ölkələrin) maliyyə bazarları arasında olan sərhədlərin faktiki yox olması baş verir, yəni borc alan və onu verən arasında aparılan əməliyyatlarda sonuncuların milli mənsubiyyəti bir çox hallarda artıq əhəmiyyət kəsb etmir. Bunun nəticəsi olaraq milli maliyyə bazarları tədricən vahid qlobal bazar halında birləşirlər. Belə ki, hal-hazırkı dövrdə konvertasiya edilən əsas valyutaların mübadiləsi üçün valyuta bazarı praktiki olaraq bütövdür, onun müxtəlif ölkələrdə yerləşən fəaliyyət nöqtələri (London, Nyu-York, Tokio, Frankfurt və digər) bir-birinə o qədər sıx bağlıdır ki, onu tam mənada beynəlxalq, yaxud qlobal bazar kimi adlandırmaq olar. Misal üçün, olan həcminə görə qiymətli kağızlar üzrə beynəlxalq hesablaşmaların dövriyyəsi bir qayda olaraq ayrı-ayrı ölkələrin ÜDM-un dəyərini bir neçə dəfə üstələyir.

Maliyyə bazarların yaxşı tanıyan C.Sorosun çıxışlarında öz təsdiqini tapır: "Müxtəlif ölkələrdə mövcud olan faiz dərəcələri, valyuta kursları və birjada qiymətin təyin edilməsi onların arasında sıx olan qarşılıqlı asılılıq vəziyyə-

tini doğrur, qlobal maliyyə bazarları isə bütün dünyada mövcud olan iqtisadi şəraitə çox böyük təsir göstərir. Maliyyə kapitalı üstünlük təşkil edən vəziyyətdədir. İstehsalın digər amilləri ilə müqayisədə kapital ümumiyyətlə, daha çox çevikdir, maliyyə isə onun digər formaları ilə müqayisədə daha da çevikdir. Maliyyə bazarının qloballaşması ayrı-ayrı ölkələr üçün kapitaldan vergi hesablanması işini son dərəcə çətinləşdirmişdir. Çünki həmin işi istənilən tərəfə çəkib aparmağa imkanlar mövcuddur".¹

İstər qloballaşma prosesinə, istərsə də onun iştirakçıları üçün alınmış nəticələr birmənalı təsir göstərməyən daha bir hərəkətverici qüvvə vardır ki, bu da – təsərrüfat həyatının liberallaşdırılması, əmtəə, xidmət və kapital bazarının sərbəstləşdirilməsidir. Bununla əlaqədar inkar etmək olmaz ki, müxtəlif inzibati məhdudiyət və əngəllərin ləğvi dərinləşməyə doğru istiqamətlənən beynəlmilləşdirmə meylini gücləndirir və möhkəmləndirir.

Qloballaşma proseslərinin məzmun və nəticələrinə təsərrüfat fəaliyyətinin liberallaşmaya doğru (sərbəstləşməyə) meyl etməsinin birmənalı səciyyə daşımamasının nədən ibarət olduğunu araşdırmaq zəruridir. İqtisadi liberallaşma iqtisadi siyasətin müasir ideoloji platformalarından biri olan neolibəlizmin əsas şüarına çevrilmişdir. Neolibəlizm XX əsrin 80-90-cı illərdə inkişaf etmiş əsas ölkələrdə üstünlük təşkil edən iqtisadi ideologiya olmuşdur. Bu həmin o dövr idi ki, dünyanın bütövlüyü və qarşılıqlı əlaqədə olmasının güclənməsi baş verir, obyektiv mahiyyət daşıyan qloballaşma prosesləri daha aydın şəkildə özünü biruzə verir. 1980-ci illərdə ABŞ və digər inkişaf etmiş ölkələrin hökumətlərinin təsiri nəticəsində Dünya Bankının və BVF-nun ekspertləri neoliberal iqtisadi ideologiyası əsasında "Vaşinqton konsensusu" adlı sənəd işləyib hazırlamış, inkişaf edən ölkələrdə və

¹ Сорос Дж.Открытое общество: Реформируя глобальный капитализм. М.,2001. С.10-11

bir qədər sonra keçid iqtisadiyyatına malik olan ölkələrdə onun tətbiqi üçün tövsiyə xarakterli təsərrüfatçılıq prinsiplər toplusunu formalaşdırmışdır. "Vaşinqton konsensusu" beynəlxalq təşkilatların köməyini təşkilatların köməyini qəbul edən ölkələri bank sahəsinin, xarici ticarətin, xarici investisiyaları cəlb etmə qaydalarının liberallaşdırılmasına, büdcə xərcləri və vergi tutulmasının azaldılmasına, dövlət mülkiyyətinin geniş miqyaslı özəlləşdirilməsinə, inflyasiya səviyyəsinin aşağı salınması və maliyyə sabitliyinin nail olmasına istiqamətləndirmişdir.

İqtisadiyyata dövlətin müdaxilə etməsinin məhdudlaşdırması və neoliberalizm ideologiyasına qərb dünyası liderləri tərəfindən sədaqət göstərilməsi qloballaşma proseslərində onlara xas olan subyektiv iz qoymuşdur. Tədqiqatçılar qeyd edirlər ki, qloballaşma özünün neoliberal variantında indiyə kimi (neoliberal model çərçivəsində) inkişaf edir. Bu o vaxt baş verir ki, beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin inkişafı və ölkələrin dünya iqtisadiyyatına qatılmasının güclənməsi onların təsərrüfat həyatının sərbəstləşməsi ilə birləşir.

- Rusiya dünya təsərrüfatına daxil olan ölkələrin təsərrüfat tənzimlənməsindəki mexanizmlərin homogenizasiyasının (başlıca olaraq monetaristlik əsas götürülərək) sürətləndirilməsinə diqqət yetirilir;
- inkişafın əsas tənzimləyicisi kimi bazar mexanizmi göstərilir;
- milli təsərrüfat kompleksi, milli suverenlik, hətta dövlət özü belə köhnəlməkdə olan kateqoriyalar kimi qiymətləndirilir; onların tezliklə aradan qaldırılması əksər hallarda iqtisadi uğurun təmin olunması kimi təqdim edilir;
- əsas qüvvələr dövlətin təsərrüfatçı rolunda iştirakının zəiflədilməsi, liberallaşma və əks-tənzimləməyə istiqamətləndirilir.¹

¹ Вах: Коллонтай В. О неолиберальной модели глобализации// МЭ и МО. 1999. №10.с.4

Tədqiqatçısı V.Kollontayın bir qədər polemik məzmunlu izahatına əsasən qloballaşmanın neoliberal modelinin əsas cəhətləri bunlardır:

1990-cı illərdə aparıcı olan qərb ölkələri və ilk əvvəl ABŞ və əsas beynəlxalq iqtisadi təşkilatların (BVF, ÜTT, qismən DB) tərəfindən dəstəklənən qloballaşmanın neoliberal modeli onun gerçəkləşdirilməsi nəticəsində iqtisadiyyat üzərində heç bir ictimai nəzarət aparılmadan qlobal "bazar uğursuzluqları" (mənfi səciyyə daşıyan xarici effektlər, əhalinin qlobal ictimai dəyərlərdə təmin edilməsinin, qlobal ictimai mənbələrdən faydalanmaq üçün optimal şəraitin yaradılmasının mümkünsüzlüyü və s.) səviyyəsinə keçidi reallaşdırmışdır. Bundan başqa, qlobal rəqabət mübarizəsində beynəlxalq/millətüstü səviyyədə iqtisadiyyat üzərində ictimai nəzarətin aparılmaması təqdirdə güclü olanların qələbəsi labüddür, bunlar isə – həddən artıq böyük təşkilat və maliyyə mənbələrinə malik olan inkişaf etmiş ölkələrin kompaniyalarıdır. Nəinki inkişaf edən və keçid iqtisadiyyatına malik olan ölkələrin milli istehsalçılarıdır.

Buna görə də, qloballaşmanın neoliberal modeli dünyanın əyalət və yarıməyalət ölkələri üçün beynəlxalq əmək bölgüsündə iştirakı və xarici iqtisadiyyat üçün açıq olması ilə bağlı risklərin güclənməsini labüd şəkildə şərtləndirir və daha çox inkişaf etmiş dünya ölkələri üçün qloballaşmanın faydasını artırır.

Xarici iqtisadiyyat sferasında liberallaşdırma və onun yüksək dərəcəli sərbəstləşdirilmiş iqtisadi artımın əldə edilməsinə ancaq o halda müsbət təsir göstərir ki, o əgər mövcud iqtisadiyyatın açıq olması institusional islahatlarla, o cümlədən, maliyyə-valyuta və hüquq sistemində aparılan islahatlarla və iqtisadi cəhətdən güclü strateji tərəfdaşlarla sabit əlaqələr yaradılsın. "Vaşinqton konsensusunun" tövsiyələri əsasında 1980-1990-cı illərdə praktiki olaraq tələsik, hazırlıqsız və geniş miqyasda aparılan liberallaşdırmanın həyata keçirilməsi bir çox qüsurun yaranmasına səbəb olmuş, Afrika, Asiya və Latın Amerikası ölkələrinin təsərrüfat sistemlərinin

qeyri-sabitliyini əksər hallarda qüvvətləndirmiş, onların effektiv şəkildə modernləşdirilməsinin əsaslarını sarsıtmış, özündən zəif ölkələrin kifayət qədər sərt olan diskriminasiyası ilə müşayiət edilmiş və qloballaşma proseslərinin daha da ahəngdar şəkildə inkişaf etməsinə mane olmuşdur. Eyni zamanda Tayvan, ÇXR və Hindistan (iqtisadi azadlıq və xarici iqtisadiyyat üçün açıq olmaq indeksinə görə dünyada heç də ön sıralarda yer tutmayan) kimi ölkələrin rəşional-praqmatik liberallaşdırılması siyasəti onlara hiss olunacaq dərəcədə müvəffəqiyyət qazandırmış və 1980-ci-1990-cı illərdə onlar iqtisadi artım templərinə görə nisbətən sabit və çox yüksək göstəricilərə nail olmuşlar.

İlk növbədə inkişaf edən və keçid iqtisadiyyatına malik ölkələr üçün qloballaşmanın təhlükə yarada biləcək risklərin aşkar şəkildə bilinməsi qloballaşmanın neolibəral variantı və hələ tam şəkildə formalaşmayan digər sosial sahəyə yönəlmiş qloballaşma modeli haqqında arzuolunan ideya elmi və ictimai dairələr tərəfindən tənqid edilməsidir. İkinci modelə əsasən milli iqtisadiyyatların qarşılıqlı asılılığının obyektiv şəkildə güclənməsi dövlət və qeyri-dövlət qurumları tərəfindən bu prosesə cəmiyyətin xeyiri naminə nəzarətin aparılması, xalqların müstəqil iqtisadi inkişafı üçün onların imkanlarının qorunması məqsədilə azad bazar rəqabətinin nəticələrinin müəyyən dərəcədə nizamlanması, mənfi qlobal xarici effektlərin neytrallaşdırılması və dünya əhalisinin qlobal xarakterli daşıyan ictimai nemətlərlə təmin edilməsi ilə birləşdirilməlidir. Qloballaşmanın neolibəral variantını tənqid edən məşhur Amerika tədqiqatçısı C.K.Helbreyt diqqətəlayiq adı ilə seçilən "Qloballaşmanın böhranı" məqaləsində qeyd edir ki, "biz tələbatı son nəticə etibarilə ən vacib əhəmiyyət kəsb edən insanların rifahı naminə aparılan inkişaf siyasətinə qayıtmalıyıq".¹

¹ Гэлбрей Дж., К.Кризис глобализации. – <http://www.ptpu.ru/issues/6> - 99

Qloballaşmanın əvvəlki modelinin müəyyən dərəcədə təkamül yolu ilə inkişaf etməsinin əlamətləri artıq indiki zamanda müşahidə edilə bilər. "Vaşinqton konsensusunun" tövsiyələri ilə keçid iqtisadiyyatına malik olan və inkişaf edən ölkələrdə aparılmış iqtisadi islahatların kəskin şəkildə tənqiddə məruz qalması inkişaf etmiş ölkələrin hökumətlərini və beynəlxalq iqtisadi qurumları ona məcbur etmişdir ki, həmin sənəddə mühüm neoliberal prinsiplərə xas olan radikalından imtina edilsin və onun bir çox müddəalarına baxılmışdır. Tezlaşdırılmış liberallaşdırmanın C.Saks və S.Fişer² kimi sabiq tərəfdarları həqiqətən də 1990-cı illərdə dünyanın müxtəlif ölkələrində baş vermiş bir sıra maliyyə-valyuta böhranlarından sonra xarici iqtisadiyyat sahəsindəki liberallaşdırmanın vaxtından qabaq keçirilməsinin əleyhinə çıxmışlar. Dünya Bankının sabiq vitse-prezidenti C.Stiqlitsin rəhbərliyi altında hazırlanmış "Postvaşinqton konsensusu" çərçivəsində dövlət və bazarın iqtisadiyyatda rolun nisbətində dair keçmiş zamanlarda qeyd-şərtsiz qəbul olunan tövsiyələr tənqidi şəkildə yenidən nəzərdən keçirilmiş, səhiyyə, təhsil, ətraf mühitin qorunması, gəlirin bölüşdürülməsi məsələləri isə liberal bazar dəyişikliklərinin ehtimal edilən qurbanları kimi yox, məhz inkişaf prosesinin mühüm olan göstəriciləri kimi izah edilmişdir.

Bundan başqa, ABŞ və digər Qərbi ölkələrinin dünya miqyasında təsərrüfat həyatının liberallaşdırılmasına götürülmüş istiqamətin əvvəllər olduğu kimi rəsmi şəkildəkilərinə baxmayaraq əslində özləri tez-tez gizlədilmiş şəkildə proteksionist tədbirlərin görülməsindən (yeni proteksionizm kimi deyilən) istifadə edir, milli istehsalçılara maddi yardım göstərir. İnkişaf etmiş ölkələrin bazarlarında xarici kompaniyaların hüquqlarını məhdudlaşdıran ikili standart metodları həy-

2.Bax. Sachs Y.Qlobal Capitalism; Making it Work//Economist. 1998.N40.P.37. P.22; Fischer S.Ltssons From a Crisi//Economist. 1998. N40. P.30

ata keçirilir. Amerikanın işgüzar diarlərinin Fortun jurnalında obrazlı ifadə ilə bildirir ki, "azad kapitalizm haqqında fikir söyləməyən amerika biznesi onu özündən başqa hər kəsə şamil edir".¹

Qloballaşma və regionallaşma, regional iqtisadi inteqrasiya proseslərinin qarşılıqlı nisbəti heç də həmişə birmənalı qarşılanmır. Sırr deyil ki, qloballaşan dünya iqtisadiyyatının müasir vəziyyətinin səciyyəvi cəhətlərindən biri məhz regional dövlətlərarası iqtisadi qruplaşmalarının yaranması olmuşdur. Regionallaşma (regional iqtisadi inteqrasiya) və qloballaşma arasında qarşılıqlı əlaqələr haqqında mövcud olan ən sadə təsəvvürlər belə bir mövqe ildə üst-üstə düşür ki, ona əsasən regionallaşma burada onunla müqayisə edilən qloballaşmaya ziddir". Misal üçün belə fikir mövcuddur ki, "beynəlxalq regionlaşma qloballaşmanın dialektik inkarıdır, çünki regional ittifaqlar məhdud sayda olan ölkələri əhatə edir.¹ Lakin hər şey burada göründüyü kimi sadə deyil. Tanınmış rusiya tədqiqatçısı professor Y.V.Şişkovun fikrincə, qloballaşma təsərrüfat həyatının beynəlmilləşməsinin genişlənməsi proseslərinin mümkün qədər inkişaf etməsidersə, eyni zamanda regional inteqrasiya bir region çərçivəsində təsərrüfat həyatının beynəlmilləşməsinin dərinləşməsi proseslərinin ən yüksək inkişaf mərhələsini ifadə edir. ² Bu mənada onu bildirməlidir ki, bir regionda baş verən qloballaşmanı məzmun etibarilə təşkil edən proseslər, onların qabaqcadan düşünülməsi və eyni zamanda bu proseslərin ən dərin və gərcin inkişaf səviyyəsi regional inteqrasiyanı ifadə edir. Regional iqtisadi inteqrasiya dünya təsərrüfatının qloballaşması prosesinin dərinləşməsi üçün zəmin yaradır. Rusiya

¹ Fortune. N 25. 1998. P 25

¹ Sitat götürülmüşdür. Marshall D. Understanding Late-twentieth Century Capitalism; Reassessing the Globalization Theme//Government and Opposition. Vol.31.N2.P.213

² Шишков Ю.В.Интеграционные процессы на пороге XXI века. Почему не интегрируются страны СНГ. М.,2001, с.17

iqtisadçısı R.Qrinberqin fikrincə, dünya iqtisadiyyatında baş verən regionallaşmanı onun xüsusi qloballaşma üsulu kimi qəbul etmək olar.

Qloballaşmanın hərəkətverici qüvvələri qlobal proseslərin daha konkret amilləri təcəssüm edir. Dünya iqtisadiyyatında qloballaşma proseslərinin yaranması və təkamülünə təsir göstərən əsas amillər sırasında aşağıdakıları göstərmək mümkündür:

➤ ölkələr arasında iqtisadi qarşılıqlı asılılığın kəskin şəkildə güclənməsi; dünya birliyindən tam şəkildə təcrid olunmaq və inkişafında tənəzzülə uğramaq təhlükəsi olmadan heç bir ölkə hal-hazırda dünya iqtisadiyyatından kənar qala bilməz; son zamanlar praktiki olaraq bütün dünya ölkələrində iqtisadiyyatın açıq olma səviyyəsi sürətlə artır; kapitalın ölkələrarası hərəkəti və beynəlxalq ticarətin artması sayəsində¹ dünyanın iqtisadi məkanı çərçivəsində baş verən proseslərin milli iqtisadiyyatlara təsir etməsi daha intensiv şəkildə özünü birüzə verir.

➤ aqrar-xammal məhsulları ilə mübadilənin beynəlxalq ticarət çərçivəsində sıxışdırılması və hazır məhsullar ilə ölkələrarası mübadilə payının artması zamanı beynəlxalq əmək bölgüsünün yeni keyfiyyət halının formalaşması; bir sahə daxilində aparılan ticarətin əhəmiyyəti artır;

¹ 1986-cı ildən 1995-ci ilədək dünyanın əmtəə mübadiləsinin həcmi ildə orta hesabla 6,5% artaraq 10 il ərzində 1,9 dəfə artmış, beynəlxalq miqyaslı xidmətlərin göstərilməsi isə daha yüksək inkişaf templərinə malik olaraq 2,4 dəfə artmışdır. Son on illiklə müqasibədə dünyanın istehsal etdiyi ÜDM-da beynəlxalq ticarətin həcmi bu müddət ərzində 3 dəfə artmışdır. 1990-cı illər ərzində beynəlxalq ticarət dövriyyəsinin artım templəri hər ildə orta hesabla 8% təşkil etmiş və dünya istehsalının həcmnin orta illik artımını iki dəfədən çox üstələmişdir (bax: Черковец О. Глобализация сотрудничества или конкуренции? // Экономист. 2002.№10. с.5)

- dünya maliyyə bazarının milli seqmentləri arasında əlaqələrin güclənməsi və daha da inteqrasiyalı qlobal maliyyə bazarının formalaşması;
- müxtəlif ölkələrdə yerləşən və ərazi cəhətdən bir-birindən ayrılmış təsərrüfat həyatının fərdi və ictimai subyektləri arasında daimi əlaqənin saxlanması üçün şərait yaradan informasiya və telekommunikasiya inqilabı;
- rəqabət aparmaq üçün yerli üstünlüklərin daha da səmərəli istifadəsinə nail olmağa gətirib çıxardan bütün dünyada istehsal və digər bölmə və filialların yerləşdirilməsi böyük texnoloji və maliyyə imkanlarına malik olan transmilli korporasiyaların fəaliyyət dairəsini qlobal şəkildə genişləndirmişdir;
- inkişaf edən və keçid iqtisadiyyatına malik olan ölkələrin beynəlxalq miqyasda kreditlərin verilməsi, sərmayə qoyulması və əmək miqrasiyası proseslərinə və beynəlxalq ticarətə cəlb olunma səviyyəsinin artması;
- dünya iqtisadiyyatı subyektlərinin (aktorlarının) strukturunun mürəkkəbləşməsi, yəni, milli dövlət və özünün fəaliyyət dairəsinə görə əsasən milli kompaniyalarla yanaşı, bütün dünyada TMK və TMB-lər, beynəlxalq iqtisadi təşkilatlar, regional təşkilatlar, o cümlədən, inteqrasiya birlikləri və eyni zamanda qeyri-dövlət təşkilatları, iri şəhərlər və hətta ayrı-ayrı insanlar da (alimlər, mədəniyyət xadimləri, C.Soros tipli biznesmenlər və s.) fəallıq nümunəsi göstərir.

Dünyada qloballaşma yolu ilə ortaya çıxmış və onun xeyli sayda olan yeni iştirakçıları sırasında dünya iqtisadiyyatının inkişafında böyük əhəmiyyətə malik olan dünya miqyaslı iri şəhərləri də qeyd etmək lazımdır. Qloballaşmanın müstəqil subyektı olan böyük şəhərlər haqqında sualın qoyuluşu nisbətən yeni səciyyə daşması üzündən qloballaşmanın həmin aspektini ətraflı şəkildə araşdıraq. Hələ 1986-cı ildə amerika iqtisadçısı C.Fridman belə fikir irəli sürmüşdür ki, dünyanın bir sıra iri şəhərləri onları

möhkəm şəkildə dünya iqtisadiyyatına daxil edən milli iqtisadiyyat kontekstindən kənara çıxardan funksional xüsusiyyətlərə malikdir. Dünya şəhərlərinin müasir tədqiqatçısı P.Teylor (Böyük Britaniya) hesab edir ki, onlar nəinki maliyyə mərkəzlərinin funksiyasını həyata keçirir və həmçinin, reklam, konsaltinq, mühasibat uçotu, hüquq və bunun kimi digər ixtisaslar üzrə xidmət göstərilməsi sahəsində beynəlxalq mərkəz rolunda çıxış edir. Dünya şəhərlərinin formalaşması və inkişafı kapital, işçi qüvvəsi, informasiya, idarəetmə mənbələrinin onlar arasında hərəkət etməsi sayəsində baş verir. Həmin hərəkət edən axınları özündə qapatmaq bacarığına malik olmaq şəhər üçün ona görə mühüm əhəmiyyət kəsb edir, çünki əks təqdirdə o rəqiblərə hökmən məğlub olacaqdır. Dünya şəhərləri arasında mövcud olan münasibətlər son dərəcə iyerarxik səciyyə daşıyır. P.Teylora görə, iyerarxiyanın aşağı pilləsində yer tutmuş "qamma" - şəhərlər sənaye və xammalın, hasilatı və emalı ilə sıx bağlıdır. "Beta" - şəhərlər isə onların nəzarəti altında qalan "qamma" – şəhərləri tərəfindən yaradılan axının yenidən paylaşdırılması hesabına mövcuddur. "Beta" – şəhərlərə xidmətin göstərilməsində "alfa" – şəhərlər tərəfindən ixtisaslaşmışlar. Hər bir şəhər kifayət qədər dəqiq müəyyən edilmiş məsuliyyət zonasına malikdir, bu iyerarxiyada tutduğu mövqeyin dəyişməsi, onun nəzarəti altında olan iqtisadi məkanın böyüməsi, yaxud kiçilməsi asta-asta prosesləri tədricən inkişaf edir.

Teylora görə, hal-hazırda dünyada bir-birilə rəqabət aparan üç "alfa" - şəhər, yəni Nyu-York, London və Tokio mövcuddur. Nyu-Yorkun məsuliyyət zonası Şimali və Cənubi Amerikadır. Londonun üstünlük təşkil etdiyi sahə Avropa, Afrika, Yaxın Şərq, Cənubi Asiya və keçmiş SSRİ-ə daxil olan ölkələri əhatə edir.

Moskva, burada əsl "beta" - şəhər nümunəsidir. Şərqi Asiya, Avstraliya və Okeaniya Tokionun məsuliyyət daşdığı zonada yerləşir. Tokio çox böyük irəliləyişə nail olması belə Honkonq, Sinqapur və Sidney onu addımbaşı izləyir. Böyük Britaniyada fəaliyyət göstərən qloballaşma və dünya şəhərlə-

rinin öyrənilməsi mərkəzi dünyanın ən böyük şəhərlərinin işgüzarlıq fəallığının indeksini işləyib təqdim etdikdən sonra həmin sahə haqqında təsəvvür yaranır. (Cədvəl 1.1.)

Cədvəl 1.1.

Dünya şəhərlərinin işgüzarlıq fəallığının indeksi (2000 il)*

Dünya Şəhərləri	Auditor xidmətləri	Bank/maliyyə xidmətləri	Hüquqi xidmətlər	Yekunlaşmış indeksi
Nyu-York	35	100	100	235
London	100	77	23	200
Honkond	8	71	16	95
Frankfurt	13	73	5	91
Paris	27	54	10	91
Tokio	10	72	5	87
Toronto	35	38	3	78
Sidney	17	43	8	68
Madrid	4	55	2	61
Sinqapur	6	41	5	52
Amsterdam	31	2	8	41
Milan	6	22	2	30
Düsseldorf	24	2	1	27
Brüssel	14	1	3	17
Moskva	4	7	3	14

*Mənbə: Qlobalization and World Cities Study Group. University of Loughborough, UK.

İqtisadi fəaliyyətin qloballaşması eyni zamanda iki müstəvidə inkişaf edir: bu nəinki milli iqtisadiyyatların qarşılıqlı asılılığının güclənməsi və bütün formalarda təzahür edən ölkələrarası beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin intensivləşməsində özünü biruzə verən makrosəviyyədə və həmçinin, mikrosəviyyədə baş verir. Mikrosəviyyədə qloballaşma baş verən birinci bazar subyektləri olan kompaniyalar və ilk əvvəl transmilli korporasiyaların fəaliyyət və davranış strategiyasının birinci növbədə dəyişdirilməsi deməkdir. Dünya miqyasında birləşən qlobal bazarda kompaniyaların ümumi

strategiyası olan təsərrüfatçılıq fəallığına, ümumstrateji istiqamət dünyanın müxtəlif bölgə və ölkələrində istehsalın yerləşdirilməsinə istiqamət götürməsi mikrosəviyyədə baş verən qloballaşmanın başlıca xüsusiyyətidir. TMK-ın xarakter etibarilə dünya miqyaslı fəaliyyəti qloballaşma prosesinin əsaslarından birinə çevrilmişdir.

Qloballaşmanın əsas əlamətləri hansıdır? Bunlara aşağıdakıları aid etmək olar: beynəlxalq əmək bölgüsünün xarakterində keyfiyyət dəyişikliklərinin baş verməsi, TMK kimi dünya iqtisadiyyatı subyektlərinin nüfuz etmə dairəsi və fəaliyyət miqyasının artması, qlobal iqtisadi proseslərə uyğunlaşmaq məqsədilə milli və beynəlxalq səviyyələrdə iqtisadiyyatın tənzimlənməsi sistemlərində dəyişikliklərin baş verməsi, istər hökumətlərarası, istərsə də qeyri-hökumət təşkilatları səviyyəsində beynəlxalq iqtisadi təşkilatlar sisteminə aid funksiyaların əmələ gəlməsi və dəyişməsi. Beynəlxalq iqtisadi əlaqələr dünya təsərrüfatının bütün tərkib hissələrinin vacib olan mövcudluğu formasına çevrilir; heç bir, hətta ən güclü dövlət olsa belə, hal-hazırda xarici aləmlə sıx qarşılıqlı şəkildə sıx əlaqəsi olmadan, mütləq səviyyə daşıyan özünə arxayınçılıq şəraitində inkişaf edə bilməz.

1.3. DÜNYA İQTİSADİYYATININ QLOBALLAŞMASI PROSESLƏRİNİN NƏTİCƏLƏRİ

Dünya birliyinə aid ölkələrdən ibarət olan qruplar və ayrı-ayrı ölkələr üçün iqtisadi qloballaşma proseslərinin nəticələri barəsində sual vermək düzgün addım kimi qiymətləndirilir. Bir tərəfdən beynəlxalq iqtisadiyyat nəzəriyyəsi onu birmənalı şəkildə təsdiq edir ki, xarici rəqabət üçün bazarların açılması, maliyyə mənbələri və investisiyaların ölkələr arasında hərəkət etməsinin və beynəlxalq ticarətin intensivləşdirilməsi dünya istehsalının artımı və dünya istehsal amil-

lərinin daha da səmərəli şəkildə istifadə edilməsi üçün imkanlar yaradır. Deməli, qloballaşma bu prosesdə iştirak edən ölkələrin mümkün olan qazancı ilə bağlıdır. Xüsusilə, qloballaşmanın təsərrüfat həyatının genişmiqyaslı liberallaşması ilə birləşməsi şəraitində birləşən global əmtəə və maliyyə bazarlarında eyni zamanda baş verən rəqabətin intensivləşməsi neoliberal qloballaşma modelinin əsas məzmununu təşkil edir və bu güclülərə rəqabətdə uduzan ayrı-ayrı kompaniyalar üçün (ayrı-ayrı ölkələr üçün) yarana biləcək labüd risklərlə rastlaşmaq deməkdir. Onu da nəzərə almaq lazımdır ki, qloballaşmanın inkişaf etmiş ölkələrə verə biləcəyi səmərəsi kifayət qədər böyükdür. (Dünya bazarlarının iştirakçısı olan ən güclü kompaniyaların mənzil-qərargahları və həmçinin, əsas olan maliyyə ehtiyatları, dünyanın qabaqcıl elmi-texniki və texnoloji potensialı məhz burada yerləşmişdir), müxtəlif istənil sahəsinin bağlanması, gəlirin yenidən bölüşdürülməsi və mümkün sosial bərabərsizliyin artması şəklində yarana biləcək risklər dövlətin apardığı sosial siyasət nəticəsində qismən kompensasiya edilir. Keçid iqtisadiyyatına malik və inkişaf edən ölkələrdə bu məsələ ilə bağlı olan vəziyyət tamam fərqli xarakter daşıyır. Dünya bazarlarında bu ölkələrin malik olduğu rəqabət aparma mövqeləri daha zəif olması üzündən qloballaşmanın faydası onlar üçün heç də həmişə əyani şəkildə hiss edilmir, halbuki, onların az inkişaf etməsi səbəbi üzündən risklərin neytrallaşdırılması imkanları da inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisədə azlıq təşkil edir.

Əyalət və yarıməyalət xarakterli iqtisadiyyatlarda öz iqtisadi fəallığını genişləndirən inkişaf etmiş ölkələrin TMK kömək qəbul edən ölkələrin milli maraqlarına əksər hallarda etinasız yanaşır. Transmilli korporasiyalar istər həmin ölkələrin daxili mənbələrini, istərsə də beynəlxalq istehsal amillərini (informasiyanı, menecmenti, kredit vəsaitləri, nəqliyyatı və s.) istifadə edir. TMK-r yerli kompaniyalara qarşı güclü rəqabətin aparılmasına səbəb olur və daxili bazarda onları sıxışdırır. Qəbul edən ölkələrdə onlar təsərrüfatçılıq fəaliyyə-

tinin aparılmasında yerli müəssisələrlə müqayisədə imtiyazlı şəraitin tez-tez əldə olunmasına nail olur və bunu yerli infrastrukturdan istifadə haqqının və vergilərin və d. həyata keçirir. Qazanc əldə etmək məqsədilə onların apardığı fəaliyyət milli təsərrüfatın strukturu və daxili istehsal əlaqələrinin pozulması, sosial-iqtisadi konfliktlərin yaradılması və ölkədə mövcud siyasi vəziyyətin kəskinləşməsinə gətirib çıxarda bilər.

Müəyyən ölkə üçün iri hesab edilən xarici TMK-la yanaşı, eyni bazar şəraitində fəaliyyət göstərən kiçik və orta həcmli milli müəssisələr qloballaşmanın mövcudluğundan itkiyə daha çox məruz qalır. Nəhənglərlə rəqabətin aparılmasına davam gətirmək onlar üçün çətinlikdir və eyni zamanda bir qayda olaraq vergitutma sahəsində daha imtiyazlı şəraiti əldə etmək üçün onlar lobbichilik imkanlarından məhrumdur.

Daha az inkişaf etmiş ölkələrin maliyyə bazarlarına ilk əvvəl spekulyativ səciyyə daşıyan xarici maliyyə kapitalının nəzarətsiz daxil olub və axıb getməsi məsələsinə dair qeyd etmək lazımdır ki, bu təqdirdə həmin ölkələr son dərəcə zəifləmiş olur. Son onilliyin təcrübəsi (1994-1995-ci ildə Meksikada baş verən böhranlar, 1997-ci ildə baş verən beynəlxalq (Asiya) maliyyə böhranı, bundan sonra Rusiya, Braziliya və Argentinada baş verən böhranlı hadisələr əsaslı şəkildə göstərmişdir ki, qlobal maliyyə kapitalının ölkələrarası axını nəinki keçid iqtisadiyyatı və inkişaf edən ölkələrinin maliyyə və fond bazarlarının "dağılmasına", həmin ölkələrin milli valyutalarının sabit qalmasının pozulmasına səbəb olur və həmçinin, həmin ölkələrin təsərrüfatının real sektorunda son dərəcə mənfi nəticələrə gətirib çıxardır. Maliyyə bazarlarında böhranlı vəziyyətin inkişaf etməsinə müqavimət göstərmək üçün inkişaf etmiş ölkələrin iqtisadiyyatı daha çox imkanlara malikdir.

Beləliklə, qloballaşma prosesləri bir çox hallarda qabaqcıl iqtisadiyyatların inkişaf səviyyəsinin artmasına və bunlardan zəif ölkələrin dünya iqtisadiyyatında tutduğu mövqeyinin zəifləməsinə gətirib çıxardır. Keçid iqtisadiyyatına malik olan və inkişaf edən ölkələrin əksəriyyəti inkişaf

etmiş ölkələrdən texnoloji asılılıq vəziyyətinə düşür: yəni, müasir texnologiyaların mürəkkəbləşməsi onların az inkişaf etmiş ölkələrdə işlənməsini sərfəli etmir, mənimsənilməmiş texnologiyalar isə ilk növbədə yüksək ixtisaslı və yüksək təhsilli mütəxəssislərin çatışmaması üzündən kompromentər amillər tez-tez effektiv şəkildə istifadə etmək mümkün olmur. Bu cür ölkələri təmsil edən qruplar arasında mövcud olan texnoloji uçurum daha da dərinləşir.

Bütün dünyada iqtisadiyyatı qeyri-müntəzəm şəkildə inkişaf edir və bu ümumi qanunauyğunluq olaraq qloballaşma tərəfindən inkar edilmir. Həmin qeyri-müntəzəmlik dünya iqtisadiyyatında liderlə olmaq uğrunda bir qrup inkişaf etmiş ölkəni özünəməxsus mübarizəyə qatılmağa sövq etdi. Professor D.Marşallın (Böyük Britaniya) fikrincə, "tam əminliklə demək olar ki, müasir kapitalist sisteminə xas olan inteqrasiyanın daha çox inkişaf etməsinə baxmayaraq ölkələrarası kəskin xarakterə malik olan rəqabət, ölkələrin mərkəzi və əyalət səciyyəli olduğuna görə onların fərqlənməsi kimi sistemin əsas göstəriciləri müasir kapitalist sisteminin daha da bütöv olmasına baxmayaraq, dəyişməz qalır... Ümumiyyətlə, kapitalizm nə indi, nə də keçmiş zamanda bütün ölkələrin uğurlu inkişafı üçün bərabər imkanlar şəraitini yaratmamışdır. Artıq qazanc uğrunda aparılan rəqabət dəyişməz qalır...dünya iqtisadiyyatı isə əvvəllər olduğu kimi qeyri-müntəzəm şəkildə inkişaf edir".¹ ABŞ, Qərbi Avropa (yaxud dar mənada) Avropa İttifaqı) və Yaponiya dünyada mövcud olan iqtisadi qüdrətin ən üç böyük, mühüm olan mərkəzləridir və onlar arasında rəqabətin genişlənməsi texnoloji inkişaf sahəsində mikroelektronika, biotexnologiya, yeni materialların yaradılması və bunun kimi digər yüksək texnologiyalar sahəsində baş verir.

¹ Marshall D. Understanding Late-twentieth Century Capitalism: Reassessing the Qlobalization Theme//Qovernment and Opposition. Vol.31 №2.p197, 215

Beləliklə, dünyanın iqtisadi sistemində konflikt potensialının artması, inkişaf edən ölkələrdə böyük narazılıq potensialının toplanılması haqqında fikir söyləmək olar. Dünyanın iqtisadi sistemində ölkələr arasında qarşılıqlı əlaqə və qarşılıqlı asılılığın güclənməsi dünyada mövcud sosial-iqtisadi bərabərsizliyin artması, dünya əhalisinin ən varlı və ən kasıb sakinlərinin həyat və gəlir səviyyəsi arasında fərqin böyüməsi ilə eyni zamanda baş verir. Dünya Bankı tərəfindən 2000-2001-ci illər üzrə dünyanın inkişafı haqqında hazırlanmış məruzəyə əsasən, "dünyanın 20 ən varlı ölkəsində əhalinin orta gəliri ən kasıb 20 ölkədə olan orta gəlirdən 37 dəfə çox olmuş və son 40 il ərzində həmin fərq iki dəfə artmışdır. Dünyanın beş ən varlı və beş ən kasıb ölkəsində əldə edilmiş gəlirlərin arasında olan fərq 1990 ildə 60:1, 1997-ci ildə isə – 74:1 nisbətində olmuşdur. Finlandiya eksperti K.Kilyunenin belə bir fikri ilə razılaşmaq olar ki, dəyəri 1 trln.dollardan artıq olan dünyanın 225 ən varlı adamına məxsus olan sərvəti dünya əhalisinin 47% təşkil edən 2,5 mlrd kasıb insanın illik gəlirinə bərabər olduğu...və dünyanın üç ən varlı adamına məxsus olan bütün var-dövlətin 48 ən az inkişaf etmiş ölkənin ümumi ÜDM-nu üstələdiyi təqdirdə iqtisadi sistemin sağlam olmasını bəyan etmək olmaz".¹ Yüksək inkişaf səviyyəli və bunlardan az inkişaf etmiş ölkələr arasında qarşılıqlı sənəmə bilmir, əvvəllər dünya birliyinin mühüm tərkib hissəsi kimi çıxış edən bir sıra ölkələr hal-hazırda ən az inkişaf etmiş ölkələr sırasına enmişdir (BMT-nin verdiyi təsnifata əsasən). ABŞ dünya təsərrüfatında öz liderliyinin qorunması və gücləndirilməsinə və özünün milli mənafehləri naminə qloballaşmanın neoliberal variantından istifadə edilməsinə çalışır.

Qloballaşma və xarici iqtisadi əlaqələrin sərbəstləşməsi şəraitində şübhə doğurmayan iqtisadi uğur qazanmış sahədə və ənənəvi olaraq dünyanın əyalət və yarım əyalət səciyyəli ölkələrə ənənəvi olaraq aid edilən ölkələr toplusu mövcud-

¹ Социал-демократия перед лицом глобальных проблем. М., 2000. С.23

durmu? Bu cür ölkələr ərazilər timsalında tez-tez Cənubi Koreyanı, Tayvanı (1998-ci ildən başlayaraq Sinqapur və Honqkonqla bərabər BVF-nun rəyinə görə qabaqcıl iqtisadiyyata malik olan ölkələr) və həmçinin, Şərqi və Cənub-Şərqi Asiyanın yeni sənaye ölkələrini göstərirlər. Lakin həmin ölkələr dövlətin iqtisadiyyatda fəal rol oynaması və düşünülmüş proteksionist siyasətinin aparılması nəticəsində yüksək iqtisadi göstəricilərə nail ola bilmişdir. Bununla yanaşı, həmin ölkələrin ödəmə balansında aparılan kapital əməliyyatlarının liberallaşdırılması ekspertlərin fikrincə tələskənlik şəraitində aparılmış, kifayət qədər hazırlanmamış, bu zaman daxili maliyyə bazarları hələ zəif olmuş, onların zəruri tələb olunan infrastruktura malik olmamış və 1997-ci il bu ölkələri bürümüş beynəlxalq maliyyə böhranının baş verməsi səbəblərindən biri məhz bu cəhət olmuşdur.

Xarici kapitalın cəlb olunması məqsədilə vergi tutulmasından azad olan ofşor zonaları öz ərazisində təsis etmiş (hələ 1960-1970-ci illərdə) ayrı-ayrı əyalət səciyyəsi daşıyan ölkələr ilk əvvəl maliyyə qloballaşmasından əyani şəkildə faydalanmışdır. Özünün dörd əsas regional qrupunu birləşdirən böyük ofşor zonalar dəstəsi yaranmışdır. Karib hövzəsinin zonaları Nyu-Yorkla eyni zaman qurşağında yerləşən Şimali və Cənubi Amerika ölkələrinə xidmət göstərir. Avropada yerləşən ofşor zonalara ayrı-ayrı ölkələr, sahilyanı anklavlar və Britaniya taxt-tacının himayəsi altında olan "müstəqil" adalar daxildir. Onlar ilk əvvəl Avropa zaman qurşağında yerləşən ölkələrin maliyyə kapitalına xidmət edir. Fars kərfəzinə yaxın olan ölkələrdə mövcud olan ofşor zonalar Yaxın Şərqi neft hasilatı ölkələrinə xidmət göstərir. Sinqapur, Honkonq və həmçinin, Vanuatu, Nauru və Sakit Okean adalarının digər ərazisi Tokio ilə eyni zaman qurşağında olan Asiya-Sakit Okean bölgəsi ölkələrinin maliyyə kapitalı tərəfindən istifadə olunur.

1.4. QLOBALLAŞMA ŞƏRAİTİNDƏ DÜNYA TƏSƏRRÜFATININ TƏNZİMLƏNMƏSİ VƏ DÖVLƏTİN ROLU

Hal-hazırkı dövrə qədər yaranmış dünya təsərrüfatı və sositumun tənziqlənməsi (idarə edilməsi) sistemi qloballaşma şəraitində əsaslı dəyişikliklərə məruz qalır. Son zamanlara qədər həmin sistem öz kompetensiyası çərçivəsinə uyğun olan səlahiyyətlərə malik idarəetmə institutlarının iyerarxik strukturu kimi mövcud olmuşdur. Yerli və regional əhəmiyyət kəsb edən iqtisadi və sosial inkişaf məsələləri regional və yerli hakimiyyət və özünüidarəetmə orqanlarının səlahiyyətlərinə aid olmuşdur. Bir halda ki, cəmiyyətin fəaliyyəti üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edən insan və kompaniyaların iqtisadi, siyasi və sosial fəallığı milli və dövlət səviyyəsində həyata keçirilirdi, buna görə ictimai inkişafın əsas problemləri onların səlahiyyətinə daxil edilirdi və milli dövlət orqanları ictimai və iqtisadi həyatın tənziqlənməsi üçün bütün səlahiyyətlərə malik olmuşlar. Beynəlxalq iqtisadi və siyasi təşkilatların səlahiyyət dairəsinə dövlətlərarası əhəmiyyət kəsb edən məsələlər aid edilirdi.

Dünya iqtisadiyyatının qloballaşması prosesləri idarəetmə institutlarının strukturunda baş verən müəyyən dəyişikliklərə səbəb olmuş və bu hal daha çox onun iki səviyyəsində çıxış edən milli dövlətlərdə və beynəlxalq təşkilatlarda müşahidə edilirdi. Dünyanın bütün ölkələrinə aid olan bəşəriyyətin qlobal problemlərinin kəskin xarakter alması, beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin müxtəlif formalarının intensivləşməsi, milli iqtisadiyyatların qarşılıqlı asılılığının güclənməsi ənənvi olaraq milli dövlətlərə olan cəmiyyətin iqtisadi və sosial sahələri üzərində ictimai nəzarət funksiyasını beynəlxalq təşkilatlara tapşırılmasını zəruri etmişdir. Həqiqətən ən çox milli xarakterə malik olan və bir ölkə daxilində fəaliyyət göstərən bazarın iflasa uğramasının neytrallaşdırılmasını milli səviyyədə həyata keçirmək lazımdır və bu mümkündür. Bazarların qlobal xarakter daşması təqdirdə onların qlobal xarakterli uğursuzluqlarının neytrallaşdırılması işini millətlərarası/millət üstü səviyyədə gerçəkləşdirmək düzgün olardı. Eyni dərəcədə bu qlobal xarakterli ictimai mənbələrin optimal şəkildə istifadə edilməsinin təş-

kilinə, bütün insanların qlobal xarakterli ictimai sərvətlərlə təmin edilməsinə və s. aiddir.

Qloballaşma dövrünə qədər milli iqtisadi münasibətlər əsas rol oynayırdı. Bu yaxud digər dövr ərzində daha çox inkişaf etmiş milli təsərrüfatlar əsasən beynəlxalq münasibətlərin xarakterini, forma və mexanizmlərini müəyyən edirdi. İqtisadiyyat daxilində olan münasibətlər ilkin, beynəlxalq münasibətlər isə - ikinci dərəcəli olmuşdur. Lakin qlobal maliyyə və əmtəə bazarlarının və qlobal istehsal-satış strukturlarının (aparıcı TMK) əmələ gəldikcə ümumdünya iqtisadi münasibətlər daha çox aparıcı rol oynayır, baxmayaraq ki, çox iri və iqtisadi cəhətdən ən çox inkişaf etmiş ölkələrdə mövcud olan daxili münasibətlər qlobal iqtisadiyyatın realıqlarına uyğunlaşmağa məcbur edir. Professor Y.V.Şişkovun fikrincə, "dünyanın maliyyə sistemi dövlət nəzarətindən və tənzimlənməsindən ayrı düşərək müstəqil olmuş... öz tənzimləyiciləri ilə bərabər şəkildə mövcud olan milli dövlətlər sanki qlobal maliyyə okeanın adalarına çevrilmişdir".¹ "Milli iqtisadi məkan" anlayışı daha da qeyri-müəyyən səviyyə daşıyır və ayrıca götürülmüş hər bir dövlətin imkanları məhdudlaşır. Nəticədə dünya iqtisadiyyatının millətlərarası üstü tənzimlənməsi milli səviyyədə aparılan tənzimləməyə nisbətə ikinci obyektiv şəkildə birinciyə çevrilməsi baş verir.

Beləliklə, əvvəllər milli səviyyənin üzərinə qoyulmuş funksiyaların bir hissəsi yerini dəyişərək mütləq qlobal səviyyənin üzərinə düşür. Bundan başqa vətəndaş cəmiyyətinin institutlarının güclənməsi, əhalinin siyasi, iqtisadi və sosial hüquqlarının genişlənməsi, subsidiarlıq prinsipinə uyğun olaraq qərar qəbul edilməsinin əksmərkəzləşmə milli-dövlət səlahiyyətlərinin bir hissəsini regional və lokal səviyyələrdə paylaşdırılmasını zəruriyyətə çevirir. Yerli ekspert V.Kuznetsovun fikrincə "ictimai asayişin qorunması naminə qanuni

¹ Шишков Ю.В. Мировая финансовая система: необходимость реформ// Мэ и МО.1999.№11.с.3-4

məcbur etmə işini gerçəkləşdirmək üçün səlahiyyət sahibi olan dövlət artıq öz ərazisində belə, bunu təkbaşına yerinə yetirmir. İnsan hüquqlarının tənzimlənməsi, ekoloji siyasət, maliyyənin nizamlanması" və bir sıra digər funksiyalar onun əlindən çıxıb itirilir.¹

Neoliberal qloballaşma modelinin bir çox tərəfdarı olan dövləti "ləğv edənlərin" rəyinə ziddi olaraq qeyd olunanlar eyni zamanda o demək deyil ki, dövlət öz səlahiyyətini itirmiş və yaxın gələcəkdə digər ictimai institutlar arasında yox olub itəcəkdir. Müasir şəraitdə milli dövlətin rolunun "heçə endirilməsi" prosesi haqqında fikrin həqiqiliyini qəbul etmək olmaz. ABŞ alimi K.Omenin mövqeyini buna bir misal kimi göstərmək olar. O hesab edir ki, müəyyən ölkənin, onun əhalisinin, ərazisində yerləşən təsərrüfatçılıq subyektlərinin mənafeyi naminə aparılan siyasət kimi başa düşülən ayrı-ayrı ölkələrin "iqtisadi millətçiliyi" mənasını itirmişdir.² Həmin mövqeyə tərəfdar çıxan professor B.Badi (Fransa) "Dövlətlərin süqutu" adlı kitabında qloballaşmanın ən səciyyəvi cəhətini qlobal şirkət və transmilli idarəetmə strukturları tərəfindən edilən (şəbəkələri) hərəkətlərin təsiri nəticəsində milli dövlətin malik olduğu suverenliyin pozulması və dağılmasında aşkarlayır.³

Transmilli iqtisadi strukturlarının hərəkətləri nəticəsində dövlətin suverenliyinin dağılması baş verirmi? sualını səsləndirmək burada yerinə düşərdi. Demək olarmı ki, TMK və TMB-nin milli dayaqlarının itirmələri və özünü təmin etmə şəraitində fəaliyyət göstərməyə başlamalarını bəyan etmək olarmı? Yəqin ki, yox. Çoxsaylı transmilli kompaniyalar bütün dünyaya səpələnmiş mülkiyyətin idarə edilməsinin

¹ Bax: Кузнецов В. Что такое глобализация?// МЭ и МО. 1998. №2. С.17

² Bax: Ohmae K.The Bordless World; Power and Strategy in the interlinked Economy. Fontana, 1990 .

³ Bax: Badie B. La fin des territories. Paris, 1995.

böyük miqyas alması və istehsalat fəaliyyətinin xarakterinə görə faktiki olaraq qlobal səciyyə daşımağa balşayır. Lakin bununla yanaşı, onların ən qüdrətli bu mülkiyyətin idarə olunması formasına görə milli xarakter daşıyır və ayrı-ayrı istisnalar almaq şərtilə onlar müəyyən milli maraq mərkəzlərinə malikdir. istiqamətlənməyə meyillidir. Həmin korporasiyaların mənzil qərargahları hər hansı bir virtual məkana daxil olmur və konkret dövlətin ərazisində fəaliyyətini davam etdirir və digərlərdən fərqli olaraq bu həmçinin, məhz müvafiq ölkələrin ərazisinə böyük maddi, maliyyə, təşkilat, informasiya və digər ehtiyatların cəlb olunması deməkdir. Beləliklə, bütün tərəfdaşlara münasibətdə əlverişli vəziyyətdə o ölkələr olur ki, hansının ərazisində "qlobal korporativ qüvvənin" (ilk növbədə ABŞ və həmçinin, Yaponiya, Almaniya, Böyük Britaniya, qismən – Fransa) əsas hissəsi cəmləşir. Məhz həmin ölkələr bütün təsərrüfatçılıq subyektlərinin, o cümlədən, mənzil-qərargahları öz milli ərazisində yerləşən TMK və TMB-nin fəaliyyətini praktiki olaraq tənzimləyirlər.

Məhz müxtəlif sosial-iqtisadi inkişaf səviyyəsinə malik olan cəmiyyətlər və dünyanın müxtəlif ölkə və bölgələrində eyni şəkildə nəticələnməyən qloballaşma bəşəriyyətin idarə etmə institutlarının strukturunda dövlətin fəni funksiyalar tapşırmasıdır. Qloballaşma yaşamaq uğrunda sərt qanunları ilə seçilən "Formula-1" yarışlarına dünya iqtisadiyyatını bənzədən qloballaşma milli dövlətlərin sürətlə baş verən dəyişikliklərə uyğunlaşmaq imkanlarının sərt və amansız yoxlanılması olmuşdur. Tarix göstərir ki, bazar yaxud rəqabətin özü zəif olan iştirakçıları arxa mövqelərə sıxışdırır, onları asılı vəziyyətə salır. Bu hal qlobal bazarda aparılan rəqabətə də eyni dərəcədə aiddir. Bazar qüvvələri dünya təsərrüfatı miqyasında mövcud olan ölkənin vəziyyətini çətin ki, ciddi şəkildə dəyişdirə bilsinlər və xüsusilə, əgər bu vəziyyət qeyri-qənaətbəxşdirsə və liderlik mövqeyinə malik deyilsə, bu təqdirdə dövlət tərəfindən tənzimlənməsi işini aparmaq və

ölkə iqtisadiyyatının dünya təsərrüfatı ilə əlaqəsinin struktur və istiqamətlərini formalaşdırmaq lazımdır.

Hər hansı bir ölkənin iqtisadiyyat və cəmiyyətinin qloballaşma proseslərinə cəlb olunması, dünyada mövcud olan meyllərə ölkə təsərrüfatının uyğunlaşması, qloballaşmanın ölkəyə təsiri ilə bağlı olan risklərin güclənməsi və mənfi nəticələrin neytrallaşdırılması, iş adamlarının dünya bazarlarında öz ölkəsini uğurla təmsil etməsinin təşkilinin idarəetmə və strategiyası məsələlərinin aşkarlanması ictimai həyatın təşkilinin milli səviyyəsi qarşısında durur. Əvvəlki tarixi inkişaf mərhələlərində dövlətin qarşısında duran məsələlərlə müqayisədə bu işin icrası heç də onlardan asan deyil, onun həlli üçün dövlət aparatının tamamilə yenidən qurulmasının və modernləşdirilməsini həyata keçirmək lazımdır. Eyni zamanda milli təsərrüfatın dünya təsərrüfatı ilə strateji baxımdan qarşılıqlı əlaqəsini təmin edən müxtəlif tənzimləmə istiqamətləri, onların forma, metod və vasitələrinin birləşdirilməsi tələb olunur. Ona görə, söyləmək olar ki, dövlətin apardığı tənzimləmə işinə ehtiyac yaxın tarixi dövr ərzində qalacaq. Daha doğrusu, burada bəşəriyyətin milli-dövlət mütəşəkkilliyi formasının hərdənbir kifayət qədər ağırlı keçən transformasiyası prosesinin baş verməsi haqqında fikir söyləmək olar.

Dünya təcrübəsi göstərir ki, müasir dövlət qərb ölkələri daxil olmaq şərtilə təsərrüfat həyatına mütəmadi şəkildə müdaxilə edir. Əvvəla bu, müdaxilə milli iqtisadiyyatın digərləri ilə müqayisədə maksimal dərəcədə rəqabət aparmanın təmin edilməsi məqsədləri üzündən baş verir. İkincisi - sosial məsələlərin həlli və əhalinin həddən artıq sosial baxımdan təbəqələşməsinin yumşaldılması niyyətindən irəli gəlir. Qloballaşma dövründə bu məsələlər əvvəlkindən daha böyük aktualıq kəsb edir və onların həlli daha da çətinləşir. Ona görə də, bu mənada yerli tədqiqatçı O.Çer-

kovets ilə razılaşmaq olar, ki, qloballaşma şəraitində milli dövlətin funksiyaları şəklində gücləndirilməlidir.¹

Bir sıra əcnəbi iqtisadçılar hesab edir ki, dövlətin özünü kənara çəkməsi məhz mahiyyət etibarilə qlobal bazarlarda rəqabətin güclənməsi və dünyanın artmış qeyri-sabitliyi şəraitində səriştəli və düşünülmüş dövlət intervensionizmi siyasəti, yəni bazar yönümlü fəal dövlət intervensionizmi – bir çox iqtisadiyyatın müvəffəqiyyət qazanmasında mühüm meyyarıdır.²

Buna görə 1997-ci il üzrə Dünya Bankının məruzəsində ("Dəyişən dünyada mövcud olan dövlət") əks olunan müddəalar öz aktuallığını qətiyyənlə itirmir. Həmin müddəalara görə - yaxşı hökumət sərvət yox, məhz həyatın tələbidir, effektiv dövlət olmadan həm sosial, həm ekoloji davamlı inkişaf mümkün deyil. Məruzənin xüsusiyyəti ondan ibarət olmuşdur ki, burada o cümlədən, postsosialist olan bir çox az inkişaf etmiş ölkələrin həyatında xüsusilə inkişaf və transformasiya proseslərində diqqət ancaq dövlətin fəal rol oynadığına yönəldilmişdi. Dövlət idarətmə aparatı tərəfindən aparılan fəaliyyətin təkmilləşdirilməsi, onun iqtisadiyyata müdaxiləsi mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi, fərdi sektor və cəmiyyətin mülki xarakter daşıyan təşkilatları ilə mövcud əlaqələrin daha sıx və rəşional şəkildə koordinasiyası problemləri ön plana çəkilmişdir. Bununla yanaşı, qloballaşan dünya təsərrüfatında baş verən proseslərin təsiri altında milli dövlətin vəzifə və funksiyalarının yeniləşdirilməsi zəruriyyəti xüsusi olaraq qeyd olunur: "Hətta vaxtilə dövlətin layiqincə öz vəzifəsini yerinə yetirdiyi nöqtədə, onun qloballaşan

¹ Вах: Черковец О. Глобализация сотрудничества или конкуренции?// Экономист.2002.№10.

² Вах: La Porta R, Loper-de-Silanes F.,Shlephifer A.,Vishny R.Quality of Government//NBER, Working Paper N6727. Cambrid ge, 1998.P.7,37.

dünya iqtisadiyyatının tələblərinə uyğunlaşa bilməməsi təhlükəsi bir çoxlarını narahat edir".¹

İqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsinin effektivliyinin əsas şərtlərindən biri zəif və qeyri-sabit olan dövlət hakimiyyətinin doğurduğu risklərdən, qeyri-müəyyənlikdən və idarəetmə yükündən biznesi maksimal dərəcədə azad etməkdir. Hökumətlərin hərəkətlərində onların transparentliyinin (aşkarlığının) artırılması, cinayət və korrupsiyanın aradan qaldırılması üçün maksimal dərəcədə səy göstərilməlidir. Milli iqtisadiyyatın rəqabət aparması üçün uzunmüddətli şəraitin təmin olunmasında dövlətin iştirak etməsi artır, bu - elmi-texniki tərəqqinin stimullaşmasında dövlətin rolunun güclənməsində, təsərrüfat və sosial infrastrukturunun yaradılması və qorunması üçün aparılan fəaliyyətdə, yerli iş adamları üçün əlverişli vergi şəraitinin təmin olunmasında öz əksini tapır. Xüsusilə inkişaf edən və iqtisadiyyatı transformasiyalara məruz qalan ölkələrdə kiçik və orta biznesin dəstəkləndirilməsi işində dövlət çox böyük rol oynamalıdır.

Qloballaşma proseslərində beynəlxalq iqtisadi təşkilatların oynadığı roluna diqqət yetirək. Bütün dünyada hal-hazırda təqribən 3 min hökumətlərarası və 20 mindən artıq beynəlxalq qeyri-hökumət təşkilatı fəaliyyət göstərir. Beynəlxalq hökumətlərarası iqtisadi təşkilatlar – çoxistiqamətli dövlətlərarası münasibətlər institutlarıdır. Onlar öz iştirakçıları ilə razılaşdırılmış məqsədlərə, səriştəyə, daimi orqanlara malik idi. Bu qurumlar həmçinin, nizamnamə, prosedur, üzvlük, qərarların qəbul edilməsi və s. daxil edən xüsusi siyasi-təşkilati normalara malik olmuşdur. Onlar müxtəlif iqtisadi və siyasi problemlərin həllinə yönəlmiş fəaliyyət göstərirlər. Hal-hazırkı dövrdə əsas olan beynəlxalq iqtisadi təşkilatlar İkinci Dünya Müharibəsinin sonunda və

¹ Государства в меняющемся мире: Отчет о мировой развитии за 1977г. Всемирный банк, 1997. С.1

onun bitməindən dərhal sonra meydana gəlmiş və sonrakı illərdə onların sayı sürətlə artmışdır. Beynəlxalq iqtisadi təşkilatların yaradılmasının əsas səbəblərindən biri kimi təsərrüfatçılıq həyatının beynəlmilləşdirilməsini göstərmək olar, misal üçün integrasiya səciyyəli regionlar birliklərin (Avropa qitəsində Avropa Birliyi), regional inkişaf banklarının (Amerikaarası inkişaf bankı, Afrika inkişaf bankı, Asiya inkişaf Bankı, Avropa İnkişaf və Rekonstruksiya Bankı) və digər təşkilatların yaranması. Dünya təsərrüfatçılıq əlaqələrinin dövlətlərarası tənzimləməsinin inkişafı da bunun mühüm səbəblərindən biridir. Bu istiqamət aşağıda göstərilən qurumların fəaliyyətində böyük rol oynayır: Beynəlxalq Valyuta Fondu (BVF), Beynəlxalq yenidənqurma və İnkişaf Bankı (BYİB) və Dünya Bankı qrupuna aid olan digər institutlar, Ümumdünya Ticarət Təşkilatı (ÜTT), Beynəlxalq Millətlər Təşkilatına (BMT) müəssisələr sistemi çərçivəsində yaradılan və fəaliyyət göstərən iqtisadi təşkilatlar: İnkişaf Proqramı (BMTİP), Sənaye İnkişafı üzrə Təşkilat (YUNİDO), Ticarət və İnkişaf üzrə Konfrans (YUKTAD), Beynəlxalq Əmək Təşkilatı (BƏT) və d.

Beynəlxalq təşkilatların yaranması və fəaliyyət göstərməsinin digər daşlıca səbəbi ondan ibarətdir ki, siyasi, iqtisadi və sosial həyatın müxtəlif sahələrində meydana çıxan və bütün dünya ölkələrinin birgə fəaliyyət göstərməsini tələb edən global miqyaslı problemlər mövcuddur: bunlar - insan haqlarına əməl etmək, demoqrafik, ekoloji (iqlimin dəyişməsi, su ilə təchiz etmə) problemlər, kosmosun istifadə edilməsi, dünya iqtisadiyyatının qeyri-sabitliyi və s. Təşkilatların bir çoxu bu yaxud digər problemlərin böhran halında kəskinləşməsi zamanı meydana gəlir, onların bir qismi öz maraqlarına malik olan yeni ölkə qruplarının dünya səhnəsinə çıxması ilə bağlıdır, bu ölkələr – müstəmləkə sisteminin dağılması nəticəsində meydana gəlmiş, inkişaf edən, yaxud keçid iqtisadiyyatına malik olan ölkələrdir.

Məqsəd və vəzifələrindən asılı olaraq beynəlxalq iqtisadi təşkilatlar bir neçə qrupa bölünür. Birinci qrupa beynəl-

xalq münasibətlərin ümumi şəkildə tənzim edilməsini həyata keçirdən təşkilatlar daxildir, bu – BVF, Dünya Bankı və ÜTT-r. Müəyyən məsələlər üzrə qərar və tövsiyələr işləyən təşkilatların ikinci qrupa aid edilir (misal üçün BMT-nin komitələri, komissiyaları, fondları və proqramları). Məlumatın toplanmasını təmin edən və iqtisadiyyatın aktual problemləri üzrə statistik və elmi-tədqiqat xarakterli materialları hazırlayan təşkilatlar üçüncü qrupa daxil edilir. Müəyyən təşkilatlar isə yuxarıda sadalanan funksiyaların hamısını yerinə yetirir.

Qərb tədqiqatçısı X.A.Şreplerin də təklif etdiyi təsnifatda beynəlxalq təşkilatlar üç əsas qrupa bölünür:

1) beynəlxalq kommunikasiya vasitələrinin tənzim edilməsi kimi xüsusi texniki məsələlərin həlli ilə məşğul olan inzibati təsisatlar;

2) beynəlxalq mübahisələr üzrə araşdırma, qərar çıxartma yaxud müharibə iştirakçılarının barışdırılması institutları;

3) kollektiv təhlükəsizliyin təmin olunması və bir çox məsələlər ətrafında əməkdaşlıq aparmağa köməklik göstərən ümumi xarakterə malik olan beynəlxalq təşkilatlar.

Bununla yanaşı, beynəlxalq təşkilatların ümumdünya və regional səviyyələr üzrə bölgü mövcuddur. Fəaliyyəti müxtəlif qitələri əhatə edən bütün təşkilatlar birincilərə aid edilir (misal üçün BMT-nin təsisatlar sisteminin institutları). İkincilərə isə, misal üçün regional inkişaf banklarını aid etmək olar. Bir regionda bir sıra beynəlxalq təşkilat fəaliyyət göstərə bilər, onların burada toplanması və fəaliyyət istiqamətləri həmin regionda yaşayan ölkələrin tələbatı və sosial-iqtisadi problemlərinin xüsusiyyəti ilə əlaqədardır.

Milli valyutaların sabitliyinin təmin edilməsi, ticarətdə maneələrin aradan qaldırılması, beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin ən vacib problemləri ilə əlaqədar onların öyrənilməsi və ölçü götürülməsi və i.a., - ölkələrarası iqtisadi əməkdaşlıq sahəsində fəaliyyət göstərən təşkilatların əsas məqsədini bildirir. Beynəlxalq maliyyə institutları beynəlxalq təşkilatları sırasında xüsusi yerə malikdir. Dövlət və regionların, onlar

arasında əməkdaşlığın inkişaf etməsi problemlərinin beynəlxalq millətüstü səviyyədə həll etmək, mürəkkəb və ziddiyyətli xarakterə malik olan dünya təsərrüfatının bütövlüyü və sabitliyinin təmin olunması – bu qurumların yaradılmasında əsas məqsəddir. Hərtərəfli təhlil nəticəsində beynəlxalq maliyyə təşkilatlarının apardığı fəaliyyətinin konkret məqsədlərini fərləndirmək olar:

- dünya iqtisadiyyatının sabitləşməsi naminə maliyyə, siyasi, intellektual imkanların birləşdirilməsi;
- dünyanın ayrı-ayrı ölkə və regionlarının iqtisadi inkişafına yardım göstərilməsi;
- dünya təsərrüfatının qlobal problemlərinin həll edilməsi, onun inkişafının strategiya və taktikasının birgə işlənməsi və koordinasiyası.

Dünya iqtisadiyyatının inkişafında əhəmiyyətinə görə üç əsas beynəlxalq iqtisadi təşkilatın adı çəkilir, bunlar - BVF, Dünya Bankı və ÜTT-r. Onlardan ikisi, yəni – BVF, Dünya Bankı hələ 1944-cü ildə keçirilmiş Bretton-Vud konfransında yaradılmışdır (onları müvafiq olaraq tez-tez Bretton-Vud institutları kimi təqdim edirlər). Ekspertlər dəfələrlə belə bir fikir söyləmişlər ki, 1944-cü ildə həmin təşkilatlara verilmiş bu mandat müharibədən sonrakı on il ərzində dünya iqtisadiyyatının inkişaf meyilləri və şəraitinə tam şəkildə uyğun idi. Eyni zamanda 1960-cı illərdə dünya xəritəsində meydana gəlmiş bir çox inkişaf edən ölkələrin inkişafına köməklik göstərilməsi məsələlərini və XX əsrin sonuncu onilliklərində şəxsi kapitalın böyük transsərhədlərdən keçirilib ötürülüb keçirilməsi ilə səciyyələnən maliyyə-valyuta problemlərini həll etmək işinə BVF və Dünya Bankı tam şəkildə hazır olmamışdır. Nə 1970-ci və ondan sonrakı illər ərzində BVF-nun nizamnaməsində aparılan düzəlişlər, nə də 1990-cı illərdə bu təşkilatların apardığı siyasətin müəyyən dərəcədə təkamülü prinsip etibarilə vəziyyəti dəyişməmişdir. Bretton-Vud qurumlarının tənzimləmə imkanları, vasitə və tövsiyələri hələ ki, məhdud halda mövcuddur. Dünya təsərrüfatının beynəlxalq səviyyədə tənzim edilməsində və qlo-

ballaşma dövründə mövcud olan bazarın qlobal uğursuzluqları kimi son illər ərzində bir ölkədən digərinə sürətlə keçən və dünyanın müxtəlif bölgələrində baş verən maliyyə böhranlarının neytrallaşdırılmasında onların fəaliyyəti müasir tələblərə tam şəkildə cavab vermir. Bir çoxları belə fikir söyləyirlər ki, 1990-cı illərin ortalarında və ikinci yarısında beynəlxalq maliyyə təşkilatları baş vermiş həmin böhranların təbiətini düzgün qiymətləndirməmiş və onların əhatə etdiyi ölkələrə operativ şəkildə kömək göstərə bilmədikdən sonra böhranlı hallar digər ölkələrdə yayılmağa başlamışdır.

Digər bir cəhəti qeyd edək. Müharibədən sonra son 20-30 il ərzində kəskinləşmiş, faktiki fasiləsiz davam edən dünyanın borc böhranı onunla bağlı olan sürəti kreditləşməyə ehtimal edilən tələbatın olması ilə müqayisədə BVF-nun maliyyə ehtiyatlarının tədricən nisbətən tükənməsi baş verirdi. Ş.Fişerin apardığı hesablamalara görə, əgər 1945-ci ildən sonra Fondun maliyyə imkanları dünyanın ən çox inkişaf etmiş ölkələrə məxsus olan gəlirin dinamikasına uyğun olaraq artmış olsaydı həmin maliyyə indiki zamanla müqayisədə üç dəfə artıq olmalı idi. Onların dünya ticarətinin artım templərinə onların uyğun olduğu təqdirdə isə BVF-a məxsus olan ehtiyatları 9 dəfə artırmaq, yəni 2,5 trln.dollara qədər çatdırmaq tələb olunardı.¹

Nəticədə BVF və DB-n fəaliyyət və strategiyasında islahatların aparılması və onların dünyanın yeni iqtisadi şəraitinə uyğunlaşması zəruriyyəti siyasi simasından asılı olmaya-raq tədqiqatçıların bir çoxu tərəfindən qəbul olunur. Məsələn, bu məsələyə dair Rusiya tədqiqatçısı A.Elyanov haqlı olaraq qeyd edir ki, "dünya təsərrüfat münasibətlərinin inkişafında bazar və tənzimləmə amillərinin birləşməsinə optimallaşdırmağa və inkişaf edən və keçid iqtisadiyyatına malik olan xeyli sayda dövlətin istinad etdiyi əsasları dağıtmağa

¹ Bax: Fisher S. On the Need for Need for an International Lender of Last Resort//Journal of Economic Perspectives. 1999. N4. P.96

çalışan qeyri-mütəşəkkil qüvvənin mənfi təsirini dəf etməyə yönəlmiş" qlobal səviyyədə digər tənzimləmə "modelindən istifadə olunmasını tələb edir"¹ Refleksivlik nəzəriyyəsini işləyən və ona istinad edən C.Soros maliyyə, o cümlədən, qlobal bazarlara immanent şəkildə xas olan qeyri-müəyyənlik və qeyri-sabitlik haqqında fikir söyləyir və bununla əlaqədar belə nəticəyə gəlir ki, "özünü tənzimləmə mexanizminə amilə tam arxayın olmağımıza baxmayaraq maliyyə bazarlarının sabitliyi dövlət institutları tərəfindən təmin olunmalıdır"² BVF-nun ekspertləri isə "yeni beynəlxalq maliyyə memarlığının" yaradılması zəruriyyəti haqqında söhbət açır.

XX əsrin sonunda Bretton-Vud institutlarının aparıcıları fəaliyyətini yüksək səmərəliliyi ilə seçilməməsi Amerikanın Miras Fondunun ekspertləri tərəfindən təqdim edilmiş göstəricilərdə öz təsdiqini tapır. Onların fikrincə, böhranların baş verməsi təhlükəsinin aradan qaldırılması istiqamətində BVF və DB heç kimə ciddi köməklik göstərə bilməmişdir. 1986-1997-ci illər ərzində BVF-nun köməklik göstərdiyi 54 ölkədə adam başına düşən MMG-nin artımı həmin 12 il ərzində cəmi 4% təşkil etmişdir. Eyni zamanda kömək almaq məqsədilə BVF-a müraciət etməyən ölkələr də həmin müddət ərzində adam başına düşən MMG-n göstəriciləri 24%-ə qədər artmışdır. Son 30 il ərzində Dünya Bankı 68 ölkəyə köməklik göstərmiş və onların bir çoxu iqtisadi yüksəklik baxımından elə bir ciddi uğur qazana bilməmişdir, hər biri orta hesabla 1,4 mlrd.dollar məbləğində yardım almış 20 ölkədə adambaşına düşən MMG-in miqdarı 21,7% aşağı düşmüşdür.

Bu cür pozucu kimi qiymətləndirilən nəticələr onunla izah edilir ki, yardımı alan ölkələr zəruri dəyişikliklərin apa-

¹ Эльянов А. Глобализация и расслоения развивающихся стран// МЭ и МО. 2000.№6.с.13

² Сорос Дж.Открытое общества. Реформируя глобальный капитализм. М.,2001.с.14

rılması üçün stimullardan əl çəkir, borc verən qurum kimi çıxış edən beynəlxalq maliyyə təşkilatların köməyinə arxalanan hökumətlər riskli və məsuliyyətsiz iqtisadi siyasətin aparılmasına imkan yaradırdılar. Fonda məxsus vəsaitlərin dağıdılmasına göz yuman BVF-nun ekspertləri tərəfindən verilən tövsiyələr islahatların məcburi qəbul etdirilməsinə gətirib çıxarırdı. Bu islahatlar yardım qəbul edən ölkələrin hazırkı vəziyyətinə və iqtisadi inkişafın tələblərinə heç də həmişə cavab verməmiş və bir çox hallarda onların mövcud olan daxili problemlərini mürəkkəbləşdirmişdir.

Beynəlxalq maliyyə təşkilatları tərəfindən ayrılan vəsait ancaq gündəlik büdcə kəsirinin ödənilməsinə sərf edildiyi təqdirdə yardım qəbul etməsinin yeganə nəticəsi ondan ibarət olmuşdur ki, xarici borc öhdəliklərinin artırılması hesabına bu ölkələrdə mövcud olan iqtisadi şərait müvəqqəti olsa belə yaxşılaşmışdır. Onların artması ilə borclar üzrə faizin ödənişi və sonrakı ödənişlər zəruriyyəti milli iqtisadiyyatların inkişaf imkanlarını məhdudlaşdırırdı. Gündəlik problemlərini müstəqil həll edən dövlətlər borc götürməməklə öz iqtisadiyyatını çətinə salmayaraq bir çox hallarda daha əlverişli inkişaf imkanlarına malik olmuşlar.

Son illər ərzində regional dövlətlərarası təşkilatların yaradılmasında sözün müəyyən mənasında partlayış baş vermişdir. Burada Şanxay əməkdaşlıq təşkilatının, Şərqi Asiya forumunun (Çin, Yaponiya, Cənubi Koreya), Avrasiya iqtisadi birliyinin (Rusiya, Belorusiya, Qazaxıstan, Qırğızıstan, Tacikistan), Çin və ASEAN ölkələri və həmçinin, Yaponiya və Sinqapur arasında yaradılan azad ticarət zonalarının və digərlərinin adını çəkmək olar. Belə ki, Çin və ASEAN arasında azad ticarət zonasının yaradılması 10 il ərzində həyata keçirilməlidir.

Müasir zamanda baş verən inkişafa xas olan digər yeni əlamət artıq fəaliyyətdə olan, yaxud yeni yaradılan təşkilatların müxtəlif istiqamət və müxtəlif məqsədli xarakter daşmasının malik olduğuna keçidi ifadə edən meyletmə – müasir inkişafın digər yeni cəhətlərindən biridir. Məsələn, diskussiy-

aların predmeti ancaq iqtisadi məsələsi olan əvvəlki illərdən fərqli olaraq 2001-ci ildə Asiya-Sakit okean iqtisadi əməkdaşlıq forumu (ASİƏ) tərəfindən keçirilmiş sammitdə beynəlxalq terrorizmə müqavimət göstərmək haqqında böyük siyasi məsələ ilk dəfə müzakirə edilmişdir. Bu yeniliyin baş verən hadisələrə reaksiyanın yeridilməsi yaxud sabit xarakterə malik olmasının araşdırılması vacib əhəmiyyət kəsb edir.

1.5. ANTIQLOBALİZM FENOMENİ

Müasiri olduğumuz qloballaşma proseslərinin mənfi qavranılmasını bildirən antiqlobalizm onun müzakirəsi aparılmadan bu proseslərin araşdırılmasını bitirilmiş hesab etmək olmaz. Antiqlobalizm nisbətən yeni, sona qədər öyrənilməmiş və formalaşmamış bir hadisəni ifadə edir. *Antiqlobalist hərəkəti* isə qloballaşma prosesi, onun formaları və dünya əhalisi üçün mənfi nəticə və risklərin qəbul edilməməsi əsasında yaranmış kifayət qədər geniş, müxtəlif tərkibli və daxilində təmsil olunan iştirakçılara görə eklektik səciyyə daşıyan və fəaliyyət göstərən beynəlxalq ictimai hərəkəti bildirir. Antiqlobalizmin çoxsaylı tərəfdarları qloballaşmaya etibar etmir və bunun səbəbini onunla izah edir ki, onunla bərabər yayılan Qərb (ilk əvvəl amerikan) mədəniyyəti ayrı-ayrı millət və dövlətləri onların malik olduğu milli və mədəni xüsusiyyətlərdən məhrum edir. Qərbə aid olmayan soslumları özünüdərkətmə əsaslarını dağıdır. Belə ki, milli ənənələrin qorunması, istehlak sahəsində standartlaşdırma və bütün dünya ehtiyatlarının inkişaf etmiş ölkələr tərəfindən israf olunması ilə mübarizənin aparılması antiqlobalizm hərəkətinin məqsədlərinə çevrilir. Beləliklə, antiqlobalizm məqsəd və fəaliyyət üsullarına görə bir-birindən fərqlənən istiqamətləri özündə birləşdirir. Antiqlobalist hərəkəti çərçivəsində açıq şəkildə ekstremist, radikal-anarxist cərəyanlara da rast gəlmək olar (beynəlxalq iqtisadi təşkilatlarının və "böyük

səkkizlik" başçılarının görüşləri keçirildiyi şəhərlərdə onların nümayəndələri talançılıqla məşğul olur). Məhz bu cərəyanın nümayəndələrinin hərəkətləri dünya ictimaiyyətinin gözü qarşısında baş verir və televiziya ekranlarında, informasiya agentlikləri tərəfindən çəkilən təsvirlərdə öz əksini tapır. Ekstremistlərin hərəkətlərini nəzərə almayaraq antiqlobalizmin məzmununa kəsb edən cəhətinə diqqət yetirdiyimiz halda da müəyyən nəticələrə gəlmək olar.

Antiqlobalist hərəkətinin sosial bazası kifayət qədər demişdir və müxtəlif ittifaq, assosiasiya və qeyri-dövlət qurumlarını, həmkarlar, ekoloji, gənclər və digər ictimai təşkilatları özündə birləşdirir. 1998-ci ilin sentyabrında söylədiyi nitqində BMT-nin baş katibi K.Annan qloballaşma prosesləri ilə bağlı olan geniş əhali kütləsinin mənfi reaksiyasını da etiraf etmişdir. O demişdir ki, "kapitalizmin mərkəzi tərəfindən qatılmaqları daha zəif ölkələrə tələb edilən qloballaşmanın yalançı Tanrı olması haqqında rəy, ona qarşı miqavimət və qərəz hissi artmaqdadır". 1998-ci ildə dünya maliyyə bazarında sövdələşmələrin 0,1% qədər transaksiyalardan vergi tutulması haqqında ideya ətrafında formalaşmış ATTAQ (ATTAC) fransız təşkilatı antiqlobalist hərəkətinin təşəbbüskarı hesab olunur. Zəruriyyəti digər şəkildə əsaslandırılmasına baxmayaraq, hələ 1972-ci ildə həmin transaksiyalardan vergi tutulması ideyası iqtisadiyyat üzrə Nobel mükafatı laureatı professor C.Tobin tərəfindən irəli sürülmüş və "Tobin vergisi" adı altında qeydə alınmışdır.

Bütün antiqlobalistlər haqlı olaraq qeyd edirlər ki, zəif iqtisadiyyata malik inkişaf edən və keçid iqtisadiyyatına malik olan ölkələr qloballaşmanın doğurduğu risk və mənfiliklərinə həddən artıq həssas olur. Onlar qloballaşma şəraitində dünyada sosial-iqtisadi bərabərsizliyin güclənməsi və sosial-iqtisadi baxımdan dünya əhalisi arasında baş verən təbəqələşmənin davam etməsini düzgün qeyd edirlər. İradını söyləyən o kəslər də haqlıdır ki, beynəlxalq və millətüstü səviyyədə, dünyanın maliyyə və əmtəə bazarlarında onlar üzərində səmərəli ictimai nəzarət aparılması mexanizmləri, bazarda

qlobal miqyasda baş verən böhranların neytrallaşdırılması və insanların qlobal ictimai nemətlərlə təmin edilməsi mexanizmləri mövcud deyil və qloballaşma proseslərinin kortəbiiyyəti nəinki maliyyə və iqtisadi böhranların baş verməsi təhlükəsini doğurur və həmçinin, əhalinin ictimai sərvətlərlə təmin edilməsi sistemini dağıdır (təhsil və səhiyyə xidmətləri, ekoloji təhlükəsizlik, məşğulluğa həvəsləndirmə siyasəti və s.) və bu mənada antiqlobalistlər tamamilə haqlıdır.

Lakin ümumiyyətlə, qloballaşma proseslərinə qarşı çıxmaq və onun hər hansı bir təzahürünün qəbul edilməməsində antiqlobalistlər haqlı deyil.. Qloballaşma - dünya iqtisadiyyatının əvvəllər keçdiyi təkamül yolunun məntiqindən irəli gələn təsərrüfatçılıq həyatının beynəlmilləşdirilməsi proseslərinin inkişafının qanunauyğun nəticəsidir. Və buna görə də, qloballaşmaya qarşı yox, məhz hal-hazırda üstünlük təşkil edən və ilk əvvəl ABŞ inkişaf etmiş aparıcı ölkələr və beynəlxalq iqtisadi təşkilatlar tərəfindən həyata keçirilən qloballaşmanın neoliberal modeli ilə mübarizə aparmaq lazımdır. Neoliberal model daxilində baş verən milli iqtisadiyyatların qarşılıqlı asılılığının artması, ölkələrarası kapital axımının və beynəlxalq ticarətin intensivləşməsi fəal şəkildə sərbəstləşmə, dövlətin iqtisadiyyatda iştirak etməsinin məhdudlaşdırılması, iqtisadi proseslər üzərində ictimai nəzarət mexanizmlərinin dağıdılması ilə birləşir. Məhz qloballaşma proseslərinin neoliberal praktikası bir çox hallarda qloballaşmanın risk və mənfiliklərə, həmçinin, həmin riskləri dərk etmək və yarana biləcək mənfilikləri azaltmaq üçün qabiliyyət və imkanlara görə məsuliyyət daşıyır.

Bununla əlaqədar qeyd etmək lazımdır ki, qloballaşma proseslərinin neoliberal modelinin dəyişdirilməsi (uğrunda hərəkət), cəmiyyətin demokratik nəzarəti altında baş verən onun sosial qloballaşma istiqamətində transformasiyası, "insanlıq görkəmi" alması uğrunda hərəkəti özünü doğrultmuş hesab etmək olar. İnkişaf edən ölkələrin bəzi nümayəndələri

haqlı olaraq qeyd edirlər ki, biz qloballaşmanın əleyhinə deyilik, biz daha böyük və daha ədalətli iqloballaşma istəyirik.¹

Yoxlama sualları

1. "Qloballaşma" anlayışına tərif verin. Bu anlayışa nə daxil edilir?
2. Qloballaşmanın aparıcı qüvvələrinin adını çəkin və səciyyələndirin.
3. Qloballaşma prosesinin əsas meylləri hansılardır?
4. Qloballaşma prosesinin ziddiyyətliyi nədən ibarətdir?
5. Qloballaşmadan alınan səmərə nə cür bölüşdürülə bilər?
6. Antiqlobalizm fenomenini səciyyələndirin və onun köklərini müəyyənləşdirin.

¹ Bax: Nussbaum B. Davos: A Tale of Two Forums// Business Week. 2000. 3 February

Fəsil II

ƏMTƏƏ BAZARLARININ QLOBALLAŞMASI

2.1. ƏMTƏƏ BAZARLARININ QLOBALLAŞMASININ SƏBƏBLƏRİ

İnformasiya dövrü şəraitində bazar və rəqabətin qloballaşması sahəsində keyfiyyət dəyişiklikləri baş verir. Müəyyən sahələrdə qlobal fəaliyyət göstərməyə qabil olmayan və buna uyğun marketing imkanlarına malik olmayan kompaniyalar oyundan kənar vəziyyətinə düşür və həmin sahələrin sayı çoxalır. Tarif və ticarət üzrə baş saziş (TTBS) və Ümumdünya ticarət təşkilatı (ÜTT) kimi beynəlxalq təşkilatlar tərəfindən göstərilən fəaliyyət ölkələr arasında aparılan ticarət sahəsində mövcud olan maneələrin azaldılmasını və beynəlxalq bazarlara çıxmaq imkanını gerçəkləşdirmişdir. Bir çox ölkələrin hökumətləri dərk etmişlər ki, daxili bazar və istehsalçıların xarici rəqiblərdən müdafiə olunması gözlənilən nəticə verməmiş, əksinə, infilyasiyanın artmasına, iqtisadi inkişaf templərinin aşağı düşməsinə, yerli kompaniyaların fayda vermək səviyyəsinin azalmasına, beynəlxalq miqyasda rəqabət aparmaq üçün onlar zəruri olan işgüzar vərdişlərə malik olunmasına gətirib çıxardır. Bazar və rəqabətin qloballaşmasını hərəkətə gətirən digər səbəblərdən qlobal ünsiyyəti sadə, ucuz və effektiv olmasına gətirib çıxartmış telekommunikasiyaların daima təkmilləşdirilməsini və nəq-

liyyat daşımalarının sürətləşməsinə və ucuz başa gəlməsinə göstərmək olar. Nəhayət, dünya ticarətində iştirak etməsinə çətinləşdirən maneələrin həddi xeyli dərəcədə aşağı düşmüşdür. Hal-hazırda İnternetdə öz saytını açmış kompaniya yaxınlıqda yaşayan istehlakçıya asanca mal satması ilə yanaşı, dünyanın tamam əks istiqamətində yerləşən alıcıya da eyni qayda ilə mal satmağa imkanı verilir.

Bazarın qloballaşması yaratdığı imkanlardan ilk növbədə transmilli kompaniyalar faydalanır. Mikrosoft, General elektrik, İBM və McDonalds kimi kompaniyalar əsas olan bütün əmtəə bazarlarında özünün məhsulu və xidmətlərini təklif edirlər. Onların təchiz etmə zənciri eyni dərəcədə qlobal səciyyə daşıyır, material və əlavə hissələr ən ucuz mənbələrdən daxil olur, quraşdırma və logistika xərclər baxımından ən əlverişli regionlarda təşkil olunur, tətqiqat və araşdırmalar isə o yerlərdə aparılır ki, bu fəaliyyətin gerçəkləşdirilməsi üçün tələb olunan biliklər asanlıqla əldə olunsun.

Daxili bazara yönəlmiş və kiçik olan şirkətlər iqtisadiyyatın bir çox sahələrində uzaq gələcəkdə rəqabətə davamlılığının artırılmasına nail olmağa şərait yaradan miqyas imkanlarından istifadə etməyi bacarmırlar. Bu transmilli kompaniyalarda istehsalat xərclərinə qənaət edilməsindən daha çox əlavə informasiya və biliyin əldə olunmasında əks olunur. Yeni mərkəzləşdirilmiş transmilli təşkilatların uğuru ondan irəli gəlir ki, tədqiqat və araşdırma, ticarət nişanlarının təbliği, informasiya texnologiyaları və marketinqin inkişaf etdirilməsinə bu qurumlar xeyli vəsaitin xərclənməsinə imkan tapır. Yeni imkanları müəyyən etdikdən sonra onlar bazarın və gəlirin əldə edilməsi üçün vəsait ayırırlar.

Daxili bazar kifayət qədər geniş və imkanlarla dolu olduğu zaman kompaniyalar beynəlxalq ticarətə az diqqət yetirir. Daxili bazar burada üstəlik daha təhlükəsiz olur. Burada menecerlər üçün xarici dilin öyrənilməsi lazım olmur, onlar qeyri-məlum və qeyri-sabit valyuta, qeyri-sabit siyasi və hüquqi şəraitlə üzləşmir, öz mallarını tanış olmadığı istehlakçıların arzu və tələbatlarının ödənilməsi üçün onlara uyğun-

laşdırır. Alış-verişin xarici bazarda aparılmasını vacib saymayan bir çox qərb kompaniyaların fikri məhz bu cür idi, çünki onlara məxsus olan daxili bazarlar elə bil cəlbədici inkişaf perspektivlərini təqdim edirdi.

Lakin hal-hazırda sahibkarlıq mühiti dəyişir və qloballaşma şəraitində fəaliyyət göstərən şirkətlər artıq beynəlxalq bazarları inkar edə bilmir. Xidmət və əmtəənin istehsalında bütün dünya ölkələrinin qarşılıqlı asılılığının artması öz biznesinə daha da qlobal mövqedən yanaşmaq zərurətini kompaniyalar tərəfindən dərk olunmasına gətirib çıxarmışdır. Qlobal bazarın fəaliyyət göstərməsi ona görə vacibdir ki, burada bir çox şirkətin gələcəyi istehsalatın genişlənməsi imkanlarından asılıdır. Daxili bazarın artıq dolması səbəbi üzündən şirkətlər xarici ölkələrin bazarlarında yeni imkanlar axtarmalıdır. Beynəlxalq ticarət daha da liberal səviyyəə daşır və buna görə də kompaniyalar özünün daxili bazarında xarici ölkələrin istehsalçıları tərəfindən aparılan amansız rəqabət ilə üz-üzə qalır. Onlar özünəməxsus doğma ərazilərdə rəqiblərdən müdafiə olunmağı öyrənməli, yaxud xarici bazarlarda açılan imkanlardan istifadə etməlidir.

Yeni rabitə və nəqliyyat vasitələrinin, maliyyə hesablaşmalarının meydana gəlməsi ilə zaman və məsafə sanki sıxılmış daha az diqqəti cəlbədən olur. Bir ölkədə istehsal edilən məhsul böyük rəğbətlə digər ölkələrdə qəbul olunur. Necə ki, Toyota, Sony və Toşiba kimi şirkətlərin adına Qərbi Avropa və Şimali Amerika istehlakçısı adət edibsə, eyni zamanda Yaponiya, Sinqapur və Qonkonqun gənc yaşlı nümayəndələri McDonalds, Philips və İKEA adı altında fəaliyyət göstərən kompaniyaları çox yaxşı tanıyır.

Qlobal rəqabətin güclənməsi ilə xarici rəqiblərini heç vaxt yada salmayan yerli kompaniyalar onların mövcudluğunu birdən-birə öz ətrafında aşkar edir. Təhlükəsizlik naminə öz yerli bazarlarında fəaliyyət göstərməyə üstünlük verən şirkət nəinki digər bazarlara çıxış imkanlarından məhrum olunmaq və həmçinin, daxili bazarlarda ona özünəməxsus olan payı da itirmək təhlükəsi ilə üzləşir.

Misal üçün, Qərb istehsalçıları ilə müqayisədə yapon kompaniyalarının bir çox sahədə üstün olmasına diqqət yetirək: bunlar - motosikl, avtomobil, kamera, məişət texnikası, dəzgahlar və sürətçixarma texnikasıdır. Həmin bazarların Amerika, Almaniya və Britaniya kompaniyalarına tabe olmasına 1970-ci illərdə hər kəs adət etmişdir, lakin hal-hazırda onlara üzərində hökmranlıq edən Yaponiya istehsalçılarıdır. Sonuncular onlara xarici kompaniyalar tərəfindən aparılan rəqabətdən heç də sığortalanmamışdır. Qiyməti aşağı salan Cənubi Koreya və Tayvan kimi Cənub-Şərqi yeni sənaye ölkələri tərəfindən aparılan rəqabətin güclənməsi poladtökmə, kimya və ağır maşınqayırma olan ənənəvi sahələrdə məşhur yapon şirkətləri üçün ciddi təhlükə yaradır. Beynəlxalq avropa kompaniyalarının ABŞ-da fəaliyyət göstərən yerli kompaniyalara qarşı edilən hücumları nəticəsində sonuncuları özünü müdafiə etməyə məcbur edir: Bic kompaniyasının Gilletə qarşı etdiyi uğurlu hücumları və Nestle kompaniyasının qəhvə və qənnadı məmulatlar bazarını ələ keçirməsi "təhlükəsiz" olan daxili bazarlarda qlobal rəqabətin artması haqqında xəbər verir. Avropa İttifaqı çərçivəsində xarici kompaniyalar tərəfindən aparılan investisiyaların bilavasitə yatırması prosesi güclənir, bütün sahibkarlıq fəaliyyəti sahələrində (avtomobillər və geyim istehsalı, pərakəndə ticarət və maliyyə xidmətlərinin göstərilməsi sahələri) ittifaq daxili sərmayə axını qüvvətlə hərəkət edir. gerçəkləşdirilməsi uzun müddət ərzində nəzərdə tutulan Şərqi Avropa bazarlarına daxil olmaq niyyətini bir çox təcrübəli və aqrossiv xarakterə malik olan xarici kompaniyalar nəzərdən keçirir. Deməli, şirkətlərin xarici bazarlara daxil olmaq və onların qlobal rəqabətə davamlılıq səviyyəsinin artırılması metodlarını bilmək indiki zamanda bu şirkətlər üçün son dərəcə əhəmiyyətlidir.

Hal-hazırda qlobal sahədə çalışan şirkətlər nəinki mal ixracatı ilə məşğul olmağa və həmçinin, özü qlobal olmaq üçün çalışmağa məcburdur. Qlobal sahə elə bir sahədir ki, burada bütövlükdə şirkətlərin dünya bazarında malik olduğu

ümumi mövqeyi milli, yaxud məkan baxımından səciyyələndirilən bazarda onların rəqabət aparmaq imkanlarına təsir göstərir. Beləliklə, qlobal şirkət elə bir şirkətdir ki, onun bir neçə ölkədə fəaliyyət göstərməklə öz ölkəsində yerli rəqibləri üçün əlçatmaz olan elmi tədqiqatlar, istehsalat, marketing və maliyyədə üstünlükləri əldə edir. Qlobal kompaniya hesab edir ki, bütün dünya burada vahid bir bazardır. Bu şirkət milli sərhədlərin əhəmiyyətini minimuma endirib kapital qoyuluşu ilə məşğul olur, ilkin material və hissələri əldə edir, gəlir gətirə biləcək hər hansı bir yerdə məhsulun istehsalı və satışını təşkil edir. Bu, həmin şirkətlərə mənfəət gətirə bilsin. Misal üçün, "dünyanın yük daşıyıcısı" olan Ford Avropada istehsal olunan yük götürən hissəsindən, Şimali Amerikada isə düzəldilmiş avtomobil rəqabətindən istifadə edir. Braziliyada istehsal edilən bu şirkətin yük avtomobilləri satılmaq üçün ABŞ-a göndərilir. Beləliklə, qlobal miqyasda fəaliyyətini planlaşdıran, onu əlaqələndirən və icra edən qlobal şirkətlər üstünlüklərə nail olur və müvəffəqiyyət qazanır. Almaniyanın aparıcı avtomobil istehsalçılarından olan BMW və Mercedes-Benz tərəfindən nəzərdə tutulmuş struktur dəyişikliklərinin həyata keçirilməsində bu üstünlüklər həlledici rol oynamışdır. Qlobal marketing məkan baxımından birbirindən fərqli olan bazarlarda aparılan marketing fəaliyyətinin standartlaşdırılması və inteqrasiyası ilə bağlıdır. Bu, marketing kompleksinin ayrı-ayrı ölkələrə inadkarcasına uyğunlaşmasını inkar etmir və bunu düşünməyə əsas verir ki, imkan düşdükcə şirkətlər ənənəvi olan bazar çərçivəsini nəzərə almayacaq və rəqabətdə üstünlük əldə etmək naminə bazarların oxşarlığından istifadə edəcəkdir.

Bir halda ki, kompaniyalar apardıqları fəaliyyəti və bazarları bütün dünya qloballaşdırırlar. Bu təqdirdə qlobal sahələrdə fəallıq göstərən yerli şirkətlər sürətlə və qətiyyətlə hərəkət etməlidir. Əgər hər bir orta və kiçik həcmli şirkət uğur qazanmaq niyyətindədirsə, o ona yaxın sayda olan bir neçə ölkə ilə kifayətlənməməlidir. Onlar qlobal miqyasda öz yerini axtarmalıdır. Lakin dünya get-gedə darısqallaşır və bu, ya-

xud digər qlobal sahədə (böyük ya kiçik) fəaliyyət göstərən hər bir şirkət və müxtəlif ticarət bazarlarında fəaliyyətin in-teqrasiyası, yaxud standartlaşdırılmasına əsaslanmış qlobal marketinqə istinad edərək öz imkanlarını qiymətləndirib dünya bazarlarında öz yerini tutmalıdır.

2.2. QLOBALLAŞMA ŞƏRAİTİNDƏ BAZARIN STRUKTUR SAHƏLƏRİNİN DƏYİŞMƏSİ

İnformasiya dövrü kompaniyaların gəlir əldə etmək imkanlarını dəyişdirir. İqtisadiyyatın vaxtilə "ürəyi" olmuş bir çox bazarlar artıq qərb şirkətlərini maraqlandırmır. Sürətlə və qətiyyətlə fəaliyyət göstərməyi bacaran kompaniyalar üçün böyük gəlir əldə etmək imkanlara malik olan yeni bazarlar meydana gəlməkdədir. Bölündükdən sonra istehsal sahələri iki formada inkişaf edir. Birinci formaya nisbətən çox yüksək dərəcəli zəhmətin tələb olunması və xammalın fəal şəkildə istifadəsi ilə səciyyələnən ənənəvi olan istiqamətlər aid edilir (toxuculuq, daş kömür hasilatı, poladtökmə, avtomobil və kimya sahələri). Onlar həm birinci, həm də ikinci nisbətən ucuz olduğu inkişaf edən ölkələrə meyil edərək bu istiqamətdə sürətlə hərəkət edir. Bu sahələrin əksər hissəsi istehsalat obyektlərinin həddindən artıq çox olması problemi üzündən əziyyət çəkir və həmin vəziyyət onunla bağlıdır ki, hər bir ölkə bazardan öz payını qazanmaq istiqamətində mübarizə aparan rəqib ölkələr həddən artıq sərt investisiya siyasətini aparırlar. Qiymətlərin aşağı düşməsi və investisiyaların qaytarılmasında aşağı səviyyəli göstəricilər bunun əyani nəticəsidir.

İnformasiya və biliyə əsaslanan sahələr (farmasevtik, kommunikasiya, elektron və kompyuter, aerokosmik və biotexnoloji) ikinci formaya aiddir. Hər halda xərclərin böyük hissəsi informasiyanın əldə olunması ilə bağlıdır: yəni tədqiqatlar, dizayn, işləmələr, testləşdirmə, marketinq, alıcılara

xidmət göstərilməsi və texniki cəhətdən dəstəkləndirməsi ilə. Gəlir əldə edilməsi onun və artırılması üçün imkanlar məhz burdadır.

Qərb ölkələrinin əksər hissəsində yayılmış rəyə zidd olaraq məhsulun istehsalı son onilliklər ərzində aşağı düşməmişdir. Məqsədlər dəyişmiş və bu, ondan xəbər verir ki, informasiyadan istifadə edilməsinə istinad edən və elm tutumlu sahələr əməyin yüksək intensivliyi ilə seçilən sahələri arxa plana sıxışdırmış və bu hal istehsal müəssisələrində əhəlinin məşğulluq səviyyəsinin çox aşağı düşməsinə az əks olunmuşdur.

Lakin xidmət sahəsinin sürətlə inkişaf etməsi bütövlükdə məşğulluq səviyyəsinin aşağı düşməsinə mane olmuşdur. Son onilliklər ərzində bu sahənin istehsal həcmi sənaye ilə müqayisədə 2 dəfə tez artmışdır. İnkişaf etmiş iqtisadiyyata malik olan ölkələrdə bütün ümumdaxili məhsulun üçdə ikisi xidmət sahəsinin payına düşür. Həyat səviyyəsi artdıqca istehlakçılar malların alınmasına sərf edilən vəsait ilə müqayisədə onlara göstərilən xidmətlərə görə daha çox pul xərcləyir. Səhiyyə, təhsil, turizm, maliyyə xidmətləri, əyləncə, restoranlar – məhz sürətlə artan bazarları ifadə edir. İnformasiya texnologiyaları da bir çox halda xidmətin göstərilməsini bildirir. Həmin prosesin inkişafının daha bir səbəbi ondan ibarətdir ki, yeni, informasiyaya əsaslanan yeni istehsal sahələrinin məhsulu xidmət göstərilməsi formasında sürətlə yayılmaqdadır. Misal üçün, farmaseftik kompaniyalar, yaxud kitab nəşriyyatları dərman, yaxud kitabları ixrac etmək əvəzinə onların istehsalına icazə verən lisenziyaların verilməsi ilə məşğuldur. Gələcəkdə musiqi yazıları və xəbərlər kimi təklif olunan bir çox məhsullar maddi əşyalar şəklində (misal üçün, kompakt-disklər) satın alınması əvəzinə İnternetdən əldə edilməsinə imkan yaranacaq.

2.3. İNFORMASIYA İNQİLABI

İnformasiya inqilabı əmtəə bazarlarının qloballaşmasında mühüm amil kimi göstərilir. Elm və texnologiya sahəsində sürətlə cərəyan edən dəyişikliklər bir çox sahələrinin qloballaşmasını və kökündən baş vermiş transformasiyaları şərtləndirir. Lakin baş verə biləcək dəyişikliklərdə ən böyük perspektivlər informasiya texnologiyaları sahəsində cərəyan edən inqilabla bağlıdır. 1960-1970-ci illərdə onlar ilk personal kompyuterlərin meydana gəlməsi ilə bağlı yaranmışdırsa, hərtərəfli şəkildə özünü göstərmək imkanları ancaq iyirmi il ötdükdən sonra, yəni böyük marağa səbəb olmuş İnternet ilə gerçəkləşir. "Böyük torun" yaranmasından cəmi 10 il keçməsindən sonra, yəni 2001 ilin əvvəllərində cəmiyyət və biznes sahəsində əsaslı dəyişikliklər baş vermişdir: praktiki olaraq sıfır səviyyəsində olan sərfiyyətlə elektron vasitələrinin köməkliyi ilə evdə və işdə ünsiyyət aparən insanların sayı universal və açıq standartlardan istifadə etmək şərti ilə 200 milyondan artıq olmuşdur.

Meydana gələn geniş zolaqlı şanıvari şəbəkələrlə yanaşı, internet biznesin bütün məsələlərini qəti şəkildə əhatə edən rəbətənin təşkili üçün böyük imkanlar yaradır. İlk əvvəl dəyərin daxili yaradılması zənciri dəyişir – kompaniyalar tərəfindən bura mal və xidmətlərin işlənməsi, istehsalı, satışı, çatdırılması və dəstəklənməsi aid edilir. Keçmişdə mütəşəkkilliyin yaradılmasında iyerarxiya və bürokratiya rəhbəredici prinsip kimi götürülürdü, çünki informasiya baha başa gəlir və onun əldə olunması uzun sürən və mürəkkəb bir proses idi. İndiki zamanda informasiya mübadiləsi məqsədilə qlobal kompaniyaların işçilərini daim olaraq və xüsusi xərc sərf edilmədən birləşdirən internet-kompüter şəbəkələrinin meydana gəlməsi ilə bağlı olan funksiyaların iyerarxik şəkildə bölüşdürülməsində olan tələbat kənarlaşdırılır. Şəbəkə daxilində qeyri-formal işin aparılması və funksiyalararası dəstələr onu əvəzləyir və bu da öz növbəsində daha da yastı və iqtisadi

sadi cəhətdən sərfəli mütəşəkkil strukturlarının inkişafına kömək edir, alıcılara daha sürətlə reaksiya verib onlara daha yaxşı xidmət göstərilməsinə imkan yaratmışdır.

Bundan sonra informasiya inqilabı alıcı kompaniya və təchizətmə subyektləri arasında mövcud olan münasibətləri dəyişdirir. İnformasiya texnologiyaları tərəfdaşlıq əlaqələrinin sıx şəkildə inkişaf etməsinə təsir edir. Kompaniyaların bir-biri ilə lokal şəbəkələr birliyi olan ekstranet virtual biznesin yaradılması, alış-satış iştirakçılarının inteqrasiyası vasitəsidir. Cins parçadan tikilən geyimin istehsalçısı olan Levi kompaniyası bunun bariz nümunəsidir. Bu kompaniya ən böyük satıcıları tərəfindən istehsal etdiyi mallar sırasında hansı modellərin və hansı ölçülərin daha çox satılması haqqında məlumatı daima internet vasitəsi ilə əldə edir. Sonra isə təchizat işini icra edən Milliken kompaniyasına tələb olunan parçaları ləngimədən çatdırmaq üçün kompyuter sifariş vasitəsilə göndərilir. Sonuncu da, öz növbəsində lif istehsal etmək üçün Du Pont korporasiyasının zavodlarında sifariş göndərir. Beləliklə, bu tərəfdaşlar təchizat sahəsində mümkün ola biləcək artıq xərclərdən özünü sığortalayır, ehtiyat həcmi minimuma endirir və tələbatın son mərhələsində baş verən dəyişikliklərə tez bir zamanda cavab vermək imkanını qazandıran verən operativ məlumatla malik olur.

Eyni zamanda, tərəfdaşlıq münasibətləri əvəzinə tədarük sahəsində qiymətin əsas amil olması hallarda informasiyanın əldə edilməsinin yeni üsulları istehlak və təchizatçı arasında mövcud olan münasibətləri zəiflədir. Məsəl üçün, komplektləşdirici hissələrin bir çox alıcısı İnternetin elanlar lövhəsində öz tələblərini bildirir və hər bir təchizatçının təklifini nəzərdən keçirməyə hazır olduğunu göstərir. İnformasiya inqilabı istehlakçı kompaniyalar üçün əlavə məlumat əldə etmək və işini dəyişdirmə zamanı meydana gələn mənfəetləri mümkün qədər azaltmaq imkanları yaradır. Qloballaşma şəraitində istehlakçının bazarda hakimiyyəti bütövlükdə xeyli dərəcədə artmışdır.

Nəhayət, informasiya inqilabı marketing-miks və marketingin qloballaşmasına da təsir göstərir. Adətən təchizatçının alıcıya təklif etdiyi məhsul və informasiyanın keyfiyyətindən asılı olaraq o özünə lazım olan məhsulu əldə edir. Qlobal bazar şəraitində istifadəçinin daha geniş seçim qarşısında qalması İnternetdə mövcud olan axtarış sistemləri ilə bağlıdır, lakin bu axtarış sistemləri yuxarıda göstərilən ticarət formaları üçün təhlükə yaradır.

İnformasiya texnologiyalarının çoxsaylı qlobal bazarlarda tətbiq edilməsi vasitəçilik əlaqələrinin tərkib hissələrini xeyli azaltmağa imkan yaratmışdır. Alıcılar aşkar edir ki, pərakəndə ticarətdə satıcı, vasitəçi və brokerlərin fəaliyyəti onlara lazım deyil; istehsalçı ilə bilavasitə İnternet, yaxud telefon əlaqəsi yaradaraq onlar rahat və ucuz başa gələn alış-veriş əməliyyatını həyata keçirir. Dell (kompyuterlər) və Direct Line (sığorta işi) kimi kompaniyalar həmin strateji pəncərədən istifadə etməklə tez bir zamanda onlara məxsus olan bazarlarda liderliyi ələ almışlar. Yekun mərhələ istehlakçıları ilə satıcının bilavasitə iş aparması nəticəsində onun ayrı-ayrı alıcılarının istək və davranışı haqqında məlumat bazası yaratmaq imkanı əldə olunur. Bundan sonra malik olduğu məlumat və hətta ərzağı onlara uyğunlaşdıraraq satıcı bazar təkliflərinin dəyərliliyinin artırılması üçün səy göstərir. Beləliklə, informasiya inqilabı marketingin xarakterini tədricən dəyişdirir, onun qloballaşmasına imkan yaradır və kütləvi kommunikasiyalardan və standartlaşdırılmış nişanlardan tutmuş fərdi, yəni təkbətək marketingə qədər istiqamətlənən fəaliyyəti stimullaşdırır. Onun nailiyyətlərindən istifadə edən qlobal şirkətlər daha yüksək gəlir əldə etmək, istehlakçının onlara loyallıq münasibət bəsləməsinə nail olmaq və malların alınmasında daha çox vəsait xərcləmək imkanlarını qazandırır.

Baş verən dəyişiklikləri bazarın daimi liderlərinə məxsus olan marketing aktivlərinin passivə çevrilməsinə gətirib çıxardır. İstehlakçıların elektron kommunikasiya vasitələrinə yiyələnməsi prosesi inkişaf etdikcə bankın bölmələr şəbəkəsinin, şəhərlərin mərkəzi küçələrində yerləşən çoxsaylı dükən-

ların, təcrübəli ticarət işçilərinin gələcəyi tədricən daha da qeyri-müəyyən xarakter alır. Qloballaşma və informasiya inqilabı şəraitində xarici mühitdə baş verən dəyişikliklər fond bircalarının fəaliyyətində də əks olunur. Sənaye dövrünün nəhəngləri olan General Motors, Boeinq, Xerox və ICI kimi kompaniyaların qiymətli kağızları ilə müqayisədə informasiya əsrinin qabaqcılları olan Yahoo!, Excite və AOL kimi internet-kompaniyaları investorlar üçün daha da cəlbedicidir.

2.4. ƏMTƏƏ BAZARININ QLOBALLAŞMASI ŞƏRAİTİNDƏ KOMPANİYALARIN BÖLGÜ KANALLARI

Əmtəə bazarının qloballaşması onda ifadə olunur ki, istehlakçıya məhsulun satılması probleminə beynəlxalq kompaniya onun gerçəkləşdirilməsində bütün beynəlxalq bölgü kanallarının istifadəsini nəzərdə tutur. Satıcı və alıcı arasında əsas olan üç əlaqə halqası mövcuddur: bu 1) bölgü kanallarına nəzarət edən və bu kanalın öz tərkib hissəsi olan satıcı kompaniyanın öz mənzil-qərargahı; 2) xarici ölkələrin sərhədlərinə qədər malın çatdırılmasını təmin edən dövlətlərarası kanallar; 3) xarici ölkələrlə sərhədin keçid nöqtəsindən başlayaraq bəzi gələn malların istehlakçıya çatdırılmasını təmin edən dövlətdaxili kanallar. Bəzi istehsalçılar hesab edir ki, məhsul onların əlindən çıxdıqdan sonra onların işini bununla qurtarır.

Xarici ölkələrdə fəaliyyət göstərən pərakəndə ticarət obyektlərinin həcmi və ölçüləri bir-birindən fərqlənir. ABŞ və Böyük Britaniyada iri pərakəndə şəbəkəsi üstünlük təşkil etməsi ilə yanaşı, Avropada və digər ölkələrdə bu növ ticarətin aparılması əsasən, çoxsaylı kiçik və müstəqil pərakəndə ticarətçiləri tərəfindən həyata keçirilir. Milli satış sisteminə yiyələnmək bir çox hallarda bazara uğurla daxil olmağın həlledici mərhələsidir. Beləliklə, şirkət qlobal xarici bazarlarda hər bir satış kanalının səciyyəvi xüsusiyyətləri haqqında informasiya almaq üçün vəsait sərf etməli və

ticarət kompleksinə yaxud onun möhkəmləndirilmiş sisteminə ən effektiv müdaxilə metodunu seçməlidir.

Şirkət elə bir mütəşəkkil struktura malik olmalıdır ki, o, beynəlxalq mühitə uyğun gəlmiş olsun. Müxtəlif bazarlarda şirkətin ayrı-ayrı strategiyalarının gerçəkləşdirilməsini təmin etmək üçün həmin qurum gərək çevik olmalıdır.

Aparılan beynəlxalq fəaliyyətin idarə olunması kompaniyalar tərəfindən ən azı üç müxtəlif üsul vasitəsilə həyata keçirilir. Kompaniyaların əksəriyyəti ilk əvvəl ixracat şöbəsini təşkil edir, sonra isə beynəlxalq bölmələri yaradır və nəticədə qlobal təşkilata çevrilir.

İxracat şöbəsi. Şirkət adətən öz mallarının ixracatı ilə məşğul olaraq beynəlxalq bazara çıxır. Beynəlxalq miqyasda aparılan satışın həcmi genişləndikcə şirkət satış bölməsinin rəhbəri və onun bir neçə köməkçisindən ibarət olan ixracat şöbəsini təşkil edir. Satışın həcmi bundan da çox artdıqdan sonra müxtəlif satış xidmətləri daxil olmaqla şirkət özünün ixracat şöbəsini genişləndirir və bu, həmin şəbəkə biznes fəaliyyəti ilə daha fəal məşğul olmağa imkan yaradır. Şirkətin birgə müəssisələr yaratması yaxud bilavasitə investisiyalarla məşğul olduğu halda ixracat şöbəsi artan tələblərə daha cavab verə bilər.

Beynəlxalq bölmə. Kompaniyaların əksəriyyəti beynəlxalq miqyasda aparılan yeni fəaliyyət növlərini mənimsəyir və bir neçə beynəlxalq bazarda öz fəaliyyətini davam etdirir. Şirkətlər hər hansı bir ölkəyə mal ixracatını, digər ölkəyə lisenziya satışını, üçüncü ölkədə birgə müəssisə və dördüncü ölkədə törəmə müəssisə yaradıb təşkil edə bilər. Əvvəl-axır şirkət onun bütün beynəlxalq fəaliyyətini aparan beynəlxalq bölgə yaxud filial yaradacaqdır.

Beynəlxalq bölmələri müxtəlif cür yaratmaq mümkündür. Bu bölmələrin ştatına marketinq, istehsalat, elmi tədqiqatlar, maliyyə, planlaşdırılma və heyət üzrə mütəxəssislər daxil edilir. Müxtəlif funksional bölmələrdən ibarət olan bu qurumlar üç üsuldan birinin köməyi ilə təşkil olunur:

* coğrafi əlamətə görə. Burada hər bir ölkəyə cavabdeh ancaq bir menecer olur (müvafiq ölkədə o ticarətlə bağlı olan heyət, satış şöbələri, distribyuter və lisenziyalar ilə məşğul olur);

* satılan mala görə. Bu müəyyən çeşiddə qruplara bölünmüş malın beynəlxalq miqyasda satılmasına cavabdeh olan ayrı-ayrı belə bölmələrdir.

* bölmənin beynəlxalq filial kimi fəaliyyət göstərməsi. Burada onların hər biri özünün satdığı və əldə etdiyi gəlirə görə cavabdeh olur.

Qlobal təşkilat. Ayrı-ayrı şirkətlər beynəlxalq şöbə mərhələsini keçdikdən sonra əsil qlobal təşkilat səviyyəsinə qalxmışdır. Artıq onlar özünü xaricə mal ixrac etməklə məşğul olan milli bazarın subyekti hesab etmir və onlar qlobal bazarın subyektlərinə çevrilir. Belə şirkətin ali rəhbərliyi məhsulun istehsalını, marketinq siyasətini, maliyyə axınları və maddi-texniki təminat sisteminin bütün dünyada tətbiq olunmasını planlaşdırır. Qlobal funksional bölmələr görülmüş işlər haqqında beynəlxalq şöbənin rəhbəri qarşısında yox, məhz bilavasitə şirkətin prezidenti, yaxud onun baş icraiyə komitəsinin qarşısında hesabat verir. Orta təbəqə rəhbərləri şübhəsiz yerli, yaxud beynəlxalq səviyyədə fərqli olan dünya miqyasında fəaliyyət aparmaq üçün hazırdır. Şirkət bir çox ölkədə idarəetmə strukturlarının heyətini seçib toplayır, ucuz başa gəlidiyi yerlərdə zəruri və təmir hissələri ləvazimat alır və daha çox gəlir verə biləcək obyektlərə investisiya qoyuluşunu həyata keçirir.

XXI yüzilliyə qədəm qoymuş xarici şirkətlər qloballaşma və rəqabətə davamlılıq səviyyəsini qorumaq üçün yeni imkanlar əldə etmişlər. Xarici vətəndə mövcud olan bazara xarici şirkətlərin müvəffəqiyyətlə kompaniyaların yerli bazarlara müvəffəqiyyətlə daxil olduğu zaman xarici bazarlarda fəaliyyət göstərən şirkətlər özünü daha aqressiv şəkildə aparır. Beynəlxalq əməliyyatların ikinci dərəcəli məsələ olması münasibətini təkrar nəzərdən keçirməklə onlar bütün dünyanı vahid sərhədsiz bazar şəklində qəbul edir.

Beləliklə, **beynəlxalq bölmə** elə bir beynəlxalq mütəşəkkil formasıdır ki, burada şirkətin bütün beynəlxalq fəaliyyəti onun filialı tərəfindən aparılan nəzarəti altında həyata keçirilir. Coğrafi, yaxud istehsalat əlamətinə görə fəaliyyət göstərən bölmə, yaxud malın satışı və əldə edilən gəlirə görə cavabdeh olan beynəlxalq filiallar marketing, istehsalat, tədqiqatlar, planlaşdırma və heyət üzrə mütəxəssislərdən təşkil olunur.

Qlobal təşkilat elə bir mütəşəkkil formadır ki, burada şirkətin ali idarəetmə təbəqəsi və onun heyəti bütün dünyada aparılan məhsulun istehsalını yaxud istehsalat qüvvələrini, marketing siyasətini, maliyyə axınlarını və maddi-texniki təchizat sistemini planlaşdırır. Qlobal fəaliyyət aparan bölmələr beynəlxalq şöbənin başçısı qarşısında yox, məhz bilavasitə onun prezidenti qarşısında gördüyü işlər haqqında hesabat verir.

Rəqabət meydanı olan beynəlxalq bazarlar inadkarlıqla tələb edir ki, çevik fəaliyyətin aparılması qlobal şirkətlər tərəfindən qiymətləndirilsin.

Bununla yanaşı, qloballaşma standartlaşdırma ilə eyniləşdirilmir. Qloballaşma burada ümumi artımın miqdarını nəzərdə tutur. Şirkətin dünya bazarlarına müdaxiləsi artıqca onun inkişaf etməsi bütün dünyada malik olduğu əsas bazarlarının çoxsaylı yerli fərqli cəhətlərinə nə cür reaksiya verməsindən asılıdır.

Hər bir şirkət qarşısında duran vacib məsələlərdən biri səmərəli beynəlxalq fəaliyyətin təşkil olunmasıdır. Mərkəzləşdirmə və əks mərkəzləşdirmə arasında mövcud olan konflikt çox gərgin səciyyə daşıyır. Menecerlər, bir tərəfdən strateji qərarların qəbul edilməsi və tədbirlərin görülməsinə mərkəzləşdirilmiş qaydada yanaşmalıdır. Lakin digər tərəfdən isə – onlar, bazar şəraiti ilə sıx bağlı olan yerli işçi heyətinə mümkün qədər sərbəstlik verməlidir. Mərkəzləşdirmə əks mərkəzləşdirmə arasında mütəşəkkilliyin heç bir universal kombinasiyası mövcud deyil. "Qlobal şəkildə düşün, müəyyən yerdə hərəkət et" prinsipini nəzərə almaq lazımdır.

Zaman və şirkətin apardığı işlərin vəziyyətinə uyğun olaraq mütəşəkkil struktur dəyişməyə məruz qalır. Şirkət öz strukturunu beynəlxalq mühitə uyğunlaşdırılmasını təmin etməli və eyni zamanda strateji məqsədlərinin həyata keçirilməsi üçün daxili elastikliyə malik olmalıdır.

Beləliklə, müasir qloballaşma şəraitində yerli bazarlar nə qədər həcmli olmasına baxmayaraq şirkətlər ancaq özünə diqqət yetirməyi mümkün hesab etmir. Bir çox sənaye sahələri qlobal səciyyə daşıyır və qlobal miqyasda fəaliyyət göstərən şirkətlər daha da məşhur olmağa və daha da az vəsait xərcləməyə nail olur. Eyni zamanda, qlobal şəkildə aparılan fəaliyyət valyuta kursunun və hökumətlərin qeyri-sabitliyi, proteksionist tarifləri, ticarətdə maneələr və həmçinin, bir sıra digər amillərin üzündən irəli gələn daha da yüksək dərəcədə ehtimal etdiyi risklə bağlıdır. Bununla əlaqədar şirkətlər tərəfindən elə bir qərarların qəbul edilməsi mövqeyinə ehtiyac duyulur ki, burada onların potensial marağı və beynəlxalq fəaliyyətdə rast gəlinə bilən risklər sistematik şəkildə nəzərə alınsın.

Birincisi, şirkət beynəlxalq bazarın mövcud imkanlarını təhlil etməlidir. Bunun üçün qlobal bazar mühitinin və xüsusilə beynəlxalq ticarət sisteminin menecerlər tərəfindən anlaşılması vacibdir. Hər bir xarici bazara xas olan iqtisadi, siyasi, hüquqi və mədəni göstəriciləri qiymətləndirməyi bacarmaq lazımdır. Şirkət beynəlxalq bazara çıxmaq qərarı ilə bağlı olan məsələni həll etməli və bu addımın mümkün risklərin və üstünlüklərini nəzərdən keçirməlidir.

İkincisi, şirkət hansı bazarlara çıxmaq qərarını qəbul etməlidir. Belə qərar kapital qoyuluşunun ehtimal edilən özünü doğrultması koeffisienti və doğura biləcək risk səviyyəsini nəzərə alacaq ölkələrin sayını, beynəlxalq miqyasda aparılan satışın həcmi müəyyən etməyi nəzərdə tutur.

Üçüncüsü, şirkət bazara nə cür çıxmaq qərarını qəbul etməlidir (ixracat, birgə sahibkarlıq fəaliyyəti yaxud bilavasitə investisiya qoyuluşu vasitəsilə). Öz fəaliyyətini bir çox şirkətlər adi ixracatçı kimi başlayaraq birgə işgüzarlıq fəa-

liyyətinə tədricən həyata keçirir və xarici bazarlarda bilavasitə investisiya qoyuluşu işini nəhayət başlayır. Lakin yeni ölkənin bazarına ilk dəfə çıxmaq üçün şirkətlər get-gedə birgə müəssisələrdən istifadə edir.

Dördüncüsü, şirkət bazarda ilk əvvəl möhkəmlənmə və gələcəkdə sabit mövqə tutmaq üçün zəruri ehtiyatları bölüşdürməlidir.

Beşincisi, şirkət marketing kompleksinə daxil olan bütün üsurlərin (əmtənin, onun təbliğinin, qiymətinin və yayılma kanallarının) adaptasiya səviyyəsini yaxud standartlaşdırılmasını götür-qoy edib özünün strateji marketing planını işləyib hazırlamalıdır. Bundan sonra strategiyanın müvəffəqiyyətlə həyata keçirilməsi üçün şirkət öz komandasını yaratmalıdır. Şirkət beynəlxalq miqyasda əməliyyatların aparılması məqsədilə müxtəlif təşkilati strukturlarını yarada bilər. Şirkətlərin əksəriyyəti ixracat şöbəsindən başlayaraq tədricən beynəlxalq bölməyə çevrilir. Bir müddət keçdikdən sonra bəzi şirkətlər qlobal təşkilata çevrilir və onlara məxsus marketing fəaliyyəti şirkətin yüksək vəzifəli şəxsləri tərəfindən planlaşdırılır və idarə olunur. Və nəhayət, menecerlər özünə məxsus beynəlxalq marketing proqramlarını daima qiymətləndirməli, bütün planları diqqət mərkəzində saxlamalı və zəruriyyət yarandıqda nəzərdə tutulan istehsalat nəticələrinin əldə edilməsi üçün onlara nəzarət metodlarını tətbiq etməlidir.

2.5. ƏMTƏƏ BAZARLARININ QLOBALLAŞMASI ŞƏRAİTİNDƏ KOMPANİYANIN STRATEGİYALARI

Müasir dövrdə şirkətin uğurlu fəaliyyət göstərməsi onunla şərtlənir ki, sürətlə dəyişən xarici mühitə bu qurum nə dərəcədə uyğunlaşa bilər. Mal, xidmət və texnologiyaların istehlakçı tərəfindən seçilməsini məhz bu mühit müəyyən

edir. Fikrimizcə, - seçilmiş bazarlarda rəqabət baxımdan üstünlüyə nail olmaq üçün şirkətin ehtiyatlardan istifadə etməsi üzrə ümumi planıdır. Təşkilat işi şirkətin qabiliyyəti və onun strategiyasının həyata keçirilməsi üçün daxilində qəbul edilmiş işçilərin idarə edilməsi üsulları, onların koordinasiyası və motivasiyası ilə bağlıdır.

Müasir bazar şəraitində dəyişikliklərin əhəmiyyəti o qədər böyükdür ki, onlar bütün şirkətlər tərəfindən strateji və təşkilati dəyişikliklərin aparılmasını qəti şəkildə tələb edir. Şirkətlərin inkişafını və firavanlığını təmin etmiş və zamanın sınağından keçmiş menecerlərin istifadə etdiyi üsullar artıq köhnəlmişdir. Qloballaşma, yeni sahə strukturları, texnologiyaların sürətlə dəyişməsi və alıcının yeni arzuları yeni şəraitdə mənfəət götürmək naminə sürətli və qətiyyətli hərəkətlərin icra olunmasına qabil olan kəslər üçün fenomenal imkanlar yaratmaqla yanaşı, keçmişdə mövcud olan bazarları məhv edir.

Müasir şirkətlərin menecmenti qlobal fəaliyyət gətirib çıxardan əsas strategiyaları ayırd edir:

- * iştirak etmə strategiyası;
- * marketinq strategiyası;
- * əməliyyat strategiyası;
- * qlobal strategiya;
- * təşkilat strategiyası.

İştirak etmə strategiyası. Mənfəət əsasında əldə edilən inkişaf imkanları xarici mühitin dəyişməsi ilə yanaşı, paralel şəkildə dəyişir. Bəzi bazarların imkanları tükənir və kompaniya onları tərk etməyə məcbur olur ki, digər bazarlar isə əksinə olaraq, gözəl imkanlar təklif edir, investisiyaların artırılmasını, yeni təşkilat və innovasiya strategiyalarının işlənməsini tələb edir. Kompaniyanın hansı bazarlarda əməliyyat aparması haqqında qərarı menecment qəbul etməlidir. Bunun üçün aşağıdakılar obyektiv şəkildə qiymətləndirilməlidir:

1) kompaniya tərəfindən fəallıq göstərdiyi bazarların cəlbediciliyi. Bir halda ki, rəqabətin intensivliyi və alıcıların qiymətlə bağlı təzyiq göstərmələri fərqli xarakter daşıyarsa,

onda digərləri ilə müqayisədə bəzi bazarlar daha çox mənfəət əldə edəcəkdir. Bütövlükdə ən cəlbedici imkanlar xidmət sahəsində meydana gəlir (əyləncə, təhsil, İnternet, proqram mahiyyətli məhsulun istehsalı, mobil telekommunikasiyalar). Qoyulmuş vəsaitin digər bazarlar tərəfindən sərmayədarlara lazımi səviyyədə ehtimalı çox kiçikdir. Böyük əmək və material sərfiyyatını tələb edən köhnə sahələrin bir çoxu (toxuculuq sənayesi, poladtökmə istehsalı, kimya sənayesi) cəlbediciliyinə görə sonuncu kateqoriyaya aid edilir.

2) Bazarların rəqabət aparmaq üçün imkanları. Xərclərin aşağı səviyyədə saxlanması və istehsal edilən gözəl məhsul kimi kompaniyanın fərqləndirici üstünlüklərinin olması və qiymətlər sahəsində mükafat almaq imkanlarından məhrum olduğu bu təqdirdə onun məqsədli gəlir əldə etmək niyyəti müşkülə çevrilir.

Marketing strategiyası. İnformasiya inqilabı bir çox ənənəvi sahə liderlərinə məxsus olan marketing strategiyaları köhnəlmiş vəziyyətə salır. Daxil olduqda o maneələri dağdır və sahələrin mövcud strukturlarını dəyişdirir. Əgər İnternet vasitəsilə bank əməliyyatlarını aparmaq müştəri üçün asandır, bu təqdirdə bölmələr şəbəkəsi lazım olmur, malların istehlakçıya bilavasitə satıldığı halda iş pərakəndə ticarətinin satıcıları və distribyuterlər də artıq tələb olunmur. Marketing fəaliyyətinin hər bir aspektinin yeniləşdirilməsinə ehtiyac var.

Alıcılar qruplarının yığılması və miks-əmtəə strateji qiymətləndirməni tələb edir. İnformasiya inqilabı şirkətin göstərdiyi fəal cəmləşdirilməsinə tələbatı daha da artırır. Bir çox şirkətlərin üzünmüddətli münasibətin saxlanılmasına ehtiyacı olmayan kifayət qədər alıcısı vardır. Onlar tez-tez "hər şeyi bir dəfəyə alım" məntiqi ilə istehlakçıları bir-birinə bağlayaraq geniş çeşidli mal dəstlərini təklif edir. Lakin informasiyaya yaxın düşməsi üçün yeni imkanlar bütün lazım olan malın alıcı tərəfindən "bir dükanda" əldə etmək imkanını heçə endirir. Bir növ məhsul yaxud bir istehlakçı qrupu üzərində öz fəaliyyətini cəmləşdirən ixtisaslaşdırılmış kom-

paniyalar daha da aşağı qiymətlər və yüksək keyfiyyətli servis təklif edir.

Qiymət strategiyasına da düzəliş etmək vacib hesab olunur. Bazarların qloballaşması, avronun yeni valyuta kimi dövriyyəyə buraxılması və informasiya texnologiyaları kimi amillər qiymətlərin şəffaflığına şərait yaradır.

Şirkət aşağı səviyyədə olması ilə fərqlənən xidmət və malları istehlakçıya təklif edərkən ona məxsus olan bazar-dakı payının kiçilməsi ilə rastlaşır. İnformasiya inqilabi irəliləyiş və bölgü strategiyasına daha böyük təsir göstərir.

Əməliyyat strategiyası. Yeni qlobal strategiyalarının tətbiqi kampaniya tərəfindən müvafiq əməliyyat strategiyasının işlənməsi ilə şərtlənir. Bunun üçün elə bir təchizat sistemi yaradılmalıdır ki, o, həm lazım olan xidmət və malların istehsalını, həm də tələb olunan qiymətlə tələb olunan zamanda və tələb olunan yerdə onların çatdırılması təmin edilsin. Qlobal rəqabət aparılması və alıcı arzularının artması şəraitində belə strategiya adətən aşağı qiymətli olan mal, onun qısa müddət ərzində çatdırılması, etibarlılıq, keyfiyyət və müasir texnologiyalar deməkdir.

Bu tələblərin yerinə yetirilməsi üçün aparıcı şirkətlər bilavasitə biznes modeli adlandırılmış, koordinasiyası və fokuslaşdırılmasına əsaslanan yeni biznes modelinə keçmişlər. Yeni model kompaniyanın fəaliyyətində "yuxarı" və "aşağı"ya istiqamət götürən qarşılıqlı əlaqələrinin köklü şəkildə dəyişməsini nəzərdə tutur. Belə ki, "aşağı"ya istiqamət götürən fəaliyyət modeli dilerlərin xidmətlərindən imtina edilməsini, bilavasitə satışın aparılmasını və sifariş üzrə istehsalın təşkilini nəzərdə tutur. Rabitə əlaqəsi əksər hallarda telefon və İnternet vasitəsilə qurulur. Satışın bilavasitə aparılması aşkar üstünlüklərə malikdir. Çünki şirkət burada alıcı ilə münasibətləri nəzarətdə saxlamağa imkan qazanır. Müştərilərdən alınan məlumat əsasında şirkət əlavə dəyər yaratmağa imkan tapır və verdiyi təklif və qurduğu rabitənin tələblərinə dəqiq şəkildə uyğunlaşdırılması hesabına istehlakçıların loyallığını inkişaf etdirir. Eyni zamanda, informasiya,

təchizatçının gözündə şirkətin adını yüksək edir, çünki, ticarət nişanı şirkətə məxsusdur və o məqsədli istehlakçı kütləsi ilə münasibət saxlayır. Bilavasitə biznes modelinə üstünlük verən şirkətlər bölüşdürmə xərclərinin azaldılmasına, mal ehtiyatlarının həcmninə və risk səviyyəsinin aşağı salınmasına nail olur, mal və xidmətlərlə bağlı olan tələbatı daha dəqiq proqnozlaşdırırlar.

"Axın üzrə aşağıya" istiqamət götürən fəaliyyət modelini seçən şirkətlər tədarükçülərlə daha sıx şəkildə koperasiya qurur. İstehsalat və logistika dəqiq seçilmiş tərəfdaşlar dairəsinə təhvil verilir. Hansı ki, şirkətlə elektron rabitə əlaqəsi saxlayır və onun tərəfindən daxili şöbələr kimi qiymətləndirilir. Mülkiyyət hüququndan irəli gələn nəzarət və koordinasiya kimi səciyyələndirdiyi vertikal inteqrasiya virtual inteqrasiya ilə əvəzlənir, yəni koordinasiya və nəzarətmə işini informasiya vasitəsilə həyata keçirmək nəzərdə tutulur. Belə təcrübə sürətlə artımın saxlanılması üçün böyük vəsaitin xərclənməsini tələb etmir, maliyyə risklərinin minimuma endirilməsini və çevikliyin maksimal dərəcəyə çatdırılmasını təmin edir. Eyni zamanda, menecment indiki gündə daha dəyərli olan, yəni alıcı üçün vacib olan qərar və sistemlərin təklif edilməsi üzərində diqqətini cəmləşdirmək imkanını qazanır. Alıcının tələbatlarına diqqətin cəmləşdirilməsi, təchizatçı ilə tərəfdaşlığı, sifariş üzrə kütləvi istehsal və dəqiq vaxtında sistemi üzrə istehsal sayəsində bilavasitə biznes modeli həqiqəti dəyərin yaradılmasına səbəb olur.

Global strategiya. Yeni strategiyaların tətbiqi üçün yeni təşkilat prinsipləri lazımdır. İnformasiya dövrünün təşkilatları qloballaşma şəraitində nə ilə seçilir?

Birincisi, bu, tamamilə başqa işçilərdir. Yüksək ixtisaslı peşəkarlar adi fəhlələri əvəz edir. Qadınlar və tam iş günü ərzində fəaliyyət göstərməyən əməkdaşlar işçi heyətinin daha böyük hissəsini təşkil edir. Onların bilikli olması işçilərin şirkətdən asılılığını azaldır və onları daha da çevik edir. İşçini fəaliyyətə cəlb etmək məqsədilə yaxın keçmişdən tam fərqli olaraq yeni əmək şəraiti və stimullarından istifadə labüddür.

İkincisi, informasiya və kommunikasiya texnologiyaları müəyyən şirkətin işçilərinin bir-biri ilə və təchizatın digər iştirakçıları ilə daha effektiv əlaqə saxlamağa imkan verir.

Nəhayət, üçüncüsü, informasiya dövründə meydana gəlmiş strategiyalar işçi heyətindən fərqli şəkildə hərəkət etməsini tələb edir. Diqqətin istehlakçıya yönəldilməsi daha da böyük əhəmiyyət kəsb edir, çünki sifarişlər üzrə məhsulun istehsalına və xidmətin göstərilməsinə böyüməkdə olan işçi qüvvəsi cəlb olunmuşdur. Daha sürətli və rahat xidmətin göstərilməsinə ehtiyac duyan və üstünlük təşkil edən alıcılar işçi heyətinin daha da sədaqətlə xidmət etməsini və əməkdaşların səlahiyyət dairəsinin genişləndirilməsini tələb edir. Qiymət üzərinə təzyiqlə göstərilməsi və səhmlərin qiymətinin qaldırılması zəruriyyəti menecment məhsuldarlığının artması üçün yeni üsulların axtarılmasını və ehtiyatların daha dolğun şəkildə istifadə edilməsini tələb edir.

Təşkilat strategiyası. Təşkilat dəyişikliklərin istiqaməti heç bir tərəddud hissi doğurmur. Əsas dəyişikliklərdən biri bütöv hakimiyyət təbəqələrinin ləğv edilməsidir. İnformasiya texnologiyalarının tətbiqi idarəetmənin orta strukturlarında mövcud olan bir neçə səviyyənin ixtisar edilməsinə imkan yaradır və bu hal şirkət və alıcının bir-birinə yaxınlaşmasına, xərclərin azaldılmasına və tez bir zamanda reaksiya vermək qabiliyyətinin inkişaf etməsinə səbəb olur. Bundan başqa, rəqib sistemlərinin inkişafı ilə yanaşı, şirkətlər daxilində funksiyalararası maneələr aradan götürülür. Bu hal öz növbəsində qarışıq komandalara daha fəal şəkildə istifadə edilməsi imkanlarını ortaya çıxarır (sürətlə reaksiya vermək və diqqəti alıcıya yönəltməyin xeyrinə göstərilən daha bir dəlil). Şirkətlər arasında mövcud olan informasiya axını məhz həmin qüvvələr sayəsində genişlənir və bununla da şirkətin imkanlarını onun biznes tərəfdaşlarının imkanları səviyyəsinə qalxmağa səbəb olur. Və nəhayət, sonuncu dəyişiklik – istiqamətin səhmlərin qiymətinə yönəldilməsidir. Səhmdarlar ya gəlirin artmasını, ya da pulun onlara qaytarılmasını şirkətin

menecerlərindən tələb edir və bununla da sonunculara daima artan təsir göstərirlər.

İndiki zamanda kommunikasiyaların bütün dünyanı idarə etdiyi şəraitdə hər bir kompaniyanın qlobal strategiyaya malik olmasında ehtiyacı var. Bazarın qloballaşması qüvvətli inkişaf ilə irəliləyir və həmin prosesdən kənar qalmaq məhv olmaq deməkdir. Qloballaşmaya meyli ilk əvvəl istehsal sahələrində inkişaf etmiş, indi isə o xidmət sahələrinə də yayılmışdır.

Şirkətlərin əksəriyyətinə xidmət göstərən sənaye təyinatlı əmtəə bazarlarında qloballaşmaya meyil bütün dünyada fəaliyyət göstərən istehlakçılar tərəfindən dəstəklənir. Məsələn Rrocter & Gamble və IBM kompaniyalarına onlar tərəfindən aparılan qlobal əməliyyatların təminatı üçün bu cür təchizatçı və biznes üzrə tərəfdaşlar lazımdır. Eyni zamanda, qlobal fəaliyyətin iştirakçıları tədqiqat, istehsal və texnologiyalara sərf edilən investisiya və xərcləri öz aralarında bölüşdürmək imkanını qazanır. Və nəhayət, müasir dövrlə fəaliyyət göstərən şirkət cəmi bir ölkənin bazarından asılı qalması ilə özünü son dərəcə zəiflədir. Strateji baxımdan bu şirkətin mövqeyi zəifdir, çünki bazarına müdaxilə etmiş və bu müdaxiləni digər bölgələrdə əldə edilən gəlirlər hesabına maliyyələşdirən qlobal iştirakçıya qarşı o əks-hücuma keçə bilmir.

Biznesin bir çox sahələrində qlobal strategiyanın ən böyük üstünlükləri – edilən hərəkətlərin sürəti və qətiyyətliyi. Nə qədər ki, qlobal strategiyanın zəruriliyi şirkətin menecmenti tərəfindən inkar edilirsə, bir o qədər onun imkanları dairəsi məhdudlaşır və problemləri çoxalır. Deməli, digər strategiyalar daxil olmaq şərti ilə qlobal strategiyalar şirkətləri yeni fəaliyyət səviyyəsinə qaldırır.

Beləliklə, xarici mühitin dəyişiklikləri istər strategiyaya, istər onun təşkili prinsipləri, istəsə də şirkətin uzunmüddətli inkişafı və gəlirli olması imkanlarına təsir göstərir. Bu, o deməkdir ki:

* Strategiya xarici mühitin tələblərinə cavab verməlidir. Rəqabətə davamlılıq şirkətlər tərəfindən o vaxt qorunub saxlanılır ki, onlar müasir alıcı tərəfindən daha çox qiymətli və sərfəli hesab olunan malların istehsalını və xidmətlərin göstərilməsini təşkil edib həyata keçirsinlər. Qəbul edilən qiymət əmtəə bazarlarının qloballaşması nəticəsində şirkət və onun istehlakçılarının fəaliyyət göstərdikləri dəyişkən makro və mikromühitin təsiri altında formalaşır;

* Məhsuldarlıqla müqayisədə effektivlik daha da əhəmiyyətlidir. Xərclərin köklü şəkildə azaldılması və onlara qənaət hesabına ənənəvi fəaliyyət metodlarını qoruyub saxlamaq cəhdləri iflasa uğrayır. Xərcləri azaltmaq və bütün istiqamətlər üzrə qiymətləri qaldırmaq üçün innovasiya məhiyyətli qərarların qəbul edilməsi gərəkdir. İnformasiya dövründə uğurun əldə edilməsi azalma, yaxud genişlənmə yox, məhz qlobal miqyasda yeniləşmə deməkdir;

* Sürət və qətiyyət. Qlobal bazara birinci daxil olmaq imkanından istifadə etmək böyük üstünlüklər vəd edir. Bilavasitə rəqibin olmadığı təqdirdə özünə məxsus rəqabət üstünlüklərini nümayiş etdirmək daha asan olur. Lakin sadəcə, birinci olmaq kifayət etmir; innovasiya daşıyıcısı kritik kütləni yaratmalı, yəni xarici bazarın kifayət qədər böyük bir hissəsini ələ keçirməlidir. Bu hal bazarların qloballaşması şəraitində yeni imkanların nəzərə alınması şərti ilə ehtiyatların qəti şəkildə bölüşdürülməsini menecmentdən tələb edir.

* Təşkilati adaptasiya. Üçüncü minilliyin biznesinin ayrılmaz tərkib hissəsi kimi çıxış edən dinamik və istehlakçıya yönəlmiş şirkətlərin yaradılması qlobal səviyyəli liderlik və təşkilati transformasiyaların baş verməsini nəzərdə tutur.

2.6. QLOBAL ƏMTƏƏ BAZARLARINDA MARKETİNQ

Hər bir xarici bazar üçün əsaslı şəkildə marketing pro-

qramı hazırlanmalıdır. İlk əvvəl menecerlər onu müəyyən etməlidir ki, hansı məqsədli istehlakçı, yaxud istehlakçılara xidmət göstəriləcək. Bundan sonra onlar şirkətə məxsus olan marketing kompleksinin yerli bazar şəraitinə uyğunlaşdırılması üsulunu razılaşdırırlar. Bunun üçün milli bazar şəraitinin və həmçinin istehlakçıların mədəni xüsusiyyətlərini yaxşı bölmək lazımdır. Beynəlxalq bazarda marketing kompleksi üzrə spesifik səviyyə daşıyan qərarların açıqlanmasından qabaq qlobal bazara adaptasiya və standartlaşma arasında müqayisə aparaq.

İstənilən halda standartlaşdırılan marketing kompleksindən istifadə edən şirkətlər bir qrupa aid edilir. Onun tərəfdarları qlobal standartlaşmanın xeyrinə bir neçə dəlil gətirir.

Oxşar tələbat və seçimlər. Müştərilərin oxşar tələbatları Levi's cinsləri və Nike idman ayaqqabısı kimi dünya ticarət nişanlarını formalaşdırmağa imkan verir. Belə hallarda "yerli mədəniyyət" uğurla xarici bazarlara çıxarılır və burada Levi'sin imicinə, yaxud Nike kompaniyasının təbliğ etdiyi "Sadəcə bunu et" şüarına istehlakçıları böyük rəğbət bəsləyir. Haagen-Dazs kompaniyasının uğuru buna digər bir misal kimi göstərmək olar. Onun istehsal etdiyi məhsul Şimali Amerikada ən uzun tarixə malikdir. Bu şirkətin fəal menecerlərdən ibarət olan yeni komandası onu Yaponiya və Avropa bazarlarına müvəffəqiyyətlə çıxartmışdır. Haagen-Dazs bu bazarlarda standart marketing yanaşmasına müraciət edir, bu - yüksək keyfiyyət, yüksək qiymətlər və seçilmiş satış kanallarıdır.

Beləliklə, **standartlaşdırılmış marketing kompleksi** – kompaniyanın bütün beynəlxalq bazarlarında, əsasən, eyni məhsulun, reklamın, satış kanallarının və marketing kompleksinin digər elementlərinin istifadəsi üzrə beynəlxalq marketing strategiyasıdır.

Bazarda öz yerini müəyyən etməyi buna bir misal kimi göstərmək olar. Xüsusilə, prestijli mallara aid olan Cartier zinət əşyaları, Rolex saatları, Royal Doulton incə çini qabları, Mikimoto mirvarisi və Louis Vuitton yol çantaları

bütün dünyada yayılmasına səbəb olmuş eksklyuziv imicə üstünlük verən alıcılara satılır.

İstehlakçılarının mobil olması. Bir çoxları uzaq məsafələrə səyahət etməyi xoşlayaraq müxtəlif yerlərdə çoxsaylı mallar əldə edir. Sarı qutunun içərisinə qoyulmuş Kodak fotolenti bütün dünyada satılır və onun bütün bazarlarda mövcud olmasını kompaniya vurğulayır. Turistlər bilir ki, Avropada fəaliyyət göstərən Nowtel otellərində eyni xidmət və qidalanma standartlarına riayət edilir.

Miqyas/təcrübənin effekti. Dünya miqyaslı şirkətlər bir çox sənaye sahələrində apardıqları rəqabətdə müvəffəqiyyət qazanmağı məhsulun maya dəyərinin aşağı olması hesabına əldə edilmiş üstünlüklərdən faydalanır. Əldə olunmuş qənaətlə topdan satış ticarət sistemində qiymətlərə və yaxud elmi-tədqiqat işləri, marketinq, istehsalat və müxtəlif bazarlarda idarəetməyə sərf edilən mənbələrin bölüşdürülməsinə tətbiq edilən güzəştlər sayəsində əldə olunur. Standartlaşmış marketinq proqramı xərcləri daha da azaldır, bu isə kompaniyalara imkan verir ki, onlar yüksək keyfiyyətli, istifadəsində daha etibarlı və aşağı qiymətlərlə satılan malları müştərilərə təklif edə bilsinlər. Şirkətin standartlaşmış global yanaşmadan nə cür miqyas effektini əldə etdiyini Gillette Sensorun bütün dünya bazarına çıxarılması təmsalında göstərmək olar. Bu məhsulun işlənməsinə 10 il vaxt sərf edilmişdir. Nəmli üzü qırmaq texnologiyasında bu ticarət nişanı köklü dəyişikliklərin baş verməsinə səbəb olmuşdur. Bazarda bu məhsul öz həqiqi yerini tutmuşdur. Məhsulun işlənməsi və bazara çıxarılmasına sərf edilən vəsaitin qaytarılması üçün onun böyük həcmdə satılması vacibdir, yəni şirkət global miqyasda fəaliyyət göstərməlidir. Gillette nəmli üzü qırmaq ilə assosiasiya edilən üç mədəniyyət anlayışını fərqləndirir (milli mədəniyyətdən kənara çıxan simvollar) və bu üz qırmanın rahatlığı, təmizliyi və təhlükəsizliyidir. Şirkətin "Kişi üçün Gillettədən yaxşısı yoxdur" apardığı məlum reklam kampaniyasında onlardan istifadə edilmişdir. Dünya miqyasında onun satışa buraxılması böyük

müvəffəqiyyətə səbəb olmuşdur. Sensorun reklam kampaniyası o qədər böyük uğur qazanmışdır ki, onun nəticələri yeni əlavə məhsul üz qırmaq üçün gəlir istehsalında əks olunmuş, hansı ki, artan tələbat və marağa səbəb olmuşdur.

Texnoloji imkanlar. Özünün oxşar texnoloji proseslər ilə bərabər istehsalat sahələrində aparılan standartlaşdırma bazarda qazanılan uğurun təminatçısıdır. Yapışdırılma əsasında bəzək əşyalarının, oyuncaqların, boyaların, əl alətlərinin istehsalı kimi sadə texnologiyalar üçün məhsulun standartlaşdırılması onun maya dəyərinin aşağı salınmasını zəruriyyətə çevirir. Görünür Coca-Cola kompaniyasının istehsal etdiyi Coke içkisinin istənilən ölkədə eyni dada malik olması haqqında qərarın çıxardılmasına məhz yuxarıda göstərilən yanaşma təsir etmişdir. Eyni sözləri Ford kompaniyasının da ünvanına demək olar, hansı ki, bir çox ölkədə müştərilərin əksər hissəsinin tələbatına cavab verən "dünya avtomobili"nin istehsalı ilə məşğuldur.

Uyğunlaşan marketing kompleksi isə digər qrupa aid edilir. İstehsalçı bu halda marketing kompleksinə aid olan elementləri hər bir konkret bazara uyğunlaşdırır. Lakin bu məhsulun maya dəyərinin artmasına səbəb olmaqla yanaşı, bazarın daha böyük hissəsinin qazanılmasına və daha böyük gəlir əldə edilməsinə ümid bəslənməsinə zəmin yaradır. Misal üçün Nestle kompaniyası istehsal etdiyi məhsulun çeşidini və onun reklamını konkret ölkənin xüsusiyyətlərindən asılı olaraq dəyişdirir. Marketing kompleksinin uyğunlaşdırılması xeyrinə göstərilən dəlillər standartlaşdırmanın xeyrinə göstərilən dəlillərə ziddir. Müxtəlif milli bazarların bir ölçüdə olmaması mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Müxtəliflik. Adaptasiya mövqeyinin tərəfdarları hesab edirlər ki, müxtəlif ölkələrdə yaşayan istehlaksılar onların coğrafi, demoqrafik, iqtisadi və mədəni xüsusiyyətlərinə görə bir-birindən xeyli fərqlənir. Beynəlxalq bazara kompaniya tərəfindən malın uyğunlaşdırılması zəruriyyəti aşağıda göstərilən fərqli cəhətlərlə izah olunur. Bu - malın üstün-

lülkləri; onun tətbiqi və istifadə edilməsi şəraiti; istehlak tələbatı, qavrayışı və münasibətləri; alqı əməliyyatının həyata keçirilməsi modelləri; xərclərin və gəlirin səviyyəsi; rəqabət aparmaq üçün şərait; ölkənin qanun və normativ aktları; müştərinin/alıcının ixtisası, yaxud təhsili; reklam sahəsində mövcud qanunlar; kütləvi informasiya vasitələrinin açıqlığı. Bir çoxları bəyan edirlər ki, ümumi avropa bazarında mövcud olan "avropa istehlakçısı" sadəcə bir əfsanədir. Milli bazarlar arasında fərqləri dəqiqliklə aşkar etmək və yerli zövqə və cavab verən məhsulun istehsalı və xidmətin göstərilməsi marketing üzrə mütəxəssislər tövsiyə tərəfindən dəqiqliklə müəyyən edilməlidir. "Müxtəlif istehlakçılar üçün müxtəlif mallar" ifadəsi beynəlxalq bazarda aparılan iş qaydasını əks etdirir.

Marketing kompleksinə məxsus olan ayrı-ayrı elementlərin standartlaşması və uyğunlaşdırılması haqqında qərar məqsədli bazarın şərtləri əsasında qəbul edilməlidir. "Mədəni təkəbbürü" üzündən şirkətlər tez-tez öz malını xarici bazara uyğunlaşdırmaq istəmir. Belə ki, Amerika və Almaniyada fəaliyyət göstərən dəzqah istehsalçıları aşkar etmişlər ki, 1980-ci illərdə bazarın ümumi həcmində onların üzərinə düşən payları qismən azalmış və bu onunla bağlı olmuşdur ki, həmin istehsalçılar xarici və daxili bazarda öz mallarını və marketing yanaşmalarını istehlakçıların dəyişkən tələbatlarına uyğunlaşdırmaq istəməmişlər. Böyük Britaniya bazarında mövcud olan beynəlxalq marketing strategiyalarının öyrənilməsinə qarşısına məqsəd qoyan Almaniyanın əksər dəzqah istehsalçısının mövqeyi "Almaniya üçün xeyirli olan bütün dünya üçün də xeyirlidir" ifadəsində öz əksini tapır. Bu cür mədəni təkəbbür hissi "özünə müqayisə etmək meyarı" kimi adlandırılmış və böyük olmayan ixracatın əsas səbəblərindən biri olmuşdur.

Bu variantlardan hansı üstün olmalıdır sualı son illərdə dəfələrlə səsləndirilmişdir. Lakin qlobal standartlaşdırma heç də "hər şey, yaxud heç nə" prinsipi ilə fəaliyyət göstərmək deyil. Burada məntiqə uyğun kompromiss tapılması labüd-

dür. Əlbəttə, məhsulun maya dəyərini aşağı salınmasına və qlobal miqyasda əmtəə nişanının nüfuzunun artırılmasına imkan yaradan daha böyük həcmli standartlaşdırmanın aparılmasında kompaniyalar maraqlıdır. Lakin bununla yanaşı, uzunmüddətli marketinq təfəkkürünü qısamüddətli maliyyə məqsədləri ilə əvəzləmək lazım deyil. Standartlaşdırmanın pulun qənaət edilməsinə imkanı yaratmasına baxmayaraq marketinq üzrə mütəxəssislər dərk etməlidir ki, ayrıca götürülmüş hər bir ölkənin istehlakçılara, onların ehtiyacı olduğu mallar təklif edilməlidir.

Əmtəə bazarının qloballaşması şəraitində bu iki ifrat mövqei olan standartlaşdırma və bütövlüklə adaptasiya arasında bir çox daxili qərarlar mövcuddur. Məsələn üçün Coke adlı eyni bir içkinin bütün dünyada satılması Coca-Cola kompaniyası tərəfindən həyata keçirilir, lakin onun hər bir konkret bazar üçün reklamını kompaniya müxtəlif mədəniyyətlərin təmsilçilərini cəlb etmək məqsədilə yaradılmış çoxsaylı reklam bloklarının ümumi məcmusundan seçir. Lakin Coca-Cola konkret yerli bazarlar üçün xüsusi yaradılmış və burada üstünlük təşkil edən zövqlərə cavab verən bir sıra digər içkilərin satışı ilə məşğuldur. Hər bir konkret bazarda mövcud olan qiymət və satış kanalları bir-birindən xeyli dərəcədə fərqlənə bilər.

Marketinq kompleksi üzrə qərarları qlobal planlaşdırma nöqtəyi-nəzərindən təhlil edək.

Əmtəə və onun yayılması metodlarının konkret xarici bazarlara uyğunlaşdırılması strategiyalar sayəsində həyata keçirilə bilər.

Dəyişməz halda malın yayılması onun heç bir dəyişiklik olmadan xarici bazarda satılması deməkdir. Bu bəzi hallarda uğur qazandırmışdır. Coca-Cola içkiləri, Kellogg yarmaları, Heineken pivəsi və Black & Decker alətləri eyni görkəmdə bütün dünyada müvəffəqiyyətlə satılır. Yayım əməliyyatının dəyişməz qalması cəlbədidir, çünki o malların yenidən işlənməsinə, istehsal prosesində dəyişiklik edilməsinə və malın yayılması üçün yeni strategiyanın hazırlanmasına əlavə

xərc tələb etmir. Lakin xarici istehlakçıları məhsul təmin etmədiyi halda uzunmüddətli perspektiv baxımdan bu yanaşma daha da bahalı ola bilər.

Malın adaptasiyası onun elə bir dəyişdirilməsi ilə bağlıdır ki, o yerli şəraitə, yaxud xarici bazarın tələblərinə uyğun gəlsin. Belə ki, Philips kompaniyası kiçik həcmli yapon mətbəxlərinə uyğun gəlməsi məqsədilə qəhvə bişirənləri kiçiltməkdən sonra gəlir əldə edə bilmişdir. Avropalılarla müqayisədə yaponlarda ovucun içi kiçik olması ilə əlaqədar həmin şirkət istehsal etdiyi elektrik üzqıraxanların ölçülərini də kiçiltmişdir. Tikinti avadanlığını istehsal edən yapon şirkəti Komatsu Finlandiyada satdığı ekskavatorların qapısında qoyulan dəstəklərin dizayn baxımından dəyişdirilməsinə məcbur olmuşdur. Bu, onunla bağlı idi ki, qışda qalın əlcək geyinmiş sürücülər qapıların dəstəyi kiçik olduğuna görə ondan yapışa bilməmiş və buna görə də qapıların açılması müşkülə çevrilmişdir. Campbell şirkəti müxtəlif ölkələrdə istehlakçı zövqünün xüsusiyyətlərinə uyğun gələn xüsusi şorbalar hazırlayır. IBM şirkəti tərəfindən də buraxılan bir sıra mallar yerli istehlakçıların tələbatını ödəmək məqsədilə onlara uyğunlaşdırılır. Belə ki, IBM-in istehsalı olan onlarla müxtəlif klaviaturalar (təkcə Avropa ölkələri üçün 20 növ buraxılmışdır) bütün dünyada istifadə edilən bir çox dillərə uyğundur.

Son illərdə aparılan kəskin mübahisələrin mövzularından biri ondan ibarətdir ki, qlobal marketing strategiyasının gerçəkləşdirilməsi nə qədər mümkündür, yaxud arzu olunandır. Başqa sözlə desək, dünyanı yerli bazarda olduğu kimi, seqmentlərdən ibarət nəhəng daxili bazar kimi qəbul etmək olarmı? Əlbəttə, dünya miqyasında satılan standartlaşdırılmış məhsul mövcuddur. Yuxarıda göstərilən ən səciyyəvi misallardan Coca-Coca kompaniyası ilə bağlıdır. O, həqiqətən də, qlobal mahiyyət daşıyan ticarət nişanı təşkil edir. Lakin radio, təyyarə, tank, yaxud boya kimi istehsal edilən mallarla yanaşı, dərman və texnikaya da olan tələbat əksər hallarda bütün dünya üzrə eynidir. Avropada olduğu

kimi, Afrika və Uzaq Şərq bölgələrində foto-surətin çıxarılmasına ehtiyac eynidir. Bəzi yüksək dərəcəli zinət əşyalarının (misal üçün Rolex saatları) reklamını belə dəyişməyə lüzum yoxdur. Hər yerdə olduğu kimi, istehlakçı onun cəmiyyətdə tutduğu yeri və firavanlığının göstəricisi olan malları əldə edir. Bu da həqiqətdir ki, yaponların təcrübəsi standartlaşdırılmış elektrotexnika və elektron məhsullar bazarının dünya miqyasında mövcud olmasını göstərir. Həmin məhsul əsas funksiyalarını yerinə yetirərək yaxşı işləyir və nisbətən aşağı qiymətlərlə satılır. Gillett Co. şirkəti faktiki olaraq eyni üsul vasitəsilə dünyanın 17 ölkəsində Sensor adlı ülgücü satmağa nail olur.

Eyni bir məhsulun bütün dünyada satılmasına misalların çoxluğu ilə yanaşı, onların yerli bazara uyğun gəlməsi üçün tez-tez malların modifikasiyası da tələb olunur, hətta Avropanın özündə belə fransızlar üstədən doldurulan paltar-yuyan maşınlara üstünlük verdiyi halda, britaniyalılar isə – frontal şəkildə doldurulan maşınlara diqqət yetirir; almanlar maşında sürətlə dövr etməni xoşlayırlarsa, italyanlar buna tam əks mövqedən yanaşırlar. Lakin onu bildirmək lazımdır ki, bu qəbildən olan fərqlər müxtəlif ölkələrdə fəaliyyət göstərən bazarların hər hansı bir sahəsinin digər sahəsindən daha yaxşı vəziyyətdə olmasından artıq başqa bir şey deyil. Və nəhayət, hər bir ölkə daxilində submədəniyyət və bölgələr arasında böyük fərqlər mövcuddur.

Qidalanmaya dair bütün dünyada müxtəlif zövqlər mövcuddur. Böyük Britaniyada ən məşhur McVitie's Digestive biskvitləri ABŞ-da da böyük marağa səbəb olduğu halda, Amerikada istehsal edilən yumşaq biskvitlər Britaniyada da böyük uğur qazanmışdır. Braziliyadan fərqli olaraq konservləşdirilmiş şorbalar ABŞ-da yaxşı satılır. Qida məhsullarını satan kompaniyalar bir qayda olaraq yerlərdə mövcud olan zövqləri nəzərə alır. Belə ki, Nestle şirkəti dünyada müxtəlif zövqlərə cavab vermək üçün özünə məxsus olan 200-dən artıq qəhvə növünü təklif edir. Hətta Parisdə yerləşən McDonald's restoranlarında Big Mac üçün hazır-

lanan sousun tərkibində az miqdarda şəkər istifadə olunur. Qida sahəsində adət halına keçmiş vərdişlər müəyyən dərəcədə mədəniyyətin tərkib hissəsidir və onların dəyişdirilməsi heç də asan bir iş deyil. O hallarda ki, şirkətlər uğur qazanmışdır. Bunun baş verməsi "Siz mənim istehsalım olan qəhvə növünü seçirsiniz" bəyanatının verilməsi ilə yox, məhz Coca-Cola kompaniyasının fəaliyyətində olduğu kimi yeni bir konsepsiyanın irəli sürülməsi ilə bağlıdır.

Beləliklə, mali daha ucuz başa gəldiyi yerdə istehsal etmək və standart təkliflərlə onu bütün dünyada satmaqdan müəyyən bir strategiyayı bildirir. Şirkətlərin əksər hissəsi üçün daha çox sərfəli olan digər alternativ strategiya ondan ibarətdir ki, təklif etdiyi məhsulu şirkət konkret seqmenlərə uyğunlaşdırmalı və mövcud olan milli xüsusiyyətlərə diqqət yetirməsi əvəzinə onlardan istifadə etməlidir. Beynəlxalq bazarda uğur qazanmış kompaniyaların bir çoxu xarici bazarlarda az miqdarda vəsait xərcləmək naminə fəaliyyət aparmır, bu, fəallığın göstərilməsi şirkətin müştərilərə daha da yaxın olması istəyi ilə bağlıdır və onların müvəffəqiyyəti aşağı qiymətlərin tətbiqi yox, məhz yeni xidmət və malların satılması ilə şərtlənir.

Əgər məhsulun dünya miqyaslı standartlaşdırması tez-tez hallarda əlçatmaz məqsəd kimi çıxış edirsə, marketing-mixsin qalan digər hissəsi ilə bağlı daha da böyük problemlər mövcuddur. Yerli rüsum və valyuta kurslarının dəyişməsi və rəqabətin aparılmasındakı mövcud fərqlər qiymətlərin standartlaşdırılmasını çətinləşdirir. O cümlədən, reklamın standartlaşdırılmasını aparmaq da çətindir, halbuki, Marlboro siqaretlərinin reklamı timsalında burada gözəl istisnalar mövcuddur. ABŞ-da yaxşı qəbul edilən reklam Yaponiyada uğur qazanmır. Həqiqətən də, müxtəlif milli reklam növləri mövcuddur. Onları inandırmağa çalışanda, britaniyalılar sözlərin quruluşu və yumora, almanlar isə – soyuq faktlara üstünlük verir; fransızlar reklamın üslubuna diqqət yetirir, ispanlar və italyanlar isə mali tərifləyərək oxumağa və qışqırmağa üstünlük verir. Malın alınmasına sövq edən səbəb istənilən halda dəyişdirilə bilər.

Procter & Gamble kompaniyasının istehsalı olan All Cheers yuyucu vasitəsinin ABŞ-da satılmasına səbəb olmuşdur ki, bu vasitə istənilən hərərətə malik olan suda istifadə edilə bilər, Yaponiya istehlakçısını isə bu vasitəni ancaq soyuq suda istifadə etmək baxımından maraqlandırır.

Buna görə də beynəlxalq bazar üçün seçilməsi mümkün olan bir sıra əsas marketing strategiyaları mövcuddur. Şirkət məhsulunu xaricdə yerləşən dünyanın bir, yaxud iki bazarına məhsul göndərən şirkət çeşidli mal ehtiyatına malik ola bilər. Yaponiyada yuyucu vasitələrini satan, Procter & Gamble kompaniyası məhz bu cür hərəkət etmiş, lakin belə yanaşmanın olduqca dar çərçivəli mahiyyət daşımasına görə şirkət burada qala bilməmişdir. Bu onunla izah olunurdu ki, şirkətin rəqibləri öz qiymətlərini endirmiş və reklamını gücləndirmişdir. Onlar P&G şirkətini bazarlardan sıxışdırıb çıxartmaq üçün artıqlaması ilə pul xərcləməyə hazır idi, çünki həmin bazarlarda onların gəlir verə biləcək digər malları da satılırdı.

Strateji seçim geniş çeşidli mal ehtiyatına malik olmasından ibarətdir. Ona əsasən, şirkət öz məhsulunu bütün dünya, yaxud bir neçə ölkəyə satır, yaxud yerli sənayenin inkişafı naminə proteksionizm siyasəti aparılan ölkələrdə öz mallarını istehsal edib onları satır. Digər variantlar da mövcuddur və onların ən əlverişlisini seçmək məqsədilə qərar qəbul edilməsində onun hərtərəfli yoxlanılması tələb olunur. Lakin beynəlxalq bazarlarda strategiya seçimi sahəsində daha böyük marağa səbəb olan məsələ yerli kompaniya və onun törəmə müəssisələri arasında mövcud olan iki qarşılıqlı münasibət modelindən birini seçməkdə ifadə olunur.

Modellərdən biri törəmə müəssisələri dünyada ciddi nəzarətə məruz qalmış və üstünlüyə malik olmuş yerli kompaniya üzərində qurulur. Digər model isə əsil global şirkəti ifadə edir. Bu şirkət daha az xərclər tələb edən yerdə istehsal işini qurur və bütün dünyada təxminən bir səviyyədə olan tərəfdaşlarla iş aparır; müəlliflərdən biri onu "özünün həqiqi millətindən" asılı olmayan və vətəndaşlığı olmayan

dünya vətəndaşları" kimi qiymətləndirmişdir. Burada olan məqsəd hər bir milli xarakter daşıyan bazarı mərkəzi bürokratiyadan azad etməkdir, üstəlik səlahiyyətlər o şəkildə bölüşdürülür ki, yerli tələbatlar hər şeydən üstün olsun.

M.Porter birinci modelə daha yaxın olan müəyyən bir sxemin seçilməsinə üstünlük verir, çünki bu sxem şirkətin xaricdə rəqabətə davamlı olması üçün həlledici amil kimi çıxış edən daxili strategiyanın əhəmiyyətinə xüsusi önəm verir. Bu nöqtəyi-nəzər bazarın qloballaşması nəticəsində millətlərin əhəmiyyəti azalır fikri ilə müqayisədə fərqli xarakter daşıyır. M.Porter bildirir ki, məhz bu fikrin əks tərəfi həqiqətə daha yaxındır, çünki onun sözlərinə görə, ifadə olunan dünya bazarına daxil olmaq istiqamətində milli xüsusiyyətlər aparıcı rol oynayır. M.Porterə görə, şirkətə xaricdə uğur qazanmağa kömək edən yerli bazarın üstünlükləridir. Şirkətin rəqabətə davamlı olmasının artmasına gətirib çıxaran xarici fəaliyyətini vurğulasaq belə, hər halda onun uğuru daxili strategiya ilə bağlıdır.

Müəllifi olduğu sonuncu kitabında M.Porter bildirir ki, beynəlxalq səviyyədə uğur qazanmış sahənin vətəni olan ölkənin əlamətləri aşağıda göstərilən dörd əsas xüsusiyyətlə səciyyələndirilir. Bu amillər onunla bağlıdır ki, niyə görə müəyyən ölkələrdə mövcud olan ayrı-ayrı sahələr dünyanın digər hissəsində rəqiblərə qarşı üstünlük əldə edir və onu qoruyur.

Həmin M.Porter bu amilləri belə səciyyələndirir:

1) makroşərait amili, yəni istehsal amilləri ilə bağlı olan ölkənin vəziyyəti, misal üçün, müəyyən sahədə rəqabət aparmaq üçün zəruri olan ixtisaslı işçi qüvvəsi, yaxud infrastrukturun mövcud olması;

2) tələbat amili, yəni yerli bazarın hər hansı bir sahəsində mala/xidmətə olan tələbatın xarakteri;

3) bir-biri ilə bağlı və yardımçı sahələr, yəni müəyyən bir ölkədə beynəlxalq səviyyədə rəqabət apara biləcək təchizatçı sahələrin və digər sahələrin mövcud olub, yaxud olmaması.

4) kompaniyanın strategiyası, onun struktur və sahə daxili rəqabətin aparılması səviyyəsi, yəni kompaniyaların yaradılması, təşkili və idarə edilməsi qaydasını və həmçinin, yerli şəraitdə rəqabətin xarakterini müəyyən edən ölkədə mövcud olan şərait.

Əgər M.Porterin düşündüyü kimi kompaniya həqiqətən beynəlxalq səviyyədə üstünlük qazanmaq istəyirsə, bu təqdirdə kompaniya o ölkəyə aid edilir ki, burada həmin sahə daha çox inkişaf etmiş olsun və ona görə də bütün göstərilən amillər bir-birinə uyğunlaşdırılır. Lakin həmin amillər o mənada təxmini model səciyyəsinə daşıyır ki, bunlar uğur qazanılması amillərinin müxtəlif variantları sırasında yararlı ola bilən modellərdən birini ifadə edir. Öz ölkəsinin qüsurlarını aradan götürməyə nail olan kompaniyalar mövcud olmuşdur və İkinci dünya müharibəsindən sonra Yaponiyada fəaliyyət göstərən kompaniyaları buna bir misal kimi göstərmək olar. Porterin apardığı tədqiqat onun tezisinin açıqlanmasına daha çox xidmət edir, nəinki onu yoxlayır.

Beynəlxalq bazara çıxmaq lazımdır mı? Bu sadə sual deyil. Parker Ren kompaniyası eyni növlü yazı qələmlərini bütün dünyada satmağa cəhd etməsi uğursuzluqla nəticələnmişdir. Elə bil hər yerdə eyni məqsədlə alınan mal demə onunla bağlı dəyişikliklər olmadan digər ölkələrdə satılmasının qeyri-mümkünlüyünü Parker Pen kompaniyası ziyana düşdükdən sonra dərk etmişdir. Hətta əgər məhsul bütün dünyada satılsa belə (bu qəbildən olan bir çox mallar, xüsusilə sənaye malları, dava-dərman, elektronika və müəyyən xidmət növləri mövcuddur) düşünmək olmaz ki, reklamda burada mütləq standart səviyyə daşılmalıdır. Buna baxmayaraq, qlobal səciyyə daşıyan reklam - mümkün ola bilən variantlardan biridir, çünki o aşağıda göstərilənləri təmin edir:

* malın istehsalı və onun yayılması üçün xərclənən vəsaitin qənaət edilməsi;

- * ideya üzərində daha etibarlı mərkəzləşdirilmiş nəzarətin aparılması;
- * MTV və peyk şəbəkələri kimi fəaliyyət göstərən global telekompaniyaların inkişafı;
- * beynəlxalq mədəniyyətin artması;
- * statusun yüksəldilməsinə səy göstərmə timsalında çıxış edən ümumi motivasiyanın istifadəsi;
- * vizkal obrazlar vasitəsilə ötürülən qeyri-verbal informasiya;
- * yüksək texnoloji məhsulların standartlaşdırılmasının artması.

Dünya daha da sıxlaşdıqca əmtəə nişanlarını müxtəlif ölkələrin istehlakçıları tərəfindən tanınması üçün onların vahid imicinin yaradılmasına ehtiyac var. Məhz bu amil British Airways şirkətini "Dünyanın sevimli aviakompaniyası" adı altında beynəlxalq reklam kompaniyasını aparmağa vadar etmiş və "Kişi üçün Gillettdən yaxşısı yoxdur" kimi səslənən şüarın Gillette kompaniyası tərəfindən yaradılmasına səbəb olmuşdur. Lakin adətən, mədənit fərqləri nəzərə almağa imkan verən reklamın modifikasiyaları bağlı yeniliklər də mövcuddur. Misal üçün, Goodyear Tire and Rubber şirkəti "Məni evə apar Goodyear" şüarı ilə 39 ölkədə öz məhsulunu reklam etmiş, lakin ayrı-ayrı ölkələrdə istifadə edilən reklam çarxları bir-birindən fərqli olmuşdur. Britaniyada öz avtomobilində söhbət aparən ər ilə arvad həmin məhsulu təqdim edirdi. Filippin adalarında emosional xarakterli ailələrin barışması səhnələri nümayiş etdirilmiş, Braziliyada isə həmin reklam zarafat mənası daşıyan epizodla qurtardı. Buna bənzər şəkildə Kellogg Company şirkətinin istehsalı olan Frosted Flakes adı altında quru halda səhər yeməyinin reklamı praktiki olaraq hər yerdə. Buna bənzər şəkildə Kellogg Company şirkətinin istehsal etdiyi Frosted Flakes səhər yeməyinin reklamı da praktik olaraq hər yerdə eyni olmuş, lakin ayrı-ayrı ölkələrdə müxtəlif adlar istifadə edilmişdir. Standart reklamın istifadəsi ilə bağlı olan problemlər ondan ibarətdir ki:

* məhsul hər yerdə eyni funksiyanı yerinə yetirə bilmir. Qablaşdırılan su ilə bağlı misal göstərək. Avropada suyun tərkibində olan minerallar onun əsas üstünlüyü kimi qəbul edilir, ABŞ-da isə yaşayan insanlar ona görə mineral suyu içirlər ki, bu su adətən, təmiz olur. Suyun mineralları ilə müqayisədə Amerika istehlakçılarını daha çox onun təmiz olması maraqlandırır və buna görə istehsalçılar xüsusi olaraq göstərilər ki, onların təqdim etdiyi məhsulun tərkibində zərərli maddələr yoxdur;

* ola bilsin ki, mədəni baxışlar bir-birindən fərqlənsin;

* məhsulun "dövrən etməsi" mərhələləri müxtəlif olsun;

* tələbatlar bir-birindən fərqlənə bilər. Belə ki, yağın daha da sağlam əvəz edicisi kimi piysiz marqarinin reklamı Rusiyada qətiyyənlə qəbul olunmur, çünki insanlar burada keyfiyyətli yağdan istifadə etməyə meyillidir.

Müxtəlif ölkələrdə insanlar malın alınması üçün eyni hazırlıq səviyyəsinə malik deyil və bu hal qlobal problemlərin araşdırılması üçün çətinliklər yaradır. İnsanlar arzu edilən həyat tərzinə dair oxşar baxışlara malik ola bilər. Lakin ona nail olmaq üçün fərqli nöqteyi-nəzərlərə əsaslanaraq onlar onu sosial cəhətdən məqbul və daha da effektiv üsul vasitəsi ilə gerçəkləşdirməyə çalışırlar.

Baxmayaraq ki, qlobal, standart səciyyə daşıyan reklam kampaniyası məqbul sayılan variant olmasa belə, bu, qlobal reklam strategiyasının mövcudluğunu inkar etmir. "Qlobal tərzdə düşün, qlobal şəkildə hərəkət et" ifadəsini şüar kimi istifadə etmək olar. Kodak kompaniyası qlobal reklam strategiyalarının işlənməsi haqqında söhbət açır. Lakin onunla razılaşırlar ki, şirkətin istehsal etdiyi reklam çarxları müxtəlif ölkələrdə bir-birindən fərqlənə bilər. Məhsulun imicində milli xüsusiyyətlərin saxlanması şərti ilə müxtəlif ölkələrdə tətbiq edilən reklam strategiyalarının elementləri arasında ümumilik tapmaq çəhdləri mövcuddur.

Eyni zamanda, onu da qeyd etmək lazımdır ki, çoxsaylı qlobal kompaniyalar adı "boz" bazar deyilən problemlə üz-üzə qalmışdır. Misal üçün, nəqliyyat tarifləri və xərcləri aşağı

səviyyədə olması üzündən Minolta şirkəti özünün istehsalı olan fotokameralarının Almaniyada olan tərəf müqabilləri ilə müqayisədə Honkonqdakı distribyuterlərinə daha aşağı qiymətə satmışdır. Bunun nəticəsindən Honkonqda satılan Minolta fotokameraların qiyməti 80 funt sterlinq olduğu halda, Almaniyada eyni malın qiyməti 170 funt sterlinq təşkil etmişdir. Honkonqda topdan satış ticarətlə məşğul olan bəzi biznesmenlər bu qiymətlər arasında olan fərqi gördükdən sonra Almaniyada həmin malın satışı ilə məşğul olan distribyuterlərin Minolta fotokameralarına qoyduğu qiymətlərlə müqayisədə onu bu ölkədə fəaliyyət göstərən dilerlərə daha aşağı qiymətə təklif etmişdir. Alman distribyutoru topladığı malları sata bilməmiş və Minolta şirkətinə şikayətlə müraciət etmişdir. Beləliklə, kompaniyalar tez-tez onu aşkar edirlər ki, həddindən artıq tədbirli olan bəzi distribyuterlər öz ölkəsində satmaq məqsədilə tələbatı üstələyən mal ehtiyatını əldə etdikdən sonra onu qiymətlərdə əmələ gələn fərqə görə gəlir əldə etmək üçün digər ölkəyə satırlar. Beynəlxalq kompaniyalar bu cür fəaliyyəti "boz" məzmunlu bazarların işləməsinin qarşısını almağa çalışır və bunun üçün daha "ucuz" olan distribyutorlar üçün öz qiymətlərini qaldırır, əyri işlərə əl atan kəslərlə münasibətlərini pozur, yaxud da hər bir ayrı ölkə üçün nəzərdə tutulmuş məhsulu yeniləşdirir. Buna görə qlobal bazarda həyata keçirilən marketinq işi həmin məqamları da nəzərə almalıdır.

Beləliklə, müasir şəraitdə əmtəə bazarlarının qloballaşması prosesi inkişaf edir. O təşkilati, strateji, maliyyə, investisiya, marketinq və digər məsələləri daxil etməklə yanaşı, çoxsaylı təzahürlərdə ifadə olunur.

Qlobal miqyaslı qərarların qəbul edilməsində nəinki iqtisadi və həmçinin, mədəni, milli, siyasi və digər amillərin nəzərə alınması böyük əhəmiyyət kəsb edir. Əmtəə bazarlarının qloballaşması öz növbəsində müasir kompaniyaların fəaliyyətinə böyük təsir göstərir.

Beləliklə, bazarın effektiv idarəetməsi problemləri kontekstində onun qloballaşmasının təhlil edilməsi aşağıda göstərilmiş əsas xüsusiyyətləri fərqləndirməyə imkan verir.

1. Qlobal biznesin aparılmasının məqsədli determinantası kimi gəlirin əldə edilməsi və ölkə biznesinin eyni xarakteristikası arasında olan fərq iqtisadi cəhətdən effektiv işgüzar əməliyyatların aparılması üçün sırf milli həddüdlər kənara çıxmaq imkanlarını istifadə etmək niyyətlərindədir.

2. Həmin üstünlükləri gerçəkləşdirmək istəyində olan iş adamları əlavə iqtisadi imkanlardan istifadə edir, hansı ki, aşağıda göstərilənlərdən irəli gəlir:

- * xarici bazarların ehtiyat xüsusiyyətlərindən (istənilən növ ehtiyatlar nəzərdə tutulur);

- * xarici bazarların həcmindən;

- * xarici ölkələrin hüquq sahəsinin xüsusiyyətlərindən;

- * dövlətlərarası qarşılıqlı əlaqələrin formaları ilə tənzim edilən ölkələrarası (dövlətlərarası) siyasi və iqtisadi münasibətlərin spesifikliyindən.

3. Bazarların qloballaşması onların iki əsas inkişaf göstəricisindən asılı olaraq mahiyyət etibarilə dəyişir və bu ilk növbədə cəlbətmə səviyyəsindən (beynəlmilləşmə səviyyəsindən) asılıdır. Bir növ "sırf ölkə biznesi - qlobal biznes" kimi ifadə olunan inkişaf istiqaməti məhz bu səviyyənin yüksəlməsi mərhələlərini təşkil edir: yəni xarici bazara birdəfəlik ixracatdan başlayaraq beynəlxalq kompaniyanın inkişaf etmiş strukturuna qədər yüksəliş mərhələlərini ifadə edir. KIETB-ri, istehsal və distribusiyaya bu şirkətlər üçün bütün dünya və onlarca ölkə və yüzlərlə bazarı əhatə edən sferalar kimi təqdim olunur.

4. İstənilən ölkədə biznesin beynəlmilləşmə səviyyəsi yüksəldikcə, onun qlobal biznes-servisə qatılmaq imkanları daha da artır. Həmin qlobal səviyyə daşıyan biznes-servis milli mənsubiyyətindən qətiyyənlə asılı deyil və ancaq müxtəlif xidmətlər paketinin iqtisadi effektivliyinin əldə edilməsinə yönəldilmişdir. Bu xidmətlər, hal-hazırda biznes sahəsində qloballaşma imkanlarını maksimal səviyyədə gerçəkləşdirməyə

şərait yaradan elmi məzmun kəsb edən xidmətlərdən tutmuş maliyyə, nəqliyyat və həmçinin, beynəlmiləl kollektivlərin yaradılmasına qədər olan xidmət sahələrini əhatə edir.

5. Beynəlxalq biznesə ciddi şəkildə qatılmaq istəyən hər bir şirkət qarşısında ticarət bazarının qloballaşması bir sıra vacib şərtlər qoyur. Onların ən əhəmiyyətlisi – biznesdə mədəni amilin nəzərə alınmasıdır, yəni biznesin aparıldığı hər hansı bir ölkədə buranın mədəniyyətindən irəli gələn müəyyən tələb və məhdudiyyətlər fəaliyyət subyektinin üzərinə qoyulur. Bu problemin kəskinliyi səviyyəsi şirkətin nə qədər böyük, yaxud kiçik olmasından asılıdır. Mədəni amil səbəbi üzündən əlavə gəlirin əldə edilməsi (yaxud itirilməsi), təbii ki, təşkilatçılıqdan, şəraitlə bağlı amillərdən və s. asılıdır.

6. Beynəlxalq biznesin qlobal səciyyə daşması indiki zamanda onun mühüm və həlledici xüsusiyyətidir. Bu cür biznes mahiyyət etibarilə dünyanın işgüzar informasiya mübadiləsi sistemini, dünyanın maliyyə bazarını, texnoloji yeniliklərin qlobal strukturunu və s. əhatə edir (və onlar tərəfindən özü də əhatə olunur). Beynəlmilləşmə prosesi mərhələ-mərhələ inkişaf etdikcə, onun biznesdə nə cür təzahür etməsi, əhəmiyyət baxımından daha da artır, yaxud başqa sözlə desək, bu biznesin effektivliyi nə cür qloballaşmanın istifadə edilməsi ilə müəyyən olunur. Sadəlik və ümumilik, inkişafda mərhələlik, texnoloji qloballaşma, finansiarizasiya, milli və beynəlmiləl cəhətlərinin qarşılıqlı əlaqədə olması üzvü şəkildə bir-biri ilə bağlı olan qloballaşmanın daxili xüsusiyyətləridir.

7. Beynəlxalq biznes istənilən ölkə biznesi ilə müqayisədə prinsip etibarilə mürəkkəb şəkildə qarşılıqlı əlaqədə olan və yeniləşən ilə səciyyələnən daha yüksək səviyyədə peşəkar biliklər sistemidir. Ehtimal ki, bu - həmin kateqoriyanın ən müasir və əhəmiyyət kəsb edən səciyyələndirməsidir.

8. Bazarla əlaqəyə girmənin müxtəlifliyi və ən yaxşı milli nümunələrin seçilməsi dünya təcrübəsində ən yaxşı olanları beynəlxalq biznes tərəfindən daima toplanılmasına imkan verir.

9. İnformasiya – ən vacib strateji əhəmiyyət kəsb edən mənbədir, adaptivlik və sabitləşmə isə əmtəə bazarının qloballaşmasında vacib olan strateji vasitələrdir.

10. Beynəlxalq biznesi fərqləndirən prinsiplial cəhət ondan ibarətdir ki, ölkədə mövcud olan vəziyyət əks mövqedən qiymətləndirilə bilər, yəni ölkə iqtisadiyyatına (yaxud onun bir sahəsinə) xas olan mənfə meyllər beynəlxalq şirkət tərəfindən tamam başqa cür qiymətləndirilir və bunun gerçəkləşdirilməsi şirkət tərəfindən aparılan biznes üçün əlavə imkanların meydana gəlməsinə şərait yaradır.

11. Ölkədaxili rəqabətdən fərqli olaraq beynəlxalq miqyaslı biznes çərçivəsində aparılan rəqabət zamanı şirkət öz ölkəsi tərəfindən bir çox açıqlanmamış formalarda göstərilən köməyi hiss edə bilər.

2.7. QLOBAL XİDMƏTLƏR BAZARININ FORMALAŞMASI

Xidmət sənayesinin cəhətləri və yaranması səbəbləri. Bir əsrdən çox olan müddət ərzində üstünlüyə malik iqtisadi inkişafın sənaye forması tədricən tarixi səhnədən çıxıb gedir. Hər halda bu - dünyanın inkişaf etmiş hissəsi üçüncü sənəyəvidir. Yeni, daha tərəqqipərvər inkişaf modelinə keçidin labüdlüyü göz qabağındadır. Həmin model bilik əldə etmək, dincəlmək, yaradıcı şəkildə özünü ifadə etmək kimi insanların əsasən, qeyri-maddi tələbatlarının ödənilməsinə və ehtiyatların qənaətlə sərf olunmasına əsaslanır.

Sənaye iqtisadiyyatı biotexnologiya və elektronikanın üstünlük təşkil etdiyi informasiya iqtisadiyyatı ilə əvəzlənir. Son onilliklərə xas olan sənəyəvi xüsusiyyət ondan ibarətdir ki, informasiya və telekommunikasiyaların işlənməsi və yeni rabitə vasitələrindən ibarət olan müasir informasiya texnologiyaları, əsasən, dünya təsərrüfatının liderləri olan ölkələrdə böyük sürətlə inkişaf etmişdir. İnformasiya-iqtisadiyyatın yekun məhsuludur və o, ən vacib əhəmiyyət kəsb edən milli sərvət

səviyyəsinə qalxır. 1996-cı ildə İƏİT-in tərəfindən hazırlanmış məruzədə qeyd edilir ki, telekommunikasiya, kompyüter mərkəzləri, proqram təminatı, əczaçılıq kimi informasiya sahələrində istehsal edilən məhsul inkişaf etmiş ölkələrin ÜDM ilə müqayisədə onun yarısından çoxunu təşkil edir. İnformasiya-maliyyə bazarları əmələ gəlir və sürətlə inkişaf edir: bunlar - fyuçers, forvard, sığorta, valyuta bazarlarıdır, hansı ki, tez-tez dövriyyəsinə görə ənənəvi əmtəə bazarlarını üstələyir.

"İnformasiya iqtisadiyyatı" anlayışı iqtisadi ədəbiyyatda xüsusi termin kimi meydana gəlmişdir. İnformasiya iqtisadiyyatının əsas aparıcı qüvvəsi maddi nemətlərin istehsalı və istehlakı deyil, məhz müxtəlif informasiya xarakterli, o cümlədən, əşyavi formada (yüksək texnologiyalar məhsulu) təzahür edən sərvətlərin yaradılması və istifadəsidir. Qabaqcıl ölkələrdə intellektual səciyyə daşıyan məhsuldar qüvvələrin inkişafında əldə edilmiş böyük tərəqqi, qeyri-əşyavi sərvətin artması və innovasiya-informasiya sahəsinin sürətlə inkişaf etməsi haqqında söhbət açmaq olar. ABŞ bu sahədə aparıcı rol oynayır. Belə ki, 1970-1980-ci illər ərzində ABŞ-da informasiya texnologiyalarına sərf edilən vəsait hər il orta hesabla 20-25% artdığı halda, 1990-cı illərdə bu artım 30-35% təşkil etmişdir. Maşın və avadanlığa qoyulmuş şəxsi investisiyaların ümumi həcmində bu texnologiyaların payı 1970-ci illərdə 6-8%, 1998-1999-cu illərdə isə 34-38% qədər artmışdır.

Qərb ölkələrində istehsalın postsənaye mərhələsini xidmət iqtisadiyyatı kimi də təqdim edirlər. İctimai inkişafın başlıca qanunauyğunluqlarından biri - maddi istehsal ilə müqayisədə xidmət sahəsinin qabaqlayıcı artımı və onun təsərrüfatçılıq mövqelərinin genişlənməsidir.

Xidmət sahəsi istehsalatın ehtiyacları və əhalinin fərdi tələbatlarının, həmçinin, bütün cəmiyyətin tələbatlarının ödənilməsinə yönəlmiş bir çox təsərrüfat fəaliyyətinin sahə və növlərini əhatə edir. Yük və sərnişin daşımaları, maliyyə vasitəçiliyi, telekommunikasiyalar, ticarət, mehmanxana biznesi və ictimai iaşə, təhsil, səhiyyə, mühasibat xidmətləri və

bunun kimi bir çox digər fəaliyyət növlərini daxil edən xidmətlərin göstərilməsi hər bir ölkənin ÜDM-da əhəmiyyətli paya malikdir. Kiçik gəliri olan ölkələrdə belə xidmətin göstərilməsi ÜDM-n üçdə birindən çox olan hissəsinin yaradılmasını təmin edir. Aparıcı ölkələrdə isə xidmət sahəsi 1990-cı illərin sonlarında milli təsərrüfatın iri sektoruna çevrilmişdir, yəni nəqliyyat, rabitə, topdan və pərakəndə ticarət, maliyyə-kredit müəssisələri, sığorta biznesi, məişət, işgüzar və sosial-mədəni xidmətlərin yekun göstəriciləri ÜDM-n orta hesabla 60-65%-ni (ABŞ-da təqribən 75%), bütün işləyənlərin - 75%-ni (ABŞ-da 80%) və kapital qoyuluşunun ümumi həcmnin 50%-dən çox olan hissəsini təşkil edir. Xidmət sahəsi digər məhsul və xidmətlərin istehsalına böyük təsir göstərir, istehsalçılar isə məhsullarını sonuncu istehlakçıya çatdırmaq istiqamətində onlara xidmət göstərilməsinə ehtiyac duyur.

Lakin bu sektorun müasir iqtisadiyyatda rolu təsərrüfatçılıq strukturunda təkə üstünlük təşkil etməsi ilə bağlı deyil. Elmi bilik, qeyri-maddi əmanət formaları, informasiya texnologiyaları və həmçinin, təsərrüfatçılıq fəaliyyətinin qloballaşması kimi vacib olan iqtisadi artım amilləri xidmət sahəsində formalaşır. Xidmət sahələrində baş verən dərin elmi-texniki, keyfiyyət və struktur dəyişiklikləri mühüm əhəmiyyət kəsb edir və postindustrial cəmiyyətin inkişafına onların göstərdiyi təsiri gücləndirir və onun gələcək tərəqqisi üçün lazımı şərait yaradır.

İnkişaf etmiş ölkələrdə mövcud olan xidmət sahəsinin dinamik inkişafının səbəbləri ilə əlaqədar daha çox bir-birini tamamlayan, nəinki ziddiyyət təşkil edən xeyli əsaslandırmaclar mövcuddur. Bilavasitə:

* əhaliyə məxsus gəlirin artması onun istehlak strukturunda qeyri-maddi sərvət və xidmətlərin xeyrinə dəyişikliklərin baş verməsinə gətirib çıxarır;

* deindustrializasiya xidmət sektorunun artmasına gətirib çıxarır, yəni iş yerlərinin azalması ilə müşayiət olunan bir sıra sənaye sahələrinin ləğvi onunla nəticələnir ki, ÜDM və məşğulluq sahəsində sənayenin payı azalır və müvafiq şəkildə

xidmət sahələrinin həcmi artır; bu iqtisadiyyatın tertiarizasiyası deyilən, yəni üçüncü sektorun payının artması deməkdir;

* istehsalın maddi və qeyri-maddi elementlərinin inteqrasiyası güclənir;

* iqtisadi artımın xarakterində dəyişikliklər baş verir – insan amili və elmi biliklər olan onun mənbələri mühüm əhəmiyyət kəsb etməyə başlayır;

* xidmət göstərilməsinin inkişafına olan tələbat sırf iqtisadi tələbatlar çərçivəsindən kənara çıxır – iqtisadi artımın humanizasiyası prosesi xidmət kompleksinin genişlənməsi ilə müşayiət olunur. Onlar insanın özünün, onun intellektual və fiziki imkanlarının təkmilləşdirilməsinə, mədəni, mənəvi və sosial ehtiyaclarının ödənilməsinə yönəlidir;

* nəqliyyat, telekommunikasiyalar, maliyyə və sığorta xidmətləri kimi bir çox sahələrin özəlləşdirilməsi və sərbəstləşdirilməsi prosesləri və həmçinin, xarici iqtisadi əlaqələrin liberallaşdırılması xidmət göstərilməsinin inkişafına təsir göstərir;

* 1980-ci illərdə inkişaf etmiş ölkələrdə həyata keçirilən maddi istehsalın struktur-texnologiyə yenidənqurması bir sıra xidmət sahələrinin inkişafı üçün güclü stimulaşdırıcıdır. Yenidənqurma zamanı sənaye şirkətlərin keyfiyyətli işgüzar xidmətinin göstərilməsində ehtiyacı xeyli dərəcədə artmışdır. Eyni zamanda, xidmət üzrə ixtisaslaşan qeyri-profili bölmələr iri şirkətlərin heyətindən ayrılmış və müstəqil biznes sahəsinə keçmişdir. Başqa sözlə, bu növ fəaliyyət əvvəllər şirkətlərin öz daxilində aparılırsa hal-hazırda onlar ixtisaslaşdırılmış şirkətlərin xidmətlərinə müraciət edir;

* global iqtisadiyyat şəraitində ölkənin rəqabətə davamiyyəti xeyli dərəcədə insan amilindən asılıdır. Bu cəhət və dövlətin üzərinə götürdüyü sosial öhdəliklər bir sıra xidmət sahələrinin və ilk növbədə sosial məzmun daşıyan xidmətlərin inkişafı üçün onun tərəfindən xərclənən vəsaitin artırılmasına səbəb olmuşdur. Belə ki, 1985-1995-ci illər ərzində dövlət büdcəsindən səhiyyə sahəsinə ayrılan vəsaitin həcmi

ABŞ-da 4,3%-n 6,6%-ə, Almaniyada – 6,6%-n, 8,2%-ə, Yaponiyada isə 4,7%-n 5,7%-ə qədər artmışdır;

* müasir elmi-texniki inqilab xidmət sahəsinə bir çox istiqamət üzrə təsir göstərir. Kompüterləşmə, informasiya texnologiyaları, yeni kommunikasiya vasitələri əsasında müxtəlif yeni xidmət sahələri yaranır, onların ənənəvi növləri köklü şəkildə yeniləşir, xidmət göstərilməsinin keyfiyyət göstəriciləri artır. Müəyyən məsafə üzrə xidmət göstərilməsində mövcud olan texniki maneələri yeni texnologiyaların aradan qaldırılması və bununla onlar üçün dünya bazarına yol açması böyük əhəmiyyət kəsb edir;

Xidmət sahəsinin tədqiqi onu təsdiq edir ki, yaşamağa qabil olan "xidmət iqtisadiyyatı" xidmət göstərilməsini və inkişaf edən maddi istehsalı özündə birləşdirməlidir. Xidmətin bir çox növləri istehsalat ilə sıx bağlıdır və inkişaf etmiş maddi bazaya əsaslanır. Bunun nəticəsində ictimai əmək bölgüsünün yeni formaları yaranır. İqtisadi ədəbiyyatda, hətta "serviindustrial iqtisadiyyat" termini meydana gəlmişdir. Bu anlayış maddi istehsal sahələrinin və ilk əvvəl sənaye və xidmətin fəal şəkildə inteqrasiyası prosesini əks etdirir. Sənayeden ayrılmış və onunla sıx bağlı olan işgüzar xidmətlərin sürətlə inkişaf etməsi buna ən yaxşı misaldır.

Məhsul və xidmətin dərin inteqrasiyası baş vermiş cəmiyyəti forma etibarilə müəyyən edən bir neçə səciyyəvi əlaməti nəzərdən keçirdək.

1. Sahələr üzrə sərhədlərin pozulması. Kompaniyanın əsas fəaliyyət növü kimi götürülmüş meyyara əsasən sahələr üzrə ənənəvi sərhədlər dağılmağa başlayır. Sənaye mallarının istehsalı burada tez-tez, eyni zamanda, ikinci dərəcəli fəaliyyəti təşkil edən xidmət göstərilməsini nəzərdə tutur. Sonuncu texniki cəhətdən mürəkkəb məzmunlu mallar indiki zamanda bazarda "təmiz" halda satılmır, bir qayda olaraq bu "kompak" deyilən kompleks şəkildə mövcud olan paketdir (məhsul+xidmət). Bu cür xidmətlərin kəmiyyət və keyfiyyəti kompaniyanın rəqabətə davamlı olmasında mühüm amildir. Öz növbəsində bu şirkətin apardığı fəaliyyət növlərinin sayını

artırır və onun əsas növünün müəyyənləşdirilməsini çətinləşdirir. Xidmətlərin geterogenliyi sahələr arasında mövcud sərhədlərin pozulmasına gətirib çıxardır.

2. İstehsal prosesində dəyişikliklər. İstehsalat metodları işgüzar və istehlak xidmətlərinin artması dərəcəsi qədər dəyişir. Kompleks paketini (məhsul+xidmət) təklif etmək zəruriyyəti köhnə iyerarxik və piramidal strukturları əvəz edən çevik istehsal strukturlarının istifadə edilməsi zəruriyyətini doğurur.

3. Yeni tətbiqi texnologiyaların genişmiqyaslı istifadəsi. İstehsal sistemlərində baş verən dəyişikliklər yeni texnologiyaların yayılması və xüsusilə, informasiya texnologiyaların tətbiqi ilə sıx bağlıdır. İstər şirkət, istərsə də fərdlər özünün gündəlik fəaliyyətində yeni texnologiyalardan geniş istifadə edir. Bunun hələ nisbətən yaxın zamanlarda ağılaşmaz miqyas alması onunla bağlı olmuşdur ki, texnologiyalar xüsusi fəaliyyət növləri çərçivəsində məhdudlaşır. Digər səbəblərlə yanaşı, bu texnologiyaların geniş şəkildə istifadəsi istehsal sistemlərinin çevikliyi və kompleks paketlərinin meydana gəlməsi ilə bağlıdır.

4. Bazarın beynəlmilləşdirilməsi və mürəkkəbləşməsi. İstehsalatda baş verən dəyişikliklər və yeni texnologiyalar biznesin coğrafi həddlərini yaxınlaşdırmış, mövcud olan məsafələri qısaltmışdır. Yaxınlaşmasına baxmayaraq bazarlar, eyni zamanda, mürəkkəbləşir. İndi asanlaşan bazara müdaxilə tələbatı müxtəlif coğrafi nöqtələrin birləşməsinə imkan yaradan informasiya və xidmətlərə olan tələbatı da zəruriləşdirir. Kapitalın beynəlmilləşməsi də "xidmət iqtisadiyyatının" yaradılmasına öz töhfəsini vermişdir. Xidmət və beynəlmilləşmə öz arasında daha da sıx əlaqəyə malik olur.

5. Əməyin humanistləşməsinin istehsalata həlledici təsiri. Əgər industrial cəmiyyətdə fəhlə maşına bir əlavə olmuşdursa və maşın onun əməyini asanlıqla əvəz edə bilirdisə, müasir cəmiyyətdə olan əmək fiziki kapitala xeyli dərəcə az tabe olur, istehsalın effektivliyi isə insan kapitalının keyfiyyətindən xeyli dərəcədə asılıdır.

Yeni cəmiyyətin modelinə keçid prosesi qarşısı alınmazdır və postindustrial cəmiyyət dedikdə, biz daxilində industrial parametrlərdən yeni servis parametrlərinə keçidin baş verdiyi keçid cəmiyyətini nəzərdə tuturuq. Lakin bu cür dəyişikliklər köhnə parametrlərdən daima imtina etmək deyil, onlar köhnəlmiş ənənəvi industrial sxemləri dolğunlaşdıran yeni parametrlərin tədricən daxil etməsini nəzərdə tutur.

İndustrial cəmiyyətin serviindustrial cəmiyyətə keçməsi prosesində informasiya həlledici rol oynayır. İstehsalatın ənənəvi təşkilinə zidd olaraq yeni texnologiya və ixtisaslaşmanın tətbiqi nəticəsində daha böyük çeviklik əldə edilir. Hər iki proses istehsalı, saxlanması, ötürülməsi, mübadiləsi və nəzarət edilməsi asan başa gələn istehsal prosesləri barəsində informasiyanın toplanılması şərtləndirir. Şirkətlərin klassik, səciyyə daşıyan ciddi təşkilatçılıq strukturundan imtina etməsi ixtisaslaşma, xidmətin tətbiqi və digər şirkətlərlə xarici əlaqələr yaratmaq üçün üfqi xətt üzrə aparılan əmək bölgüsünə yol açır.

İstehsal amilləri nöqtəyi-nəzərindən serviindustrial cəmiyyətdə mövcud olan əmək kapitaldan üstündür, çünki istənilən biznes növü daha çox informasiya və insan resurslarının hazırlanmasından asılıdır. Ən çox standartlaşdırılmış əmək növləri texnologiyalar vasitəsilə avtomatlaşdırılır, lakin ən vacib olan əmək növləri cəmiyyət baxımından artmış və keyfiyyətə dəyişmişdir. "Əmək bazarının" bir çox sektorunda, o cümlədən, "göy" və "ağ" yaxalıqların fəaliyyət sahəsində zəruri olan əməyin yüksək dərəcəli ixtisaslaşması buna imkan yaradır.

Yeni model üzrə yaradılan cəmiyyətdə mövcud olan məhsullar standartlaşdırılmış sənaye məhsullarını və "xidmət iqtisadiyyatının" daha da fərdiləşdirilmiş məhsullarını bir-birinə uyğunlaşdırır. Kütləvi istehlak mədəniyyəti, ümumiyyətlə, zəifləmiş və bu daha böyük differensiasiyaya gətirib çıxartmışdır. İnformasiyanın mövcud olan səviyyələri bu cür personalizasiya və differensiasiyaya cavab verir.

Gəlirin artırılması şirkətlər tərəfindən iki istiqamət üzrə, yəni xərclərin azaldılması və keyfiyyətin maksimallaşdırılması ilə həyata keçirilir. Sonuncu keyfiyyətin nəzarətdə saxlanılmasını zəruri iş çevirən serviindustrial iqtisadiyyat üçün səciyyəvidir. Bazar agentlərinin malik olduqları informasiya axını keyfiyyət, tətbiq edilən texnologiyalar, müştərinin tələbatına uyğunlaşmaq qabiliyyəti və məhsulun qiyməti haqqında məlumatları ötürməyi tələb edir. Şirkətlər öz adı və imicinə xüsusi diqqət yetirməlidir, çünki bazarın qarşıya qoyduğu tələblər daima artmaqdadır. Serviindustrial cəmiyyətdə mövcud olan rəqabət bir çox aspektlər olan qiymət, keyfiyyət, xidmət, imic, ad və i.a. təsir göstərir. Həmin sahələrdə mövcud rəqabət müxtəlif aspektləri kompleks şəkildə qiymətləndirən bazara siqnallar göndərir. Bir çox belə siqnalların gücləndirilməsi zərurəti ənənəvi olan xalis rəqabət aparmaq əvəzinə şirkətləri qarşılıqlı əməkdaşlığın axtarılmasına vadar etmişdi.

Xidmət sahəsinin dinamikası və strukturu. Müasir iqtisadiyyatda 600-dən çox müxtəlif xidmət növü mövcuddur. Fəaliyyət növlərinin çox rəngarəng olması həmin sahə üçün səciyyəvidir. Bunlara baxmayaraq, onları funksional baxımdan qismən oxşar olan bir neçə iri bölməyə ayırmaq olar. Nəqliyyat, rabitə, topdan və pərakəndə ticarət, maliyyə-kredit sahəsi, sığorta, daşınmaz əmlak ilə bağlı əməliyyatlar, istehsal və tədavül ilə bağlı xidmət, avtonəqliyyata xidmət göstərilməsi və onun təmiri, mədəni-rekreasiya xidmət, təhsil, səhiyyə, sosial təminat və d. həmin sahələrə də aiddir.

Bütün bu sfera üçün səciyyəvi olan ümumi yüksək dərəcəli dinamiklik, eyni zamanda, xidmət sferasını ayrı-ayrı sahələrində əldə etdilər fərqli artım templərinin nəticəsidir. İnkişaf etmiş ölkələrdə işgüzar xidmətlər artım templərinə görə irəlidedir. Bunlar – marketinq və reklam xidmətləri, kompyuter və telekommunikasiya xidmətləri, lizinq əməliyyatları, elmi-tədqiqat şirkətləri, binalarda xidmətin göstərilməsi və onların mühafizəsi, mühəndis-tikinti və memarlıq xidmətləri, mühasibatlıq və auditorluq xidmətləri, sənədlərin

sürətinin çıxardılması və bir çox digər sahələrdir. Xidmət göstərilməsinin təsnifatı çərçivəsində işgüzar xidmətlər yarımqrup kimi fərqləndirilir. Bunun müəyyən edilməsinin meyarı timsalında bu xidmətlərin ünvanlandırıldığı olan müştərilərdir. Bu xidmətlər əksər hallarda fərdi, yaxud kollektiv istehlak üçün yox, məhz istehsalat təşkilatları, yəni kompaniyalar üçün nəzərdə tutulmuşdur. Onlar iqtisadiyyatın real sektorunda mövcuddur və nəticə etibarilə şirkətlərin rəqabətə davamlı olmasının artırılmasına yönəlmişdir.

Kompüter, telekommunikasiya, məsləhət, sığorta və maliyyə-kredit xidmətləri daha sürətlə inkişaf edir. Kompüter xidmətləri yeni iqtisadiyyatın əsas cəhətlərini formalaşdırır və bunun nəticəsi olaraq dünya bazarına çıxan ölkənin rəqabətə davamiyyətini müəyyən edir. Məsləhət verilməsi biznesinin funksiyaları bunlardır: informasiya, ekspertiza və məsləhət şəklində müxtəlif təsərrüfat problemlərini işlənilməsi və onların elmi cəhətdən həlli yollarının müştərilərə təklif edilməsi və həmçinin, idarəçilikdə iştirak etmək, bazarın öyrənilməsi effektivliyin artırılması üçün tədbirlərin işlənilməsi və həyata keçirilməsi və s. Rekrutinq biznesi müvəffəqiyyətlə inkişaf edir. Bu biznes fəaliyyəti bir tərəfdən iş axtaran insanları optimal işlə, digər tərəfdən isə - şirkətləri ən yüksək ixtisaslı kadrlarla təmin etmək imkanları yaradır.

Serviindustrial cəmiyyətinin inkişafı kontekstində işgüzar xidmətlər yeni iqtisadiyyatı daha çox keçid iqtisadiyyatı kimi təcəssüm etdirir. Bu göstərilən səbəblərlə izah edilir:

* kommunikasiya və informasiyanın ötürülməsi ilə bilavasitə bağlı olan işgüzar xidmətlər industrial cəmiyyətdən serviindustrial cəmiyyətə keçidi səciyyələndirən bütün ünsürlərə aiddir;

* işgüzar xidmətlər - daha çevik istehsal sistemlərinin qurulmasının təsiredici nəticəsidir. Şirkətlər əvvəllər ya qətiyyən mövcud olmayan, ya da istehsaldaxili səciyyə daşıyan xidmətləri təklif etməyə qabil olmuşdur;

* əməyin təşkili və kapitalın sadələşdirilməsi ona imkan verir ki, işgüzar xidmətlərin bir çoxu istehsalın əsas amili olan elmi-texniki tədqiqatların səmərəsini artırır;

* məhsulun fərqləndirilməsi, yaxud müştəriyə yaxın olmaq tələbatı malların satılması (misal üçün, reklam, yaxud bilavasitə aparılan marketinq) və informasiyanın alınması, yaxud ötürülməsinə (misal üçün yarmarka və sərğilərin təşkili, bazarın tədqiqi) aid olan bir çox işgüzar xidmət növləri arasında aparılan rəqabəti stimullaşdırır. Eyni zamanda, məhsulun fərqləndirilməsi bir çox hallarda işgüzar xidmətlərin (misal üçün dizayn, yaxud kommersiya xidmətləri) təklif edilən məhsulun forması ilə bağlı olan xidmətlərin tətbiqini nəzərdə tutur;

* keyfiyyətin yüksəldilməsinə yönəlmiş məqsədlər nəinki keyfiyyətə nəzarət etmək üçün nəinki işgüzar xidmətlərin bilavasitə istifadəsini stimullaşdırır və həmçinin, istehsal xəttində cərəyan edən hər bir daxili prosesin (misal üçün menecment xidmətləri) keyfiyyətini yüksəldə bilən digər xidmətləri də stimullaşdırır;

* qiymət, keyfiyyət, xidmət və i.a.-n cəmi olmasına əsaslanan rəqabət imic strategiyasının seçilməsini tələb edir, hansının ki yaradılması daha çox reklam xidmətləri, yarmarka, sərğilər və həmçinin, bəzi əməliyyat xidmətləri ilə bağlıdır. Şirkətlər arasında qarşılıqlı fəaliyyət olması üçün hüquqi xidmət və menecment xidmətləri böyük əhəmiyyət kəsb edir.

* yeni bazarlara daxil olan böyük rəqabət özünün qlobal perspektivə malik omlasını tələb edir. Bazarların artan miqyası və mürəkkəbliyi bazarların təşkilində (ixracat, yarmarka və sərğilər, reklam xidmətləri və s.) yaxud beynəlxalq strategiyalar (menecment xidmətləri), ixtisaslaşan bir çox işgüzar xidmətlər arasında rəqabətin aparılmasına səbəb olur;

* urbanistik konsentrasiya prosesi və müştəriyə yaxın olmaq tələbatı yeni servuindustrial iqtisadiyyatın mühüm elementləridir. Onlar işgüzar xidmətlərin rasionall şəkildə əsaslandırılmasının anlanılması üçün həlledici əhəmiyyətə malikdir.

İşgüzar xidmətlər, eyni zamanda, yerli sənaye iqlimi ilə xüsusi səciyyə daşıyan əlaqə saxlayır. Onlar rəqabətə davamiyyəti və innovativliyi o şəkildə yüksəltməyə imkan yaradır ki, xidmətlər nəinki sənaye fəaliyyətinin nəticəsinə çevrilsin və həcmnin özü də cəlbedici amil kimi çıxış edə bilsin.

Elmi-texniki tərəqqinin təsiri. Elm və texnikanın tərəqqisi xidmət sahəsinin sürətlə hərəkət etməsi, təkmilləşməsi və mürəkkəbləşməsinin ən mühüm amildir. O bu sahə haqqında mövcud olan ənənəvi təsəvvürləri, onun əsas göstəricilərini və inkişaf etmiş ölkələrdəki rolunu köklü şəkildə dəyişdirir. Belə demək olar ki, məhz xidmət sahəsi mahiyyət etibarilə ETT-n mərkəzində olmuşdur. ETT kompyuter texnikası və informasiya texnologiyalar əsasında yaranmış və bu sahəyə məxsus olan maddi-texniki bazasını köklü şəkildə dəyişmişdir.

Xidmət sahəsində onun məxsus olan KIETB-n bazası formalaşmışdır. Banklar, səhiyyə, telekommunikasiyalar və kompyuter biznesinin ardınca bu sferanın digər sahələrində də çalışan şirkətlər onlara aid olan elmi tədqiqatlar aparmağa başlayır. Sahibkarlığın ümumi xərclərində KIETB-n üzərinə düşən payın həcmi sürətlə artır və ABŞ-da 27%, İngiltərədə 19%, Kanadada isə hətta 30%-a qədər olan səviyyəyə çatmışdır.

"Xidmətlər" anlayışı bunun nəticəsində kəskin sürətdə dəyişmişdir: əgər əvvəllər bu anlayış əsasən, nəqliyyat, rabitə və məişət xidmətləri ilə əlaqələndirilirdisə, hal-hazırda həmin sferanın siması elmi tutumlu sahələr olan təhsil, səhiyyə və mədəniyyət, elmi tutumlu işgüzar xidmətlərdə ifadə olunur. Ənənəvi xidmətlər isə onları göstərən şirkətlərin ümumi həcmi və bunların daxilində mövcud olan iş yerlərinin miqdarı və onların artımına görə ikinci dərəcəli mövqeyə malikdir.

Elmi-texniki tərəqqinin hərtərəfli şəkildə təsir göstərməsi informasiya texnologiyaları və kompyuter texnikası əsasında bir çox xidmət növlərinin yeni mövcudolma modelinin formalaşmasında və onların məhsulunun köklü surətdə dəyişməsində daha aydın şəkildə özünü bildirir. Misal üçün,

yeni texnologiyalar xidmət istehsalçısı və istehlakçısı arasında bilavasitə əlaqənin zəruri olması onun bu xüsusiyyətini aradan götürməyə, yəni satıcı və alıcı arasında mövcud olan zaman və coğrafi maneələri azaltmaq, yaxud aradan götürmək və dünya bazarına onlara yol açmağa imkan yaradır.

İnformasiya şəbəkələri, kompyuter sistemləri və digər qurğular vasitəsilə istehlakçılar üçün nəhəng informasiya kütləsinə yol açır, onlar real zaman şəraitində ticarət və maliyyə əməliyyatlarını həyata keçirir, geniş çeşidli hüquqi, işgüzar, mədəni-əyləncə və digər xidmət növlərindən faydalanır. Hətta təhsil və səhiyyə sahələrində belə müəyyən məsələdə xidmətin göstərilməsi mümkün olmuşdur!

Kompyuterləşdirmə nəticəsində bir çox xidmət növlərinin ucuz başa gəlməsi və onlara müraciət etmə yollarının genişlənməsi yeni xidmət növlərinin yaranması və onların yayılması üçün şərait yaradır. Xidmətin keyfiyyəti burada kəskin sürətdə artır: istifadəçilərin fərdi tələbatı daha dolğun şəkildə nəzərə alınır, xidmətlərin çeşidi, onların istifadəsində rahatlıq artmağa doğru meyil edir. Elmi-texniki tərəqqi xidmət sferasında və xüsusilə elmi tutumlu sahələrdə çalışan işçilərin qüvvəsinin keyfiyyətinə tələbləri xeyli yüksəldir və onun heyətində baxımın baş verən dəyişikliklərə səbəb olur.

Dünya bazarında mövcud olan xidmət. Artıq qeyd olunmuşdur ki, informasiya texnologiyaları və telekommunikasiyalar xidmətin beynəlxalq səviyyədə alqı-satqısında meydana gələn maneələri aradan götürməyə imkan yaradır. Əmtəə ilə müqayisədə xidmətin göstərilməsi prinsip etibarilə daha çox coğrafi amil ilə bağlıdır. Onların bir çoxu ya qətiyyənlə qeyri-daşınmaz vəziyyətdədir, ya da ancaq daxili bazar çərçivəsində dövr edir. Buna görə də milli hüdudları keçməyə və qlobal bazara daxil olmağa imkan verən xidmət sahəsində mövcud olan yeni texnologiyalar beynəlxalq ticarət üçün əhəmiyyətlidir. 1990-cı illərin ortalarından başlayaraq bu prosesə xüsusilə İnternet və informasiya ötürücüsü olan digər şəbəkələr olmuşdur. Bir çox fəaliyyət növü olan peşəkarlıq, maliyyə, informasiya, səhiyyə və təhsil sahələrində onlardan

istifadə edilmə xidmət işini asanlaşdırmışdır. İnternet sayəsində zaman və məsafə amilləri yox olmuş və bu xidmətin istər idxalını, istərsə də ixracını xeyli sadələşdirmişdir.

Virtual bazar məkanının meydana gəlməsi o deməkdir ki, müştərilərin coğrafi baxımdan əhatə olunması və aparılan fəaliyyətin növ müxtəlifliyinin göstəricisi kimi artıq şirkətin malik olduğu həcmi göstərilə bilməz. Öz ölkəsinin ərazisini tərk etməyən və informasiya şəbəkələri vasitəsilə xidmətin ötürülməsindən istifadə edən xidmət istehsalçıları onları digər ölkənin bazarlarında təklif edir. İnförmasiya texnologiyaların istifadəsi yüksək texnologiya xidmətlərinin ixracatı sahəsində ancaq inkişaf etmiş ölkələrin müqayisəli üstünlüklərə malik olması barədə qəbul edilmiş fikrin tamamilə dəyişməsinə səbəb ola bilər; hal-hazırda bəzi inkişaf edən ölkələrdə bu ölkələrlə uğurlu rəqabət aparır. 1990-cı illərdə införmasiya-kommunikasiya texnologiyalarının kommersiya əsasında istifadəsinin əsas istiqaməti elektron ticarət olmuşdur.

Xidmətin ixracat edilməsi beynəlxalq ticarətin mühüm və daha dinamik səciyyə daşıyan tərkib hissəsidir. Xidmətin ticarəti sahəsində əldə olunmuş artım templəri əmtəə ticarətinin artım templərini üstələyir. Bu ondan xəbər verir ki, xidmət ticarəti əmtəə ticarətini nəinki tamamlayır və hətta onu qismən əvəzləyir.

Beynəlxalq miqyasda xidmətin alınıb satılması, sürətlə inkişaf etməsi iki qrupa bölünmüş amillərlə izah olunur.

Birincisi ondan ibarətdir ki, əmtəə ticarəti ilə əlaqədar göstərilən xidmətlərin xeyli hissəsi əlavə xarakter səciyyəsinə daşıyır. Əmtəə ticarətinin artması malların bilavasitə hərəkət etməsi ilə bağlı olan – daşınma, saxlanılma, sığortalanma, bank xidmətləri, reklam və bunun kimi sair xidmətlərin inkişaf etməsinə müvafiq şəkildə təsir göstərir. Bundan başqa texniki cəhətdən mürəkkəb məhsulun həcmnin beynəlxalq ticarətdə artması satışqabağı və satışdan sonra təklif edilən servisin təşkilini zəruri edir.

İkinci ondan ibarətdir ki, əmtəə ticarəti ilə bilavasitə bağlı olmayan xidmət ticarəti yüksək sürətlə inkişaf edir. Bir sıra amillər üzündən beynəlxalq turizm, işgüzar, maliyyə, təhsil, səhiyyə, informasiya və digər xidmətlərə dünya bazarında böyük ehtiyac duyulur. Elmi-texniki tərəqqinin təsiri, əhalinin gəlirlərinin artması, onun tələbatını təşkil edən strukturda qeyri-maddi dəyərlərin xeyrinə baş vermiş dəyişiklik, telekommunikasiya şəbəkələrinin istifadəsinə sərf edilən vəsaitin azaldılması və s. bu amillərə aid etmək olar.

Xidmət göstərilməsinin həcmi əmtəə və xidmətin ümumi ixracatının təqribən 1/4-ni təşkil edir. DTT məlumatına görə, mütləq mənada 1975-ci ildə xidmətin ixracatı 155 mlrd dollar təşkil edirdisə 1990-cı illərin sonuna o 1,8 trln. dollara qədər artmış, müharibədən sonrakı onilliklər ərzində isə 30 dəfədən çox artmışdır. Nəqliyyat xidmətlərinin üzərinə düşən pay burada 23%, beynəlxalq turizmin – 32%, müasir işgüzar xidmətləri nəzərdə tutan digər kommersiya xidmətləri isə – təqribən 45% təşkil etmişdir. Beynəlxalq miqyaslı xidmətlər mübadiləsində inkişaf etmiş ölkələrin payı 80% artıq olmuşdur.

Lakin beynəlxalq xidmət ticarətinin statistikasını böyük çətinliklərlə üzləşir və ehtimal ki, xidmət ticarətinin tam həcmdə uçota alınmamasına səbəb olur. Bir çox halda bu "xidmət" termininin qeyri-müəyyənliyi ilə bağlıdır. Xidmət beynəlxalq ticarətdə xüsusi növ əmtəəni ifadə edir, o adi əmtəədən xeyli fərqlənir, maddi şəkildə təcəssüm etmir və özünü faydalı nəticədə bildirir. Xidmətlərin əksəriyyəti gözəgörünməz, hissedilməz xarakter daşıyır; onları toplamaq və saxlamaq qeyri-mümkündür; göstərilən xidmətlərin keyfiyyəti daimi səciyyə daşmır. Əgər əmtəənin istehsalı və istehlakı zaman və məkan baxımdan qırılmanı özündə bildirirsə, xidmətin istehsalı və istehlakı isə (beynəlxalq ticarətdə – onların idxalı və ixracı) eyni zamanda, cərəyan edir və bu vəziyyət əksər hallarda istehsalçı və istehlakçı arasında bilavasitə kontaktın yaradılmasına dəlalət edir. Beynəlxalq mübadilədə iş-

tiraketmə nöqteyi-nəzərindən bütün xidmətlər iki kateqoriyaya bölünür:

1) Satılmayan xidmətlər. Bu, elə bir xidmətlərdir ki, onlara beynəlxalq mübadilənin predmeti ola bilməz. Ancaq istehsal edilən ölkədə istehlak edilir və bir ölkənin rezidentləri tərəfindən istehsal və istehlak edilir. Göstərilən xidmətlərin əksəriyyəti alış-satış obyektidir. Lakin telekommunikasiyaların, elektron rabitə sistemlərinin, nəqliyyatın inkişaf etməsi tədricən ona gətirib çıxardır ki, əvvəllər satılmayan xidmətlər satıla bilən xidmətlərə çevrilir.

Xidmətlər üzrə baş saziş (XTBS) xidmətin ixrac edilməsi üçün dörd üsulu müəyyənləşdirir:

* bir ölkədən digər ölkəyə xidmətlərin ötürülməsi (misal üçün, beynəlxalq telefon danışıqları, pulun banklar vasitəsilə köçürülməsi, CD-disklər yaxud disketlər şəklində program təminatı ilə təchiz etmə); buna transsərhəd təchizatı (cross-border supply) deyilir;

* bir ölkəyə mənsub olan fiziki şəxslər yaxud şirkətlər tərəfindən digər ölkədə xidmətlərdən istifadə etmələri (misal üçün turizm) və bu "xaricdə istehlak etmə" (consumption abroad) termini ilə müəyyənləşir;

* digər ölkədə xidmət göstərmək məqsədilə (misal üçün, bir ölkədə əməliyyat aparən xarici bankların fəaliyyəti) xarici şirkətlər tərəfindən onların törəmə cəmiyyətləri, filialları və bölmələrinin burada yerləşdirilməsi və buna "kommersiya iştirakı" (commercial presence) deyilir;

* bir ölkədən digər ölkəyə fiziki şəxslərin hərəkət etməsi (misal üçün geyim nümayiş etdirən modellər, menecerlər, məsləhətçilər, auditorlar və i.a.) və bu "fiziki şəxsin iştirakı" termini ilə (presence of natural person) müəyyən edilir.

Beynəlxalq miqyasda xidmətin ticarəti faktiki olaraq xidmətlərin göstərilməsində ilk iki üsulu qəbul edir və bir ölkə çərçivəsində mənsubiyyətinə görə yerli və xarici ölkələrin fiziki və hüquqi şəxsləri arasında mövcud olan xidmət mübadiləsini praktiki olaraq qəbul etmir. Misal üçün, bir ölkədə olan xarici turistlərə nəqliyyat, kommunal və ticarət

obyektləri tərəfindən göstərilən xidmətləri və həmçinin, xarici şirkətlərin törəmə qurumları və nümayəndələri tərəfindən yerli alıcıya göstərilən xidmətin həcmi həqiqətən də nəzərə almaq olduqca çətindir. Eyni zamanda, transsərhəd təchizatı dünya bazarında göstərilən xidmətlərin kiçik bir hissəsini əhatə edir.

Buna baxmayaraq, elektron ticarətin sürətli inkişafı, telekommunikasiya şəbəkələrinin inkişaf etməsi sayəsində hal-hazırda transsərhəd ticarətinin həcmi sürətlə artır. Hətta elektron rabitə vasitələrinin köməyi ilə "kommersiya iştirakını" və "fiziki şəxsin iştirakını", yəni xidmətlərlə təchizetmədə üçüncü və dördüncü üsulu qismən transsərhəd ticarəti ilə əvəzləmək mümkündür, çünki rəqəmsal formada yazılmış hər bir informasiya ilə müəyyən məsafədə işləmək mümkündür. Xidməti ixrac edilən xidmətin faktiki göstərilməsi üsulundan asılı olmayaraq şirkətdaxili münasibətlərdə, müştəri və strateji tərəfdaşlarla əlaqədə, yaxud ("kommersiya iştirakı" ilə bağlı olan halda) mənzil-qərargahları ilə əlaqələrdə transsərhəd təchizatı istifadə edə bilər.

Alıcı (fiziki, yaxud hüquqi şəxs) "Xaricdə istehlak etdiyi" üçün xidmət istehsalçısının ərazisinə köçür. Dünya bazarında bu qayda üzrə təhsil, turist, məsləhət və digər xidmətlər satılır, halbuki həmin xidmətlər xaricdə ucuz və keyfiyyətlidir, ya da onların yerli bazarda qətiyyən mümkün deyil (misal üçün, beynəlxalq turizm xidmətləri).

"Kommersiya iştirakı" kapitalın ixracı və istehlakçı ölkələrdə xidmət təklif edən törəmə şirkət və bölmələrin xaricdə yaradılması ilə bağlıdır. Xidmətin bu cür çatdırılması üsulu xüsusilə inkişaf edən ölkələrdə müxtəlif məhdudiyətlərlə üz-üzə gəlir, çünki xarici xidmət istehsalçılarının bəzi sahələrə daxil olması ya qadağandır, ya da ciddi şəkildə tənzimlənir və bu daha çox maliyyə və sığorta, telekommunikasiya, turizm və digər sahələrə aid edilir.

"Fiziki şəxsin iştirakı" bir qayda olaraq əmək bazarında xidmətlərin göstərilməsi ilə bağlıdır. Fiziki şəxslər xidmətin göstərilməsini ya fərdi şəkildə, ya xarici şirkətdə mütəxəssis

qismində fəaliyyət göstərməklə, ya da xidmət göstərmək üçün xarici yaxud yerli şirkətlə imzalanmış kontrakt əsasında həyata keçirir. Bu üsul da peşəkarlıq səviyyəsinin nəzərə alınmaması, xarici işçi qüvvəsinin istifadəsi ilə bağlı olan məhdudiyyətlər və digər üzləşə bilər.

Beləliklə, xeyli sayda mövcud olan məhdudiyyətlər beynəlxalq miqyaslı xidmət ticarətinin inkişaf etməsini əngəlləyir, əmtəə ticarətində isə qəbul olunmuş və istifadə edilən oxşar universal prinsip və vasitələr xidmət ticarətində bir çox hallarda mövcud deyil. Xeyli dərəcədə bu ondan irəli gəlirdi ki, İkinci Dünya müharibəsindən sonra beynəlxalq əmtəə ticarətinin prinsipləri işlənildikən və əsas məqsədi tarif əngəllərinin kiçiltməsi və proteksionizmi zəiflətməkdən ibarət olan Ticarət və tariflər üzrə beynəlxalq saziş imzalandığı zaman bir çox xidmət növləri ya mövcud olmamış ya da beynəlxalq dövrüyyəyə kiçik həcmdə cəlb olunurdu. Ticarətdə xidmətlər üçün belə əhatəli sənədin yox olmaması üzündən proteksionizm güclənmiş və burada müxtəlif milli tənziqetmə metodları tətbiq olunmuşdur. Onların bir çoxu indi də istifadə olunur. Bilavasitə bu - məsələn, xidmətlərin idxalına qoyulmuş kəmiyyət məhdudiyyətləri, yəni daxili bazarda fəaliyyət göstərən xarici təchizatçıların miqdarına qoyulan məhdudiyyət; məcburi tarif və qiymətlər; xarici xidmət istehsalçıları üçün diskriminasiya xarakterli vergilərin tətbiq edilməsi; xarici vətəndaşların ölkəyə daxil olmağı üçün və xarici kapital əsasında şirkətlərin təsis olunması və fəaliyyət aparması üçün xüsusi qaydalar; xarici təchizatçıların müəyyən sahələrdə fəaliyyət aparmasına qadağa qoyulması; müəyyən fəaliyyət növlərinin lisenziyalaşdırılması; milli istehsalçıların məhsulu olan xidmətlərin dövlət tərəfindən alınması və digər xidmətlərdir. Ticarətdə mövcud olan maneələr bir çox halda milli qanunlar, inzibati göstərişlər, müəssisə təlimatları, xarici ixtisas sertifikatlarının, diplomların qəbul edilməməsi və i.a. formalarda təzahür edir. Bu hal hərdənbir ayrı-ayrı sahələrdə xarici xidmətlərə qoyulmuş qadağalarda öz əksini tapır.

Milli tənzimetmə tədbirləri bir tərəfdən mühüm həyatı əhəmiyyət kəsb edən milli, mədəni, sosial, siyasi mənafehləri müdafiə etməyə, digər tərəfdən isə milli istehsalçılar tərəfindən xidmət göstərilməsini stimullaşdırmağa yönəlmişdir, harda ki, bu zəif iqtisadiyyatı olan ölkələr üçün xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Lakin bu cür maneələr xidmətlərin əsas təchizatçısı olan inkişaf etmiş ölkələrin TMK fəaliyyətini xeyli məhdudlaşdırır. Onların aradan qaldırılmasının əsas metodu xarici xidmətlərin idxal, yaxud onların istehlak edilən ölkədə istehsal edilməsinə uyğun olaraq milli və daha əlverişli şəraitin yaradılmasından ibarətdir.

Bu sahədə mühüm əhəmiyyət kəsb edən razılaşma UTT-n tərkib hissəsi olan və 1995-ci il yanvarın 1-dən qüvvəyə minmiş **Xidmətlər ticarəti üzrə baş saziş (XTBS) olmuşdur.**

Bu xidmət ticarətini kommersiya əsasında tənzim edən prinsip və qaydaların çoxcəhətli külliyyətidir. Onun qəbul edilməsinin təşəbbüskarı ABŞ olmuşdur. Transsərhəd mal ticarətini tənzim edən TTBS-n fərqli olaraq XTBS dünya praktikasında ilk dəfə milli hədudlar çərçivəsində onların ticarətini, eyni zamanda, tənzim edir. XTBS-n maliyyətlərindən biri bir çox vacib terminlərin müəyyən edilməsi olmuşdur. Bunların sırasında "xidmət ticarəti", "xidmət təchizatı", "milli tənzimetmə" və həmçinin xidmət ticarətinə dair milli və daha əlverişli şəraitin istifadə olunmasını göstərmək olar. XTBS beynəlxalq xidmət ticarəti sahəsində dövlətlərin çoxtərəfli ölkələrarası davranış qaydalarının yaradılmasında ilk mərhələ kimi qəbul edilməlidir.

Beləliklə, xidmət mübadiləsi beynəlxalq ticarətdə mühüm yer tutur. İstisna olunmadan bütün ölkələrin cəlb olunduğu global xidmət bazarının formalaşması son onilliklərin səciyyəvi cəhətlərindən biri olmuşdur. Yüksək dinamiklik, sürətli elmi-texniki tərəqqi, idxal və ixracatın tənzim edilməsinə vahid yanaşmanın mürəkkəbliyi ona xas olan səciyyəvi cəhətləndirəndir.

Yoxlama sualları

1. Mal və xidmət bazarlarının qloballaşmasının mahiyyəti və əhəmiyyəti nədən ibarətdir?
2. Qlobal kompaniya nə deməkdir?
3. Mal və xidmət bazarlarında qlobal marketingin xüsusiyyətlərini göstərin.
4. Qloballaşma şəraitində bazarın təşkil etdiyi struktur sahələri nə cür dəyişir?
5. Mal və xidmətin qlobal bazarlarının inkişafında informasiya amili hansı əhəmiyyətə malikdir?
6. Qloballaşma şəraitində bölüşdürmə kanallarının xüsusiyyətləri nədən ibarətdir?
7. Mal və xidmətin qlobal bazarlarında kompaniyaların strategiyasını səciyyələndirin.
8. Xidmət sferasının yüksək artım dinamikasının və onun dünyanın ən çox inkişaf edən ölkələrinin iqtisadiyyatında aparıcı rol oynayan sahəyə çevrilməsinin əsas səbəbləri hansılardır?
9. Qlobal xidmət bazarının daha da sürətlə inkişaf etməsini hal-hazırkı mərhələdə əngəlləyən əsas amilləri sadalayın. Fikrinizcə, bu amillərdən hansıları obyektiv şəkildə əmələ gəlmişdir və hansıları dövlət səviyyəsində aradan götürülə bilər?

Fəsil III

DÜNYA MALİYYƏ BAZARLARI

XX əsr bəşəriyyətin həyatında baş verən müxtəlif əhəmiyyətli hadisələrlə zəngindir və dünya təsərrüfatındakı yeni – prinsiplial əhəmiyyətli təzahürlərin təşəkkülü, inkişafı da bu hadisələrdəndir.

Ötən əsrin son onillikləri dünya iqtisadiyyatının qloballaşmaya doğru aşkar meylləri ilə müşayiət olundu. Nisbətən qısa müddət ərzində (1960-cı illərdən başlayaraq) iqtisadi həyatdakı proseslər çox sürətlə – əvvəlki nəsillərə bəlli olmayan bir sürətlə inkişaf etdi. Belə sürətli inkişafın əsası – güclü inteqrasiya impulsları ilə, xüsusilə Qərbi Avropanın inteqrasiya impulsları ilə qoyuldu. Sonra isə təsərrüfat həyatının beynəlmiləlləşməsi mərhələsi – milli iqtisadiyyatların qarşılıqlı əlaqələrinin və qarşılıqlı asılılıqlarının güclənməsi və dərinləşməsi ilə ifadə olunan (**əksini tapan**) beynəlmiləlləşmə mərhələsi başlandı. Nəhayət, 90-cı illər iqtisadi fəaliyyətin hər bir formasında qlobal transformasiyaların başlanması ilə əlamətdar oldu. Bu prosesin bəzi parametrlərini – dünya bazarının müxtəlif seqmentlərinin tədricən vahid qlobal bar tamlığa çevrilməsini, beynəlxalq istehsalın formalaşmasını, əmək resurslarının beynəlxalq miqrasiyasının kəskin yüksəlməsini, informasiya qloballaşmasının meydana gəlməsini, maliyyə sferasının prinsiplial yenidən qurulmasını, təhlükəsizlik sahəsində – ekoloji, atom təhlükəsizliyi sahəsində, səhiyyədə və s.-də qarşılıqlı asılılığın güclənməsini xatırlamaq kifayətdir.

1990-ci illərdə dünya təsərrüfatının inkişafının əsas faktorlarını qiymətləndirən BVF-nin və başqa ekspertlərin iqtisadi fəaliyyətinin qloballaşması prosesini ən başlıca faktor adlandırmaları təsadüf deyildi.

Yeni – XXI əsrin ilk illərində dünya təsərrüfatının qloballaşma meyli möhkəmlənməkdə davam edir. Eyni zamanda ayrı-ayrı ölkələrin iqtisadiyyatı və bütövlükdə dünya təsərrüfat əlaqələri sistemi üçün bu prosesin həm pozitiv, həm də neqativ nəticələri daha aydın görünür. İqtisadi qloballaşmanın ziddiyyətli nəticələri dünya ictimaiyyətin də bu prosesə birmənalı olmayan münasibət yaradır. Bəllidir ki, qloballaşma meyllərini hərtərəfli müdafiə edən və bu meyllərin fəallaşdırılmasına səsləyən çox güclü dairələrlə birgə anti-qlobalistlər hərəkəti də – qloballaşma meyllərini və ilk növbədə qloballaşmanın iqtisadi aspektlərini qəbul etməyənlərin hərəkəti də güclənir.

Qloballaşma prosesləri iqtisadi tədqiqatların praktik olaraq, hər bir məktəbi və istiqamətinin diqqət mərkəzindədir. Dünya təsərrüfatının qloballaşmasının mənbələri, təzahürü, nəticələri barədə onların qiymətləndirilmələri əlbəttə ki, üst-üstə düşür. Bu tədqiqatların ümumi cəhəti budur ki, iqtisadi təhlildə çox böyük diqqət dünya maliyyə bazarlarına və bu bazarlarda baş verən hadisələrə yönəldilir.

3.1. DÜNYA TƏSƏRRÜFATININ QLOBALLAŞMASI VƏ DÜNYA MALİYYƏ BAZARLARININ İNKİŞAFI: ONLARIN QARŞILIQLI ƏLAQƏSİ VƏ QARŞILIQLI ASİLİLİĞİ

Maliyyə bazarı – bütün pul resurslarına tələb və təklifin formalaşdığı, istehsal və qeyri-istehsal investisiyalarının kapital təminatı üçün bu resursların hərəkətinin həyata keçirildiyi bazar münasibətləri sferasıdır. Ölkələrarası təsərrüfat əlaqə-

lərinin güclənməsi, iqtisadi inteqrasiyanın inkişafı, nəhayət qloballaşma ilə pul resurslarına tələb və təklifi fəvqəlmillə səviyyəyə yüksəlib. Formalaşan dünya istehsalı adekvat maliyyə təminatını tələb edirdi və ayrı-ayrı ölkələrin imkan və resursları bu təsərrüfat üçün qətiyyətlə yetərli deyildi. Transmilli İstehsalın Daşıyıcıları – TMK-lar bank sferasında öz anoloqlarının – Transmilli Bankların (TMB) yaranmasını stimullaşdırırdılar. İndi dünya təsərrüfatının bütün rəngarəngliyində həlledici mövqelər istehsal, qeyri-istehsal fəaliyyətlə məşğul olan, maliyyə sahəsində çalışan iri korporasiyalara məxsusdur. Beynəlxalq biznesin bu nəhəngləri bir-biri ilə sıx qarşılıqlı fəaliyyətdə olurlar, əməkdaşlıq edirlər, öz aralarında sərt rəqabətə girirlər, daha az gücə malik banklar və kompaniyalar üzərində nəzarəti möhkəmləndirirlər. Bütün bu cəhətlər kapitalın ölkələrarası hərəkətinin intensivləşdirilməsinə, milli təsərrüfatlarda tətbiq edilən dövlət tənzimlənməsi tədbirlərindən azad olan dünya maliyyə bazarlarının yaranmasına gətirir.

İndi bu bazarlar dünya təsərrüfatının ən dinamik sektorunu özündə əks etdirirlər. İqtisadi qloballaşma təkcə inkişafın müasir mərhələsinin obyektiv tələbi deyil. İqtisadi qloballaşma həm də maliyyə əsasına ehtiyac duyur. Bir tərəfdən, dünya kapital, valyuta, qiymətli kağızlar bazarlarının sürətli formalaşması qloballaşma proseslərinin əhəmiyyətli hərəkətverici qüvvəsi rolunu oynayır. Digər tərəfdən – dünya təsərrüfatının qloballaşmasının tərəqqisi ilə bu prosesin dünya maliyyə bazarlarına, bu bazarların məştbabına, funksiyalarına, strukturuna, maliyyə bazarlarının iştirakçılarının tərkibinə və iştirakçıların əməliyyatlarına əks təsiri güclənir.

Dünya maliyyə bazarlarının fəaliyyətinə aparan maliyyə qloballaşması bizim günlərdə şübhəsiz ki, bütövlükdə iqtisadi qloballaşmanın (nüvəsini) əsasını təşkil edir.

Beləliklə, dünya təsərrüfatının qloballaşması ilə dünya maliyyə bazarlarının inkişafı arasında çox sıx qarşılıqlı əlaqələr mövcuddur. Hər iki proses bir-birinə təsir edir və bu da onların dərin qarşılıqlı asılılığını aşkara çıxarır. Qloballaşma

dünya bazarlarının maliyyə resursları olmadan tərəqqi edə bilməzdi, bazarların özü isə qloballaşma meyillərinin birbaşa təsiri ilə evalyusiya edirlər. Dünya təsərrüfatının qloballaşmasının tərkibi hissəsi olan maliyyə qloballaşması bütövlükdə dünya maliyyə axınlarına – çox böyük həcmdə pul kapitalının ölkələrarası axınlarına əsaslanır.

3.2. DÜNYA MALİYYƏ AXINLARI

Dünya maliyyə axınlarının kəskin artımı şübhəsiz ki, müasir dünya iqtisadiyyatının ən əhəmiyyətli hadisələrindən biridir. Maliyyə axınlarının məşəbə olduqca təsirlidir: təkcə dünyanın ən inkişaf etmiş ölkələri arasında pul vəsaitlərinin gündəlik yerdəyişməsi 500 milyard dollardan artıqdır. 2000-ci ildə bütün dünya üzrə maliyyə axınlarının məcmu həcmi 180 trilyon dollara yaxınlaşmış. Bu əməliyyatlara xidmət üçün ən yeni rabitə və informasiya sistemlərindən istifadə olunur və bu da ayrı-ayrı ölkələrin maliyyə bazarları arasında qarşılıqlı fəaliyyət bazasını genişləndirir. Beləliklə, dünya maliyyə axınları maliyyə qloballaşmasının və deməli, bütövlükdə dünya təsərrüfatının qloballaşmasının katalizatoru rolunu oynayır. Pul vəsaitlərinin indiki iri həcmərdə ölkələrarası hərəkəti bütün maliyyə bazarlarının inteqrasiyasını aparır və bu inteqrasiyada dünya bazarının ayrı-ayrı segmentləri, milli pul və kapital bazarları arasındakı əlaqələr əhəmiyyətli dərəcədə möhkəmlənir. Nəticədə, indi qərar qəbul edən investor və ya borc alan dünyadakı bütün maliyyə bazarlarını vahid və qlobal tamlıq kimi, dünya maliyyə sisteminin müxtəlif həlqələri kimi qiymətləndirə bilər.

Hadisələrin belə inkişafının üstünlükləri aşkardır. Dünya təsərrüfatı iqtisadi layihələrin (hətta ən mürəkkəb və bahalı layihələrin) maliyyələşdirmə potensialını əhəmiyyətli dərəcədə genişləndirib və möhkəmləndirilib. Bu planda pul vəsaitlərinin ölkələrarası və ölkələrüstü hərəkətinin görün-

məmiş intensivləşməsi dünya təsərrüfatının qloballaşmasının müsbət, progressiv nəticələrinin maliyyə mənbəsidir.

Ancaq pul vəsaitlərinin beynəlxalq səviyyədə sürətli və yüksək məştblı axınları eyni dərəcədə ölkə və regionların iqtisadiyyatının qeyri-stabilliyinə, kəskin maliyyə böhranlarına səbəb olur. Bu aspektdə dünya pul axınları dünya təsərrüfatının qloballaşmasının aşkar mənfə nəticələrini şərtləndirir.

Dünyada maliyyə axınlarının hərəkəti çox yüksək sürəti ilə fərqlənir.

Dünya pul axınlarının müəyyən hissəsi məhsul və xidmətlərin beynəlxalq hərəkətinə xidmətlə, həmçinin bir-bəşə xarici investisiyalarla bağlıdır. Dünya üzrə müxtəlif formada yerdəyişmə edən kapitalların bu hissəsinin liberallaşdırılması effektiv oldu və bütövlükdə beynəlxalq təsərrüfat əlaqələrinə də, çoxlu milli təsərrüfatlara da əlverişli təsir etdi.

Ancaq fəvqəlmilli səviyyədə sirkulyasiya edən bu pulların başqa – daha əhəmiyyətli hissəsi də mövcuddur. Bunlar «sürətli kapitallar» və ya «yanan pullardır». Bu hissəyə aşağıdakılar aiddir:

- Qısamüddətli bank kreditləri;
- Səhmlərə portfel investisiyaları;
- Kompaniyaların qiymətli kağızlarına (istiqraz, veksələ) qısamüddətli qoyuluşlar.

Ölkələr arasında böyük həcmdə dövriyyə edən bu «yanan pullar» investisiya qoyuluşlarının müddətinin qısalığına görə (bəzən bir sutkaya və ya hətta bir neçə saata) statistik qiymətləndirmələrlə çətin dəqiqləşdirilir. Ancaq hər bir halda bu vəsaitlər həcminə görə kapitalın hərəkətinin uzunmüddətli formalarında 2,5-3 dəfə çoxdur.

Qeyri-stabilliyin hər bir əlamətində «sürətli kapitallar» ajiotaj tələbat zamanı daxil olduğu sürətlə investisiya obyektini tərk edir. Nəticədə qlobal maliyyə sisteminin kövrəkliyi daha aşkar görünür və bundan daha çox iqtisadiyyatı möhkəmlənməmiş ölkələr əziyyət çəkir.

Tərəqqi edən qloballaşma şəraitində dünya maliyyə sferasının qeyri-möhkəmliyi ilk dəfə özünü 1980-ci illərdə Latın Amerikasında biruzə verdi. Xarici qısamüddətli kreditləşmə və portfel investisiyalar bunu Braziliya, Meksika, Argentina, Venesuelada xarici borcun kəskin artımına səbəb oldu. Bəlli oldu ki, borcların ödənilməsindən imtina inkişaf etmiş kreditor ölkələrin iqtisadiyyatının stabilliyini şübhə altına qoyur. Yalnız iri kommersiya banklarının, BVF-nun, Dünya Bankının böyük səyləri ilə bu borclar qismən ləğv olundu, qismən restrukturizasiya edildi. Maliyyə sferasında bütün ölkələrin sıx qarşılıqlı asılılığı artıq şübhə doğurmadı.

1990-cı illərdə Şərqi Asiya ölkələrinin iqtisadiyyatı beynəlxalq maliyyə sistemi qarşısında müdafiəsiz və açıq göründü. 1997-98-ci illərdə Asiya maliyyə böhranı başlandı. Bu böhrandan daha çox Şərqi Asiyanın formalaşmaqda olan bazarlara malik beş ölkəsi – İndoneziya, Tailand, Cənubi Koreya, Malaziya, Filippin zərər çəkdi. Bu ölkələri tam maliyyə xaosuna bir sıra daxili faktorlar gətirmişdi: iqtisadi artım tempələrinin və ixrac həcmiminin aşağı düşməsi, iqtisadiyyatın uzunmüddətli «hərarəti», xarici borcun yüksəkliyi və s. Ancaq xarici «sürətli kapitalların» valyuta qeyri-stabilliyinin ilk əlamətlərində kütləvi «qaçışı» əhəmiyyətli rol oynadı.

ACEAN ölkələrinin maliyyə bazarlarının liberallaşması şəraitində 1990-cı ildən 1996-cı ilə qədər qiymətli kağızlara investisiya və bu məqsədlərə kredit növündə xarici spekulativ kapital bu ölkələrə istiqamətləndi. Qeyd olunan beş ölkəyə kapital axını ildə orta hesabla ÜDM-in 6%-ni təşkil edirdi. Həm də kapital axınının əsas hissəsi «sürətli kapitallar»dan ibarət idi.

Məsələn, 1997-ci ilin iyununa İndoneziyada qısamüddətli borcların valyuta ehtiyatlarına nisbəti 100%-ə, Cənubi Koreyada 200%-ə bərabər idi. Borcların ödəniş qabiliyyətsizliyi təhlükəsi valyuta kurslarının aşağı düşməsinə, sonra isə valyuta böhranına gətirib çıxardı. Qiymətli kağızların çox güclü yüksəldilmiş kursu – xarici kapitalı cəlb edən kursu kəskin aşağı düşdü. Şərqi Asiyadan «sürətli kapitalların»

qəfil və kütləvi «qaçışı» başlandı. Bu dərhal dünyanın fond bazarlarında öz əksini tapdı: qiymətli kağızların birja kursunun aşağı düşməsi baş verdi. Asiya maliyyə böhranı qlobal maliyyə xaosuna çevrildi.

Yaponiyanın iqtisadiyyatında staqnasiya gücləndi. Şərqi Asiyadakı hadisələr ABŞ və Qərbi Avropa ölkələrinin milli təsərrüfatlarına olduqca neqativ təsir göstərdi. Bununla birgə Şərqi Asiyadan «qaçan» maliyyə axınları inkişaf etmiş ölkələrin iqtisadiyyatını – böyük səylər nəticəsində qlobal maliyyə sarsıntılarından qurtaran iqtisadiyyatları qidalandırdılar. Ancaq dünya təsərrüfat əlaqələrinə əhəmiyyətli ziyan vuruldu.

Bir qədər sonra Rusiya böhranın episentrinə düşdü. Əlbəttə ki, bizim ölkədəki 1998-ci il maliyyə uçqununa Asiya ölkələrinin böhranından daha çox dixili amillər səbəb olmuşdu. Dövlətin böyük borcları və DXİ (Dövlət Xəzinə İstiqrazları) borc «piramidası», real iqtisadiyyata investisiyalar qoyulmaması, bank sisteminin kasadlığı və s. bu səbəblərdəndir. Ancaq ölkədən sürətli kapital axını həm də Asiya maliyyə böhranı ilə bağlı idi: maliyyə axınları bütün inkişaf etməkdə olan bazarlardan əks istiqamətə yönəldilər. Rublun kursunun düşməsi və maliyyə sferasından xaos öz növbəsində MDB, Şərqi və Mərkəzi Avropa ölkələrinin iqtisadiyyatına neqativ təsir etdi.

Bütün bu hadisələr «sürətli pulların» beynəlxalq «daşqınlarının» nəyə gətirdiyi əyani göstərdi. Əyani göründü ki, dünya maliyyə axınlarının spekulyativ hissəsi müəyyən şəraitdə dünya təsərrüfatını qlobal qeyri-stabilləşməyə təhrik edə bilər. Asiya maliyyə böhranın mətbuatda yeni qlobal maliyyə sisteminin böhranı adlandırılması təsadüfi deyildi.

Dünya maliyyə axınlarının hərəkəti – öncə qısamüddətli spekulyativ məqsədlərlə Rusiyaya sel kimi gələn və əhəmiyyətli hissəsi DXİ-yə investisiya olunan, sonra isə sürətlə ölkədən çıxıb gedən axınların hərəkəti göstərdi ki, Rusiya iqtisadiyyatı dünya maliyyə sferasının qloballaşma prosesinə qoşulub.

XXI əsrin əvvəlinə dünya maliyyə axınlarının bazasında ölkələrin qarşılıqlı maliyyə asılılığı – milli təsərrüfatlarını bazar iqtisadiyyatına uyğunlaşdıran ölkələrə xüsusilə ciddi təsir göstərən asılılıq formalaşdı.

Dünya təsərrüfatının qloballaşmasını qidalandıran beynəlxalq maliyyə axınları müxtəlif növ investisiya formalarına malikdir.

Mübalığəsiz demək olar ki, investisiya prosesi dünya təsərrüfatının mərkəzi probleminə çevrilib.

Varlı və kasıb ölkələrin iqtisadi qarşılıqlılaşmasından, yeni texnologiyaların tətbiqindən, fundamental elmi tədqiqatların inkişafından, yaxud ekoloji, tibb, təhsil problemlərindən gedən söhbətlər sonda maliyyələşmə məsələsinə – investisiyalara gəlib çıxır.

Buna görə də qloballaşma və investisiya proseslərinin qarşılıqlı fəaliyyəti və qarşılıqlı tamamlanmaları mövzusu böyük aktuallıq kəsb edir. Bu hər bir ölkənin iqtisadiyyatı üçün vacib bir məsələdir. Məlum olduğu kimi investisiya prosesi Rusiya iqtisadiyyatının mərkəz problemini təşkil edir.

Qloballaşma investisiya prosesinə çox ciddi təşihlər edib. Dünya maliyyə bazarları sisteminin formalaşması effektiv kapital qoyuluşu imkanlarını bütöv beynəlxalq iqtisadiyyat həddləri daxilində qiymətləndirməyə imkan yaradıb. Eyni zamanda onlarla ölkədə və biznesin bir çox növlərində investisiya perspektivlərini müqayisə etmək mümkünləşib.

Ancaq məsələ yalnız investisiya siyasətinin coğrafi parametrlərində deyil. Kapital qoyuluşlarının növləri də dəyişib. Investisiyaların ənənəvi formaları ilə birgə (qiymətli kağızlara birbaşa və portfel investisiyaları, müxtəlif növ kreditlər) qiymətli kağızlara kapital qoyuluşlarının iki böyük qrupa bölünməsi də meydana gəlib.

Taktiki investisiya qoyuluşları zamanı qiymətli kağızlar bazar qiymətlərinin yüksəlməsi anında satılmaq üçün alınır. Başqa cür desək, investor kurs gəliri əldə etməyə cəhd göstərir. Taktik investor üçün maşınqayırma kombinatının və ya makaron fabrikinin qiymətli kağızını almaq mahiy-

yətcə, fərqli deyil. Ona fond kağızlarının qiyməti yüksələcək müəssisəsinə seçmək lazımdır.

Strateji investisiya qoyuluşlarında kompaniyaya nəzarəti və ya ən azı qərarlar qəbulunda iştirakı təmin edən qiymətli kağızlar əldə edilir. Aydın ki, strateji investisiyalarda söhbət səhm alqısından gedir.

Strateji investoru bazar qiymətinin – səhmin kursunun tez artması və hətta səhmlər üzrə yaxın illərdə gəlir götürmək çox qaşılıdır. Onu müəssisənin özünün möhkəmlənməsi, müəssisənin məhsulunun rəqabətə davamlılığı, müəssisənin bazarlara çıxması, son nəticədə kompaniyanın bütöv kapitalının və deməli, mütləq ifadədə öz payının dəyərinin yüksəlməsi maraqlandırır.

Belə investora hansı ölkəyə və hansı biznesə pul yatırmaq heç də fərqsiz deyil. Əksinə, strateji investisiya qoyuluşlarının əsas məsələsi kapital qoyuluşlarının kifayət qədər uzunmüddətli planda ən perspektivli istiqamətlərini «dəqiq nişan almaqdır».

Müasir investisiya qoyuluşlarının iki əsas qrupa bölünməsinin özü maliyyə axınlarının hərəkəti beynəlxalq xarakter alanda yarandı. Ayrı-ayrı ölkələrin daxilində (xüsusilə kiçik) və hətta regionların hüdudunda fəal taktik investisiya qoyuluşları üçün meydan tamamilə kiçik idi. Dünya təsərrüfatının qloballaşmasının inkişafı ilə vəziyyət dəyişdi. «Sürətli kapitallar» taktik investorlar tərəfindən bank faizləri və qiymətli kağızların kursunun artımından gəlir əldə etmək məqsədilə dünyanın ən müxtəlif rayonlarına istiqamətləndirilir. Taktik investorların kapital qoyuluşu siyasəti yalnız maliyyə axınlarının dünya təsərrüfatı məqamında sürətli yerdəyişməsinə əsaslanır.

Aydın ki, hər bir keçid iqtisadiyyatı ölkəsində əvvəlcə taktik investisiya qoyuluşu, dominantlıq edir, yalnız müəyyən mərhələdə strateji investor, o cümlədən xarici investor meydana çıxır.

Rusiyada da hadisələr bu ssenari üzrə inkişaf edir. Bizim ölkədə ilk irəliləyiş 1995-ci ildə – maliyyə bazarının

infrastrukturunu bir qədər yaxşılaşan zaman baş verdi: daha perspektivli kompaniyaların nisbətən etibarlı qiymətli kağızları üzə çıxdı, emitentlər haqqında informasiyaya nəzarət sərtləşdirildi və s.

Nəticədə qiymətli kağızların kifayət qədər böyük paketlərin – kompaniyalara nəzarəti və ya ən azı qərarlar qəbuluna təsiri həmin edən paketlərinin alqısı ilə müşayiət olunan strateji investisiya qoyuluşlarının inkişafına meyl yarandı. Belə strateji investorlar sırasında xaricilər də – məsələn kiçik olsa da dünya maliyyə axınlarını Rusiyaya yönəldənlər də meydana çıxdı.

Təəssüf ki, sonradan daxili siyasi amillərin təsiri ilə bu meyl yavaşdı. Sonra isə 1998-ci il avqust hadisələri baş verdi. Bu hadisələr Rusiya iqtisadiyyatına strateji investisiya qoyuluşlarının dinamikasına tamamilə özünəməxsus təsir etdi. Fond bazarındakı kollaps bir tərəfdən qiymətli kağızlara hər hansı formada investisiyaların həcmində kəskin azalmasında öz əksini tapdı. Taktik investorlar tez öz kapitallarını Rusiyadan apardılar. Digər tərəfdən, böhran nəticəsində səhm kurslarının sürətlə aşağı düşməsi müəyyən müddətdən sonra Rusiyada strateji investisiya qoyuluşlarının güclənməsinə səbəb oldu.

Belə ki, bu şəraitdə səhmlərin iri paketini çox ucuz əldə etmək mümkün olmuşdu. Nəticədə artıq 1999-cü ildə Rusiya səhmlərinin kursu daxili fond bazarında yüksəlməyə başladı. Fond bazarının 2003-cü ilə qədər davam edən yüksəlişi 2004-cü ildə staqnasiya ilə əvəzləndi. 2005-ci ildə Rusiya xammal kompaniyalarının səhmlərinin kursunda artım qeyd olundu. Ancaq emal sənayesinin əksər müəssisələrinin qiymətli kağızlar bazarı kifayət qədər durğundur.

Beləliklə, dünya təsərrüfatının qloballaşması investisiya prosesinin formalarının növ dəyişikliklərinə səbəb olub:

1) Qloballaşmanın stimullaşdırdığı və eyni zamanda qloballaşmanın gələcək fəallaşmasını qidalandıran iri dünya maliyyə axınları iki qrupa – taktiki və strateji investisiya qoyuluşları qruplarına bölünüblər;

2) Dünya maliyyə axınları daxilində taktiki investisiya qoyuluşları kifayət qədər üstündür. Məhz qloballaşmaya görə «sürətli pulların» - mənfəətli istifadə sferası axtarışı ilə bütün dünyanı dolaşan vəsaitlərin həcmi çox sürətlə artır.

3) Taktiki investisiya qoyuluşlarına cəlb olunan maliyyə axınlarının sürəti heyrətamiz dərəcədə yüksəkdir. Onların dünya təsərrüfatındakı hərəkəti xaos, proqnozlaşdırılması mümkün olmayan xarakterdədir.

4) Beynəlxalq səviyyədə pul vəsaitlərinin yerdəyişməsinə həyata keçirən hər bir investor dəqiq işlənmiş investisiya siyasətinə əsaslanarsa da, dünya təsərrüfatındakı taktiki investisiya kapitalları bütövlükdə hər hansı tənzimləyici və ya heç olmazsa nəzarət əsasında azaddırlar.

Bütün bu hadisələrdən bəlli olur ki, bizim günlərdə dünya investisiya prosesi çox mürəkkəbdir və yekcins deyil.

Bu və ya başqa ölkənin, yaxud regionun təsərrüfatının müxtəlif sektorlarının inkişafına yardım edən kapital qoyuluşları ilə birgə başqa kapital qoyuluşları da – taktiki investisiyalar da mövcuddur. Onların məqsədi açıq-aşkar spekulativdir, onların xarakteri qısa müddətlik, onların obyekt kursların (qiymətli kağızların kursunun) sürətlə artdığı regionlardakı qiymətli kağızlardır. Taktiki investisiyaların bu regionlara axını kursların daha yüksəlməsinə təkan verir və qiymətli kağızların kursu ilə onların «arxasında dayanan» real aktivlər arasında rabitə pozulur. Yerli maliyyə bazarının «həddən artıq istiləşməsi» baş verir. Qloballaşma şəraitində maliyyə - valyuta qeyri-stabilliyi istənilən milli sərhədləri aşır və bütün dünya təsərrüfatına yayılır.

Beləliklə, məhz beynəlxalq məsətblı taktiki investisiyalar – qloballaşmanın doğurduğu investisiyalar qlobal-

laşmanın neqativ, bəzi hallarda isə dağıdıcı nəticələrində ən böyük günahkardır. Məhz buna görə xarici kapitalın ölkəyə cəlbinin arzu edilən olmasından söhbət gedəndə, hansı kapitalın müəyyən daxili iqtisadi vəziyyətdə xeyirli, hansı kapitalın zərərli olmasını ciddi fərqləndirmək gərəkdir. Bu planda 1996-98-ci illərdə Rusiyada baş verən hadisələr kədərli bir nümunə hesab edilə bilər. DXİ-lərin bəzi digər «piramida» qiymətli kağızların əsassız yüksək gəlirliliyi bütövlükdə xarici investisiyaları deyil, taktiki kapital qoyuluşlarını cəlb etdi. Bu kapital qoyuluşları da 1998-ci ilin avqust maliyyə iflasına öz «tövhəsini» verdilər.

Bizim və başqa ölkələrin keçmiş dərslərini nəzərə alaraq, ümumiyyətlə Rusiyaya xarici kapital axınını deyil, məhz strateji investisiya qoyuluşlarını stimullaşdırmaq gərəkdir. Strateji investisiya qoyuluşları iqtisadiyyatın müxtəlif sektorlarının konkret obyektlərinə və bir qayda olaraq uzun müddətə yönəldilir. Bu investisiyalar həqiqətən də, struktur dəyişiklikləri və iqtisadi artımın maliyyələşdirilməsinin əhəmiyyətli mənbəsi ola bilərlər.

Qeyd edilənlər heç də beynəlxalq taktiki investorların Rusiya iqtisadiyyatına hər hansı kapital qoyuluşunun qarşısını almağın gərəkliyini təsdiq etmir. (yeri gəlmişkən, bu investorlardan biri bizdə kifayət qədər məşhur Corc Sorosdur). Ancaq mütləq aşağıdakıları nəzərə almaq lazımdır:

- Ölkədə iqtisadi konyukturunun cari vəziyyəti;
- Beynəlxalq borcların məştabı və xarici borcların ödənilməsi rejimi;
- Bəlli müddət üçün əsas büdcə parametrləri;
- Ölkənin fond bazarında dövriyyə edən borc qiymətli kağızlarının – istiqrazların (xüsusilə, dövlət istiqrazlarının) həcmi, onların investisiyaları maliyyələşdirmənin daxili mənbələr onların stimullaşdırılması və fəallaşdırılması imkanları kursunun dinamikası və ödəniş müddəti;
- Dünya maliyyə bazarlarındakı, ilk növbədə inkişaf edən bazarlardakı vəziyyət.

Rusiya bazarı bu tipə aid olduğuna görə nəzərə almaq lazımdır ki, son dövrlər dünya təsərrüfatının maliyyə axınlarının bir çox inkişaf edən bazarlardakı hərəkət tərzini eyni zaman kəsiyində oxşar olması ilə fərqlənir.

Əlbəttə ki, bu və ya başqa mərhələdə beynəlxalq taktiki investisiyalara münasibəti müəyyən edən bir sıra başqa faktorlar da vardır.

Beləliklə, qloballaşmanın investisiya prosesinə təsiri çox cəhətdən qloballaşmanın özünü dəyişdirir. Bu isə xarici kapital axını və yerləşdirilməsinə yönələn dövlət siyasətinə yeni yanaşmaları tələb edir.

Təəssüf ki, Rusiyada indiyə qədər belə bir siyasət fraqmentar xarakter daşıyır. Ən yaxşı halda iqtisadiyyatın bu və ya başqa sektorunda xarici investisiyaların iştirak payı müəyyənləşib. (məsələn, bank sferasında) Strateji və taktiki investisiyaların hədlərinin dürüst müəyyən edilməsi xüsusiyyətləri isə çox zəif nəzərə alınır.

1998-ci il avqust hadisələrindən dərhal sonra Rusiya qiymətli kağızlarına yönələn taktiki investisiyalar ölkəni təcili tərk edəndə, Procter & Gamble, Nestle və s. bu kimi kompaniyaların Rusiya müəssisələrinə strateji xarakterli kapital qoyuluşları ölkədə qaldı. Bu kompaniyalar böhranla əlaqədar olaraq əhəmiyyətli zərərə düşsələr də, taktiki investorlar kimi investisiyalarını ölkədən aparmadılar.

Məsələyə bu cəhətdən yanaşsaq, ölkəyə daxil olan beynəlxalq maliyyə axınlarının müxtəlif növlərinə münasibətdə strukturlaşdırılmış vergi siyasəti zəruridir. Xarici investisiyaların bu növlərinin iqtisadiyyatın sahə və sektorları üzrə yerdəyişməsi strukturuna dövlət müdaxiləsi az əhəmiyyət kəsb etmir.

İnvestisiya prosesinin qloballaşmasında müasir kommunikasiya və informasiya vasitələri əhəmiyyətli rol oynayırlar. Onlar beynəlxalq maliyyə axınlarının yönəldiyi milli maliyyə bazarlarının bir obyekt kimi simasını dəyişdirdilər. Daha əhəmiyyətli cəhətsə yeni informasiya texnologiyalarının maliyyə bazarları arasındakı qarşılıqlı əlaqələr üçün

istifadəsidir. İnternet sistemində birləşən qlobal kompüter şəbəkələri dünya maliyyə axınları, investisiyaları və bazarları üçün əvəzsiz qiymətə malikdir. Maliyyə və pul dövriyyəsi sahəsindəki qloballaşma proseslərinin vüsətinə adekvat olan maddi baza yaranıb.

Belə bir baza dünyanın ən müxtəlif regionlarındakı investisiya vəziyyətini operativ qiymətləndirməyə imkan verir. İndi investisiya qərarlarının qəbulu qlobal dünya təsərrüfatının maliyyə işindəki cari vəziyyət əsasında (valyuta kurslarının hərəkəti, faiz dərəcələrinin səviyyəsi, fond indeksləri və s. əsasında) formalaşır. İqtisadiyyatın maliyyə sektorundan kənardakı, sosial həyatdakı, siyasətdəki yeni hadisələrin, faktorların, meyllərinin nəzərə alınması da az əhəmiyyət kəsb etmir. Müasir informasiya təminatında bütün dünya - həqiqətən də investor üçün inteqrasiya olunmuş kapital qoyuluşu bazarına çevrilir.

İnvestisiya prosesinin qloballaşması gedişində prosesin əsas iştirakçıları transmilli korporasiyalar və banklar hesab olurlar. Onların beynəlxalq istehsalı və beynəlxalq maliyyə əməliyyatları müasir dünya təsərrüfat əlaqələri sisteminin nüvəsini təşkil edir. Transmilli korporasiya və bankların investisiya fəallığı ayrı-ayrı milli təsərrüfatlardan nisbi müstəqildir və bütövlükdə dünya təsərrüfatına yönəlib.

Bu mənada TMK və TMB qloballaşmanın həm hərəkətverici qüvvəsi, həm də eyni zamanda məhsulu kimi çıxış edir.

TMK-lar investisiya qoyuluşlarını həyata keçirərkən, dünya maliyyə bazarlarının bütün potensialından istifadə edirlər. Onlar TMB-lar və başqa banklardan kredit alırlar, müxtəlif bazarlarda öz qiymətli kağızlarını (səhm, istiqraz və s.) yerləşdirirlər, bir-birindən korporasiyalararası borclar cəlb edirlər, pensiya, sığorta, investisiya və başqa maliyyə fondlarının müştəriləri – borcalanları olurlar. Bu zaman müxtəlif mənbələrdən kredit alınması şərtləri və müxtəlif bazarlardakı bağlaşmaların dəyəri, borcalmanın effektivliyi, risk səviyyəsi və s. qiymətləndirilir. Eyni dəqiqliklə TMK və TMB-lar dünya təsərrüfatının qloballaşmasından istifadə

edərək və qloballaşmanı möhkəmləndirərək dünya üzrə öz kapital qoyuluşlarını optimallaşdırırlar.

Başqa cür desək, söhbət investisiyaların beynəlxalq strategiyasından – müasir biznesin transmilli iştirakçıları üçün adi praktikadan gedir.

Bundan başqa, TMK-lar artıq çoxdan öz xüsusi korporativ sistemlərinin imkanlarını reallaşdırırlar. Dünyanın konkret rayonlarına investisiyaları maliyyələşdirərkən, onlar bu rayonlara onlarla ölkəyə səpələnən digər filiallarından asanlıqla vəsait yönəldirlər. Belə əməliyyatlar beynəlxalq investisiyaların qloballaşmasına təsir edir və eyni zamanda dünya təsərrüfatına qeyri-satbillik elementləri gətirir. Bəlli olur ki, kapitalların ölkələrarası böyük hərəkətinin ayrı-ayrı TMK-ların müxtəlif istiqamətli maliyyə strategiyasına tabedir.

Dünya maliyyə bazarlarının artıq formalaşmış infrastrukturunu – bank şəbəkəsi, bank olmayan maliyyə institutları, İnternet sistemi və s. nəinki TMK-ların, həm də daha kiçik kompaniyaların beynəlxalq investisiya qoyuluşlarında iştirakına imkan yaradır.

Beləliklə, dünya təsərrüfatının qloballaşması təkcə maliyyə axınlarını əhatəli etmədi, həm də investisiya prosesinə və bu prosesin beynəlxalq iqtisadiyyatdakı roluna həqiqətən inqilabi dəyişiklər gətirdi.

3.3. QLOBALLAŞMA ŞƏRAİTİNDƏ DÜNYA MALİYYƏ BAZARLARININ FUNKSİYALARI VƏ STRUKTURU

Hər bir ölkədə bütün növ kapitalların və pul axınlarının dövriyyə etdiyi, iqtisadiyatın ehtiyaclarına xidmət olunan maliyyə bazarı mövcuddur. Təsərrüfat həyatının beynəlmilləşməsinin inkişafı ilə ölkələrin maliyyə bazarları arasındakı əlaqələr tamamilə sıx oldu. Ayrı-ayrı ölkələrdəki maliyyə

bazarlarının qarşılıqlı fəaliyyətinin möhkəmliyi və dərinliyi bu bazarların inteqrasiya mərhələsini xarakterizə etdi.

Növbəti mərhələ bu bazarların dünya təsərrüfatının qloballaşması prosesinə uyğunlaşması oldu. Beynəlxalq istehsalın formalaşması və beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin intensivləşməsi nəticəsində ayrı-ayrı ölkələrin maliyyəsi dünya təsərrüfatında məhsul, xidmət kapital axınlarını təmin etməyə (ölkələrdən hər birinin bu təminatda müxtəlif səviyyəli iştirakına baxmayaraq) başladı. Dünya maliyyə bazarları – pul (valyuta), kredit, fond bazarları təşəkkül tapdı.

Müstəqil fəvqəlmilli maliyyə seqmentinin təşəkkülü – ölkə və dünya bazarlarını tamamilə özünəməxsus formada birləşdirən seqmentin yaranması beynəlxalq iqtisadiyyatda prinsipial bir yeni hadisə oldu. Bu təzahür dünya təsərrüfatının qloballaşması nəticəsi və eyni zamanda qloballaşmanın mühüm əlamətlərindən biri kimi çıxış edir. Doğrudan da, müasir maliyyə sferası milli maliyyə bazarlarını, onların qarşılıqlı fəaliyyət çeşidlərini, dünya maliyyə bazarları sistemini – bir-biri ilə və ölkə bazarları ilə əlaqəli sistemi, ayrı-ayrı banklardan başlamış DB və BVF kimi beynəlxalq institutları əhatə edən böyük iştirakçılar dairəsini özündə birləşdirir.

Başqa sözlə, qloballaşma prosesi maliyyə sahəsində ona adekvat və müstəqil iqtisadiyyat sektorunun – getdikcə daha aşkar qlobalıq əlamətləri nümayiş etdirən maliyyə sisteminin formalaşmasına səbəb olub. Bu sistemin daxilində dünya maliyyə axınları hərəkətə gəlir, iştirakçılar arasında daimi və möhkəm əlaqələrin sıx şəbəkəsi formalaşır, beynəlxalq məsələlərdə maliyyə resurslarına tələb və təklif tarazlaşdırılır. Məhz müxtəlif ölkələrin maliyyə bazarlarının tərkib hissəsi kimi birləşdirən beynəlxalq maliyyə sferasında müstəqil bir sistemin – ümumdünya xarakterli sistemin formalaşması xüsusilə sürətlə inkişaf edir və daha böyük nəticələr əldə olunur. Dünya istehsalı da, dünya ticarəti də bu sürətə və əldə edilən nəticələrə görə maliyyə sferasından geri qalır. İlk inkişafın dünya istehsal və ticarəti sahəsində olması şübhə doğurmasa da, indi bu sahələr maliyyə sferasının qloballaş-

masının – xüsusi fəal tərəqqi edən qloballaşmanın müvəffəqiyyətindən qidalanırlar. Bundan başqa, dünya maliyyə sisteminin formalaşması çoxlu yüksək mənfəətli, bir çox hallarda isə spekulativ beynəlxalq əməliyyatlar üçün geniş meydan açır. Bu cəhət sistemin özünün dinamizmini şərtləndirir.

İstənilən iqtisadiyyatda investisiyalar üçün sərbəst pul vəsaitlərinə, mənfəətli istifadə imkanları axtaran vəsaitlərə tələb mövcud olur. Aşağıdakı hər bir əsas makroiqtisadi sektorda sərbəst vəsaitlərin defisiti də, izafiliyi də baş verir:

- Real sektorda – müəssisələr, firma, təşkilatlarda və s;
- Dövlət sektorunda – büdcə və büdcədən kənar fondların hərəkətində;
- Yığıma malik olub xalis investora çevrilə bilən, bəzənsə maliyyə bazarında borc alan kimi çıxış edən əhalidə.

Maliyyə bazarı sərbəst pul vəsaitləri ilə investisiya obyektləri arasında vasitəçidir.

Dünya maliyyə bazarlarında bu əhəmiyyətli əlaqələr beynəlmillət səviyyəyə yüksəlir. Bu səviyyədə maliyyə bazarları üçün adi olan aşağıdakı funksiyalar həyata keçirilir:

1) Beynəlxalq məstəbda sərbəst pul vəsaitlərinin akkumulyasiyası və səfərbər edilməsi;

2) Sərbəst maliyyə resurslarının bölüşdürülməsi. Dünya maliyyə bazarında bu resurslar borc kapitalına çevrilir, resurslar böyük məbləğdə birləşir və beynəlxalq investisiyalar üçün yetərli olur.

3) Müxtəlif mənbələrdən səfərbər olunan sərbəst pul vəsaitlərinin yenidən bölüşdürülməsi baş verir və bu da kapitalın dünya üzrə daimi hərəkətini təmin edir. Dünya maliyyə bazarları beynəlxalq maliyyə axınlarının yenidən bölüşdürülməsi mexanizmi rolunu həyata keçirir.

Dünya iqtisadiyyatının qloballaşması ilə şərtlənən bu funksiyaların beynəlxalq məstəbda gerçəkləşməsi adekvat valyuta təminatını tələb etdiyindən valyuta bazarları dünya

maliyyə bazarlarının müstəqil seqmenti olur. Bu bazarın həcmi digər dünya bazarlarından dəfələrlə yüksəkdir. Valyuta ticarəti bazarında beynəlxalq dövriyyə gündə 1,7 trilyon dollara yaxınlaşır. Dünya iqtisadiyyatının qloballaşması bu bazarın qeyri-adi dinamizmini şərtləndirir: bu bazarın dövriyyəsi ildə 10% artır.

Dünya maliyyə bazarlarının əsas funksiyaları bankların və başqa kredit təşkilatlarının depozit kredit əməliyyatları və ya qiymətli kağızlarla əməliyyatlar vasitəsi ilə reallaşdırıla bilər.

Uyğun olaraq, dünya maliyyə bazarlarının strukturunda valyuta bazarından başqa iki qarşılıqlı əlaqəli seqment də vardır: dünya bank krediti bazarları və dünya fond bazarı.

Dünya kredit bazarı borc kapitalının geri qaytarılmaq, təcililik və faiz ödənişi şərti ilə beynəlxalq məşabdakı hərəkət sferasını özündə əks etdirir. Beynəlxalq kredit dünya iqtisadiyyatının qloballaşması prosesinin inkişafı ilə birgə yüksəlir və eyni zamanda qloballaşmanın katalizatoru olur. Dünya kredit bazarında kreditor kimi banklar (ilk növbədə TMB-lər), qeyri-bank kredit institutları, qeyri-maliyyə sferasının kompaniyaları (ilk növbədə – TMK-lar), hökumətlər, beynəlxalq və regional maliyyə təşkilatları (Dünya Bankı, BVF, AYİB və s) çıxış edirlər.

BVF-nun göstəricilərinə görə 2003-cü ildə dünya üzrə verilən məcmu beynəlxalq bank kreditlərinin həcmi 1,241 trilyon dollar təşkil edib.¹

Qloballaşan iqtisadiyyatı kreditləşdirən dünya kredit bazarı eyni zamanda beynəlxalq borcların artım episentri və ölkələr-arası ziddiyyətlərin kəskinləşməsi faktorudur.

Dünya fond bazarı beynəlxalq maliyyə bazarının qiymətli kağızlar emissiyası və qiymətli kağızların beynəlxalq dövriyyəsi həyata keçirilən hissəsini özündə əks etdirir.

¹ Global Financial Stability Report 2004.imf.p.186

Səhmlər – səhmdar cəmiyyətinin kapitalının bir hissəsinə mülkiyyət hüququnu bildirən qiymətli kağızlar dünya fond bazarında alqı-satqı obyektidir. Dünya iqtisadiyyatının qloballaşmasının inkişafı ilə birgə səhmlərin beynəlxalq dövriyyəsi də artır. Dünyanın aparıcı fond birjalarının – əsasən səhm ticarəti həyata keçirilən birjaların birləşməyə meyli görünür.

Ancaq dünya səhm bazarı hələlik əsl mənada qlobal deyil. Bir çox ölkələrdə xaricilər tərəfindən səhm alqısına, xarici səhmlərin fond birjasından qeydiyyatdan keçməsinə məhdudiyətlər hələ də qüvvədə qalmaqdadır. Beynəlxalq dövriyyədə əsasən inkişaf etmiş ölkələrin kiçik qrupunun kompaniyalarının səhmləri iştirak edir, inkişaf etməkdə olan ölkələrin bu bazardakı payı azdır və hətta bu pay da azalır.

Bazar iqtisadiyyatı ölkələrində – məsələn ABŞ, Almaniya, Yaponiyada dövlət kompaniyanın vəziyyəti barədə dürüst informasiyaların bilinməsi məqsədilə səhmlərin emisiya prospektinin məzmununa ciddi nəzarət edir.

Rusiyada da nəzarət və qeydiyyat orqanları tərəfindən formal olaraq, belə tələblər irəli sürülür. Ancaq praktikada bu qaydalara heç də həmişə əməl olunmur. Rusiya fond bazarının «qeyri-şəffaflığı», daha dəqiqi, səhm buraxan kompaniyalar barədə informasiyaların məhdudluğu bu qiymətli kağızların investorlar tərəfindən fəal alqısına imkan yaratmır.

Bəzi Rusiya kompaniyaları (məsələn, «Lukoil») xarici auditorların korporasiyaya daxil olmasına imkan yaradan və özləri barədə beynəlxalq normalar üzrə informasiya yayan kimi onların səhmləri xarici fond bazarlarına buraxılması xarakterik nümunə hesab oluna bilər.

Ancaq qloballaşma inkişaf etməkdə olan bazarların səhmlərinin dünya dövriyyəsində iştirakını tələb edir. Buna görə də depozitor qəbzlər – «qeyri-şəffaf» kompaniyaların səhmlərini alan və bu səhmlər üzrə risklərin bir hissəsini öz üzərinə götürən banklar tərəfindən buraxılan qiymətli kağızlar tətbiq olunmağa başlandı. Bu ikinci qiymətli kağızlar

bankın xarici səhmlərə sahib olmasını təsdiqləyir. Amerikan depozitor qəbzləri (ADQ) – ABŞ-da satılan qiymətli kağızlar və başqa ölkələrdə dövriyyə edən Qlobal Depozitlər Qəbz (QDQ) mövcuddur.

Ölkələrə və kompaniyalara xaricdən pul resurslarını borc almağa imkan yaradan dünya istiqraz bazarı xeyli aktiv fəaliyyət göstərir. Beynəlxalq borcəmələmələrin üçdə bir hissəsi istiqrazların payına düşür.

Borc verən tərəfindən eyni zamanda bir neçə ölkənin bazarında və borc verən üçün xarici olan valyutada yerləşdirilən borc öhdəlikləri – avroistiqrazlar geniş istifadə olunur.

Rusiya avroistiqraz bazarında bir neçə emissiya yerləşdirib.

Ən böyük rus kompaniyaları da dünya istiqraz bazarının resurslarından istifadə istiqamətində fəallaşırlar.

Beynəlxalq bazarların dövriyyəsinə olan Rusiya istiqrazlarında dövlət istiqrazlarının payının 1999-2003-cü illər ərzində 85%-dən 52%-ə qədər azalması müqabilində korporativ istiqrazların payı 2%-dən 20%-ə qədər yüksəlib (qalan hissəni Rusiya maliyyə təşkilatlarının buraxdığı istiqrazlar təşkil edib.)

Beləliklə, bütün problemlər və disproporsiyalara baxmayaraq, maliyyə bazarları qloballaşma şəraitində həm ənənəvi, həm də yeni funksiyaları yerinə yetirirlər, böyük potensiala və ciddi inkişaf perspektivlərinə malikdirlər.

3.4. QLOBALLAŞAN DÜNYA TƏSƏRRÜFATINDA DÜNYANIN MALİYYƏ MƏRKƏZLƏRİ

Dünya təsərrüfatının qloballaşması epoxasında maliyyə əməliyyatları milli sərhəd «tanımirlar» və beynəlxalq məstəbda fasiləsiz həyata keçirilirlər. Ancaq dünyanın hər bir küncündə sazişlər, müqavilələr bağlanılmır, danışıqlar və

məsləhətlərləşmələr aparılmır. Maliyyə bazarlarının iştirakçıları müəyyən mərkəzlərdə cəmləşirlər və beynəlxalq əməliyyatlar bu mərkəzlərdən istiqamətləndirilir, nəzarətə götürülür və idarə olunur. Belə mərkəzlər çoxdan təşəkkül tapıb. Maliyyə axınları kortəbii olaraq bir ölkədən başqasına keçsə də, hər bir milli təsərrüfat dünya səviyyəsində maliyyə biznesinin təşkilinə uyğunlaşmayıb. Bunun üçün müəyyən tarixi, coğrafi və iqtisadi şərtlər zəruridir. Hər bir maliyyə mərkəzi üçün müxtəlif növ maliyyə institutlarının və həyata keçirilən əməliyyatların əhəmiyyətli həcmnin mövcudluğu xarakterikdir.

Dünya maliyyə mərkəzləri müxtəlif ölkələrin banklarının, qeyri-bank maliyyə institutlarının, sığorta kompaniyalarının, fond və valyuta birjalarının cəmləşdiyi yeri özündə əks etdirir.

Ənənəvi maliyyə mərkəzləri inkişaf etmiş milli bazarların bazasında yaranıblar. Dünya təsərrüfatının qloballaşması nəticəsində beynəlxalq maliyyə bazarlarında yaranan yeni cəhətlər dünya maliyyə mərkəzlərinin fəaliyyətinə də əhəmiyyətli dəyişikliklər etdilər.

Dünya maliyyə mərkəzlərinin dislokasiya ərazisinə ümumi tələblər dəyişməz qalıb:

- İnkişaf etmiş ölkə iqtisadiyyatı, ölkə maliyyə və valyutasının uzunmüddətli stabilliyi;
- Əlverişli coğrafi vəziyyət, müasir kommunikasiya sistemlərinin mövcudluğu;
- Siyasi sferada nisbi stabillik;
- Yüksək olmayan vergitutma (xüsusilə, qeyri-rezidentlər üçün);
- Qeyri-rezidentlərin bazara, banklara, birjalara və s.-ə sərbəst daxil olma imkanları;
- Fond, valyuta birjalarının və s. yaxşı təşkili.

Ayrı-ayrı maliyyə mərkəzlərində əsas dünya bazarlarının əməliyyatları – qızıl, valyuta, bank, fond dəyərlərinin əməliyyatları təmərküzləşir.

Təsərrüfat həyatının beynəlmilləşməsi nəticəsində ənə-

nəvi tipli maliyyə mərkəzləri modifikasiya olunur və yeni şəraitə uyğunlaşır. Əvvəlki mərkəzlər – milli bazarlar bazasında formalaşan mərkəzlər indi ikinci dərəcəli əhəmiyyətə malikdirlər. Dünya təsərrüfatında hökmümlüq edən TMK və TMB-lər üçün milli bazarlardan hər hansı birinə bağılıq onların fəaliyyətinin mahiyyətinə ziddir. Köhnə maliyyə mərkəzləri dövlət tənzimlənməsindən azad deyildilər. Qloballaşmanın təsiri nəticəsində müxtəlif ölkələrin dövlət tənzimlənməsi normaları dünya maliyyə axınlarında daha az rol oynamağa başladılar. Demək olar ki, inkişaf etmiş ölkələrin hamısında qeyri-rezidentlər üçün hesab açılması və xarici kapital axının digər formaları əhəmiyyətli dərəcədə liberallaşdırıldı. Buna görə də maliyyə mərkəzinə qarşı irəli sürülən bəzi tələblər – ölkənin iqtisadi inkişaf səviyyəsi, ölkənin coğrafi mövqeyi, valyuta vəziyyəti, bank sisteminin vəziyyəti olduqca yumşaldıldı.

Yerli tənzimlənmənin qiymətləndirilməsinə yanaşma dəyişdi: indi həlledici rolü beynəlxalq maliyyə kapitalı üzrə əməliyyatların sərbəstliyi oynayır.

Nəticədə, birincisi, yeni tipli maliyyə mərkəzləri formalaşır və inkişaf edir. İkinci, inkişaf etmiş ölkələrdən kənarında yeni tipli maliyyə mərkəzləri yaranır. Üçüncüsü, vergi «oazisləri» bazasında yaranan ofşor maliyyə mərkəzləri möhkəmlənir.

Dünya maliyyə mərkəzlərinin əksər hissəsi inkişaf etmiş ölkələrdə yerləşir və bu mərkəzlər müxtəlif vaxtlarda ölkənin kapital idxalında oynadığı fəal rol nəticəsində yaranırlar. Keçmiş maliyyə mərkəzləri eyni zamanda milli kapital bazarlarıydılar və aşağı səviyyədə beynəlxalq maliyyə əməliyyatlarının cəmlənməsi yeri sayıla bilərdilər. Yeni tipli mərkəzlərsə ilk növbədə dünya maliyyə axınlarının və maliyyə bazarlarının – valyuta, kredit, fond, qızıl bazarlarının idarə etmə məntəqələridirlər.

Bəllidir ki, bizim günlərdə də beynəlxalq biznesdə aparıcı mövqeyini qoruyan London ən qədim maliyyə mərkəzidir. Ən iri valyuta bazarı, ən böyük fond birjalarından

biri burada fəaliyyət göstərir və dünya qızıl, bir sıra başqa mühüm məhsulların bazarları bu şəhərdə yerləşir. London sitisi təkcə möhtəşəm Britaniya bank sisteminin əsası deyil, həm də xarici bankların fəaliyyəti üçün əlverişli imkanlar mövcud olan yerdir. Londonda həmçinin müxtəlif ölkələrin banklarının çoxsaylı şöbələri, filialları cəmlənilər. London sitisinin fərqləndirici xüsusiyyəti onun universallığıdır. Köhnə tipli başqa maliyyə mərkəzləri daha çox ixtisaslaşmışdı. Surixdə əsasən avro istiqrazların emissiyası və dövriyyəsi, Parisdə banklararası əməliyyatlar, Lüksemburqda kredit bağlaşmaları həyata keçirilirdi.

ABŞ-dakı maliyyə mərkəzinin özünəməxsusluğunu II dünya müharibəsindən sonra bu ölkənin dünya təsərrüfat və maliyyə əlaqələrində oynadığı əhəmiyyətli rol əks etdirilir. Amerikan bankları dünyada ən iri banklar idi. Ancaq bu ölkənin dövlət bank tənzimlənməsi spesifikasiyası beynəlxalq kredit əməliyyatlarının həyata keçirilməsinə mane olurdu. Vətəndə məhdudiyətlərə məruz qalan ABŞ bankları uzun müddət bu biznesdə xarici şöbələri vasitəsi ilə iştirak edirdilər. (bu cəhət də Amerikan zəminində ilk TMB-lərin yaranmasını şərtləndirdi) Belə vəziyyət ölkənin iri bank kapitalının maraqlarına uyğun deyildi. Bu maraqların təzyiqi ilə ABŞ ərazisində beynəlxalq maliyyə mərkəzinin təşkili kursu götürüldü.

1981-ci ildə maliyyə sferasında milli rəqabət qabiliyyətini yüksəltmək məqsədilə Azad Bank Zonasının yaradılması barədə qərar qəbul edildi. Bu zonada qeydiyyatdan keçən banklara istənilən xarici bankdan və başqa maliyyə institutundan (o cümlədən, mərkəzi banklardan) borc almağa, xarici rezidentləri, ABŞ korporasiyalarının xarici filiallarını və bankların öz xarici şöbələrini kreditləşdirməyə icazə verildi. Bu bankların passiv və aktivləri istənilən valyutada, o cümlədən xarici banklardakı dollar depoziti bazasında yaranan avrodollarla göstərilə bilərdi. Bu zonadakı xarici banklar amerikan vergitutmasından azad edilmişdilər.

Bu ABŞ-da yeni tipli maliyyə mərkəzinin yaradılması

istiqamətində ilk addım idi. Öncə zonanın fəaliyyəti Nyu-Yorkda cəmlənmişdi, sonra isə bu fəaliyyət ölkənin digər rayonlarına da yayıldı. Beləliklə, amerikan bank zonası ölkə daxilində ərazi yerləşməsinə görə paylanıb və ABŞ sərhədləri daxilində «Azad bank zonası» adlandırılır. Burada əməliyyatların böyük hissəsi qeyri-rezidentlərlə aparılır, qalan hissəsi isə formal olaraq xarici (qeyri-rezident) sayılan amerikan banklarının şöbələrinin payına düşür. Bütün banklar avrodollarla əməliyyat aparmaq hüququna malik-dirlər, məcburi ehtiyat normativlərinə, faiz dərəcələrinin yuxarı həddinə əməl etməyə məsul deyillər və qismən vergidən azad olunurlar.

Amerikan maliyyə mərkəzi universaldır və burada əməliyyatların müxtəlif növləri – cəmiyyətdə malik olmayan müxtəlif növləri həyata keçirilir. Bu mərkəzin valyuta bazarı Londondan aşkar geri qalsa da, amerikan fond bazarı dünyada liderdir. Ölkədə dünya əhəmiyyətli monetar qızıl bazarı – dünya kapital bazarlarının mərkəzlərindən biri fəaliyyət göstərir.

1960-70-ci illərdə Yaponiyanın dünya kapitalist təsərrüfat sistemində rolunun güclənməsi ilə Tokio getdikcə daha çox beynəlxalq maliyyə mərkəzi atributlarına malik olmağa başladı. Yaponiya iri netto-kreditor ölkəyə çevrildə Tokio-nun əhəmiyyəti xüsusilə yüksəldi. Ancaq dövlət nəzarəti və milli bazarın tənzimlənməsi uzun müddət dünya məşhurluq iri Tokio maliyyə mərkəzinin inkişafına mane oldu.

İkinci dünya müharibəsindən sonrakı ilk onilliklərdə inkişaf etmiş ölkələrdəki maliyyə mərkəzləri paralel deyil, bir-biri ilə sərt rəqabətdə formalaşdılar və inkişaf etdilər. Qərbi Avropada fəaliyyəti dislokasiya ölkələrinə əhəmiyyətli gəlir gətirən maliyyə mərkəzləri şəbəkəsində liderlik uğrunda şiddətli mübarizələr başladı. Qədim London maliyyə mərkəzi və onun Paris, Surix və sonra isə Frankfurt-Mayn «opponentləri» arasındakı rəqabətin həllində mühüm rolunu TMK-lar və xüsusilə, transmilli banklar oynadılar. Məhz belə banklar borc kapitalının əksər hissəsini bu maliyyə mərkəzlə-

rində təmərküzləşdirdilər və bu mərkəz-lərdən borc kapitalının beynəlxalq hərəkətini istiqamətləndirdilər. Qiymətli kağızların emissiyası və dünya dövriyyəsi, valyuta əməliyyatlarının iri həcmi də bu mərkəzlərdə təmərküzləşmişdi.

TMK və TMB-ların mövqeyinə görə London ən uyğun maliyyə mərkəzi sayıldı və məsələ Londonun qədim maliyyə mərkəzi olmasında, inkişaf etmiş infrastruktura malikliyində deyildi.

Londonun beynəlxalq biznes üçün faydalı olmasının əhəmiyyətli arqumenti Sitinin dünya maliyyə mərkəzi kimi universallığı və başqa maliyyə mərkəzləri ilə müqayisədə bu mərkəzin dövlətin iqtisadi tənzimlənmə tədbirlərindən daha az asılı olması idi.

Beynəlxalq bazar mexanizminin növbəti inkişafı sənaye ölkələrindəki dünya maliyyə bazarlarının beynəlmilləşməsi, daha sonra isə qloballaşması əlaməti ilə ötdü. Bu proseslərin gedişində göstərilən ölkələrin öz aralarında rəqabətdə olan maliyyə mərkəzləri beynəlxalq biznesə xidmət edən vahid struktur yaratdılar. Başlanğıcda belə strukturun formalaşmasına dövlət tənzimlənmə sistemləri çərçivəsindəki reqlament məhdudiyətləri maneə idi.

1980-ci illərdə inkişaf etmiş ölkələr dünya təsərrüfatının qloballaşmasına doğru obyektiv meyllərin təzyiqi ilə öz maliyyə bazarlarını liberallaşdırmağa məcbur oldular. Kapitalaın ölkələrarası hərəkətinə maneələr aradan qaldırıldı, vergitutma və xarici maliyyə təşkilatları üçün risklərin aşağı salınmasına tələblər yumşaldıldı, müəyyən əməliyyat növləri üçün qadağalar ləğv olundu.

Bu baxımdan dünya maliyyə mərkəzləri arasındakı rəqabət mübarizəsi başqa, daha mürəkkəb forma aldı.

Onların vahid dünya sisteminə inteqrasiyası ilə birgə bu mərkəzlərdən hər birinin dinamizmi və fəaliyyətinin liberalaşmasının dərinləşməsi üzrə rəqabət genişləndi.

Bu istiqamətdə ilk addımlar ABŞ-da – ölkə maliyyə kapitalının Avropa bazarları və Qərbi Avropa maliyyə mərkəzləri ilə rəqabətindəki rolunu artırmaq üçün atıldı.

kəzlərinin möhkəmlənməsindən çox narahat olduğu məmləkətdə atıldı.

Ardıcıl olaraq, ABŞ-da depozitlər və kreditlər üzrə faizlərin «yuxarı həddi» ləğv olundu, faizlərin cari hesablar üzrə hesablanmasına icazə verildi, amerikan bazarında xaricilərin buraxdığı istiqrazların faizlərinə tətbiq edilən çox yüksək vergilər ləğv edildi.

Amerikan bazarının liberallaşmasını nəzərdə tutan bu və başqa tədbirlər bu bazarın rəqabətə davamlılığının yüksəldilməsinə və beynəlxalq investorların ABŞ maliyyə mərkəzinə marağının artmasına yönəlmişdi.

Qloballaşma şəraitində çoxlu məhdudiyətlərin məqsədyönlü aradan götürülməsinə görə amerikan maliyyə mərkəzi bu mərkəzlərin dünya strukturuna daxil oldu və hətta olduqca vacib bir aspektdə – maliyyə innovasiyaları aspektində liderə çevrildi. Məhz bu mərkəzdə kapital bazarının yeni hissələri – maliyyə fyuçersləri, opsiyonlar, törəmə qiymətli kağızlar bazarları yarandı. 1980-ci illərdən başlayaraq, ABŞ maliyyə mərkəzinə çoxsaylı yeni maliyyə alətlərinin yaranması və dövlətlərarası praktikaya tətbiqi baxamından bərabər olan başqa mərkəz yoxdur.

Okeanın o tayındakı rəqibin çağırışı ilə üzləşən Avropanın aparıcı London maliyyə mərkəzi də maliyyə bazarlarının liberallaşmasına girişdi. Bu liberallaşma 1980-ci illərdə Britaniya iqtisadiyyatında dövlətinin rolunun azalmasına yönələn ümumi kursla üst-üstə düşdü. Birja əməliyyatlarının əhəmiyyətli hissəsinin Nyu-Yorka keçməsinin qarşısını almaqdan ötrü xaricilər üçün birja ticarəti qaydaları olduqca sadələşdirildi, dövlət qiymətli kağızlar bazarına daxil olma imkanları asanlaşdırıldı. 1979-cü ildə valyuta nəzarətinin aradan qaldırılması, 80-ci illərdə maliyyə bazarının liberal islahatı çoxsaylı yeni xarici maliyyə institutlarını Sitiyə cəlb etdi.

London təkcə əhəmiyyətli maliyyə mərkəzi kimi möhkəmlənmədi, həm də innovasiyalar sahəsində ABŞ mərkə-

zinin qarşısında ciddi rəqib kimi dayandı. Məsələn, 1982-ci ildə London beynəlxalq fyuçers birjası açıldı.

ABŞ və Böyük Britaniyanın ardınca Paris maliyyə mərkəzi də liberallaşma yolu ilə getdi. Fransada bank fəaliyyəti çox şert reqlamentləşdirildi. Dövlət kommersiya banklarında faiz dərəcələrinin səviyyəsin müəyyən edirdi, ayrı-ayrı kreditlərin həcmi tənzimləyirdi və bankların valyuta əməliyyatlarına nəzarəti həyata keçirirdi. 1980-ci illərdə bank sferasının modernləşdirilməsi və liberallaşdırılması siyasəti başlandı. Fransız maliyyə bazarının ilkin vəziyyəti dövlətdən daha çox asılılıqla xarakterizə edildiyindən, bu bazardakı dəyişmələr başqa Avropa ölkələri ilə müqayisədə xüsusilə radikal idi.

Paris birjası, fransız bankları, müxtəlif növ qiymətli kağızlar alqısı qeyri-rezidentlər üçün açıq oldu. Parisdəki dünya maliyyə mərkəzi innovasiyalara qoşulur və bu əsasda London və amerikan mərkəzləri ilə əlaqələri möhkəmləndirir.

AFR-in qüdrətli bazar iqtisadiyyatı maliyyə bazarının inkişafı baxımından olduqca özünəməxsus görünür. Fransız iqtisadçısı Mişel Rebro bu cəhəti «alman paradoksu» adlandırır: «Alman maliyyə bazarları maliyyələşdirməli olduqları iqtisadiyyata uyğun gəlmirlər.... Alman bank və maliyyə bazarları xüsusi novator nüfuzuna malik deyil».¹

Məsələ bundadır ki, bu ölkədə xüsusi diqqət maliyyə stabilliyinə yönəldilir və bu da sərt valyuta və digər məhdudiyətlərə səbəb olur. Bundan əlavə, maliyyə bazarlarında hökmran olan iri alman bankları olduqca mühafizəkarlıqlar və müəyyən vaxta qədər xaricilərin bazara buraxılmasına, innovasiyalara meyil etmirdilər.

Vahid Avropa bazarının formalaşması və dünya təsərrüfatının ümumi qloballaşma prosesi alman maliyyə bazarının liberallaşmasına – Frankfurt-Maynın beynəlxalq ma-

¹Пебро М. Международные экономические, валютные и финансовые отношения. М. 1994. ст 321.

liyyəmərkəzi kimi mövqelərinin yaxşılaşmasını şərtləndirən tədbirlərə bilməzdi. Böyük Britaniya və Fransadan bir qədər sonra AFR-də qeyri-rezidentlərin istiqraz alqılarına buraxılması sadələşdirildi, bir sıra qiymətli kağız növlərinin emissiya və dövriyyəsinə icazə verildi, maliyyə innovasiyalarının daha fəal tətbiq olunmasına başlanıldı. Yeni əsrdə Almaniya öz maliyyə sistemini əhəmiyyətli dərəcədə qloballaşma şəraitinə uyğunlaşdırıldı, Frankfurt Maliyyə Mərkəzi isə dünya mərkəzləri sisteminə müvəffəqiyyətlə inteqrasiya olundu.

Avropa İttifaqının (Birliyin) yaranması və inkişafı yeni prosesi – Avropa maliyyə mərkəzlərinin inteqrasiyasını dəfələrlə sürətləndirdi və böyük maneələrə baxmayaraq, bu inteqrasiya daha aydın görünür.

Dövlət tənzimlənməsinin liberallaşması maliyyə mərkəzlərinin görünüşünü dəyişdirdi. Dünya təsərrüfatının qloballaşması iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrin maliyyə mərkəzlərində iki istiqamət üzrə özünü büruzə verdi:

1) Bu mərkəzlər iştirakçıların tərkibinə, həyata keçirilən əməliyyatlara, istifadə edilən maliyyə alətlərinə görə əvvəlkindən daha çox bir-birinə oxşamağa başladılar. Bu əlbəttə ki, onlar arasındakı rəqabətin sona çatmasını bildirmir.

2) Avropa, ABŞ və Yaponiyanın maliyyə mərkəzləri arasındakı əlaqələrin xarakteri dəyişdi. Sonuncu (Yaponiya) başqalarından zəif və sürətsiz olsa da, liberallaşma aparır). İqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrdən kənar da dünya maliyyə mərkəzləri yarandı.

Dünya iqtisadiyyatının qloballaşmasının tərəqqisi maliyyə mərkəzinin formalaşmasını ölkənin təsərrüfat inkişafı səviyyəsindən, yerləşdiyi ərazidən, yerli valyutanın və milli bank-kredit sisteminin vəziyyətindən nisbi müstəqil etdi. İndi daha mühüm rolu maliyyə əməliyyatları üzərində dövlət nəzarətinin olması, liberal valyuta qanunvericiliyi, aşağı dərəcəli vergilər və əməliyyat xərclərinin azlığı oynayır. Panama, Sinqapurda, Honkonqda dünya səviyyəli maliyyə mərkəzləri belə yaranıb. Bu ölkələrdə aktiv banklararası, kredit, valyuta və fond bazarları fəaliyyət göstərir.

Dünya təsərrüfatının periferiyalarında maliyyə mərkəzlərinin digər qrupu vergi və maliyyə «oazislərində» yarandı. Bu mərkəzlərdə əsas əməliyyatlar qeyri-rezidentlərin payına düşür və ölkə üçün xarici hesab olunan valyutalarda aparılır. Belə maliyyə mərkəzləri Baham və Kayman adalarında, Men adasında, Kiprdə və s. yerlərdə fəaliyyət göstərirlər. Onlar ofşor mərkəzlər adlandırılır. Ofşorlarda bir qayda olaraq, ölkənin özünün inkişaf etmiş valyuta, kredit, fond bazarları olmur.

Dünya iqtisadiyyatının qloballaşması gedişində dövlət tənzimlənməsinin liberallaşdırılmasına baxmayaraq, ofşor maliyyə mərkəzlərinin rolu artır. Bu mərkəzlərin vergi və başqa üstünlüklərindən istifadə edən çoxlu TMK və TMB-lar nəinki törəmə müəssisələrini, bəzi hallarda ştab – mənzillərini (əsas müəssisələri) də bu ərazilərdə qeydiyyatdan keçirirlər.

Təəssüf ki, Rusiya kompaniyaları da ofşor biznesi əxz ediblər və öz mənfəətlərinin əhəmiyyətli hissəsini bu cür vergidən yayındıra biliblər.

Ümumiyyətlə isə dünya iqtisadiyyatının qloballaşması şəraitində beynəlxalq maliyyə əməliyyatlarının əsas hissəsi dünya maliyyə mərkəzləri arasındakı bağlaşmalar formasını alır.

3.5. DÜNYA MALİYYƏ BAZARLARININ QLOBALLAŞMASININ YEKUNLARI

Maliyyə qloballaşması ziddiyyətli prosesdir. Şübhəsiz ki, bu proses dünya iqtisadiyyatı üçün olduqca hiss edilən pozitiv nəticələrə gətirir. Ən başlıca pozitiv nəticə beynəlxalq istehsal, ticarət, iqtisadi fəaliyyətin hər bir sferasını maliyyələşdirmənin güdrətli potensialının və təkmil mexanizminin yaradılmasıdır. Qloballaşma şəraitində dünya maliyyə bazarları bu mexanizmdən global məşşabda istifadə edirlər və yeni texnologiyaların tətbiqi ilə modernləşdirirlər.

Dünyanın iqtisadi vəhdəti həm də ona görə formalaşır ki, maliyyə informasiyaları praktik olaraq ani ötürülür, maliyyə bazarları və maliyyə mərkəzləri ən müasir rabitə vasitələri ilə birləşdirilib və sutka ərzində bir-biri ilə sıx əlaqədə fəaliyyət göstərirlər.

Dünya məştblı maliyyə axınları ilə birgə yeni texnologiyalar da dünya üzrə hərəkət edir, bir çox ölkələrdə iqtisadiyyatın strukturu dəyişir. İqtisadi inkişaf etmiş ölkələr qrupunda dünya maliyyə bazarlarının qloballaşmasının yardımı ilə valyuta kurslarının nisbi stabilləşməsi nəzərə çarpır.

Bu bazarlarda hadisələrin inkişafı maliyyə resurslarının beynəlxalq məştblı əvvəlki dövrlərdən effektiv yerləşdirilməsini təmin edir. Kapitallara tələb və təklif artıq fəvqəlmillı səviyyədə formalaşır və bu da investisiyalarda daha yaxşı istifadəni müəyyənləşdirir. İri müəssisələr maliyyə resurslarına tələbatını nəinki təkcə öz ölkələrinin daxili bazarlarının hesabına, tez-tez və başlıca olaraq, dünya mərkəzlərinin hesabına ödəyirlər. Kapital qoyuluşları da eyni cür – bütün dünya təsərrüfatları hüdudunda və daha sərfəli olan yerlərdə həyata keçirilir.

Dünya maliyyə bazarlarının qloballaşması kompaniyalar, banklar, hökumətlər tərəfindən, məsələn, neft və başqa yüksək tələbatlı məhsullar ixracı ilə yığılan kapitalların təkrar dövriyyəsinə imkan yaradır. Bu vəsaitlər dünya iqtisadiyyatının maliyyələşdirilməsi marağı ilə bölüşdürülür. Dünya bazarlarının qloballaşması çoxlu maliyyə innovasiyaları doğurub və valyuta, kredit, fond əməliyyatlarının riskini azaltmağa imkan verən yeni, mürəkkəb maliyyə alətləri yaranıb. İri investorların qlobal investisiya proqramları ayrı-ayrı ölkələr çərçivəsində həyata keçirilən kapital qoyuluşlarından daha təhlükəsizdirlər. Korporativ maliyyə idarəetməsi qloballaşan dünya iqtisadiyyatının reallıqlarına olduqca dinamik uyğunlaşır.

Bununla birgə ötən əsrin sonunda dünya iqtisadiyyatının qloballaşması müvəffəqiyyətləri cyforiyasının sonu çatdı.

Həm də məhz maliyyə sferası dünya iqtisadiyyatının qeyri-stabilliyinin mərkəzində oldu.

Qeyd edilən «yanan» maliyyə axınları – ölkələr arasında dolanan axınlar artıq məştblı maliyyə böhranlarına səbəb olublar və qloballaşan maliyyə sisteminin nə qədər qeyri-möhkəm olduğunu göstəriblər.

Qloballaşma beynəlxalq borc problemini dəfələrlə kəskinləşdirir, ayrı-ayrı ölkələrin milli pul siyasətinə neqativ təsir göstərir.

İnvestisiya risklərini azaldan operativ investisiyalar və yeni maliyyə alətləri qarşısında bu riskləri əhəmiyyətli yüksəldən maliyyə qlobalığı və nəzarətsizliyi dayanır.

İqtisadi inkişaf etmiş ölkələrin maliyyə bazarlarının qloballaşmasından əldə etdiyi fayda bütövlükdə dünya birliyinə aid olmur. İnkişaf etməkdə olan ölkələrin valyuta, kredit, fond bazarlarında vəziyyət son dərəcə qeyri-stabil olaraq qalmaqdadır. Dünya maliyyə sferasının fəaliyyətdə olan əsas fiqurları – TMK-lar və TMB-lar onlarla ölkənin təsərrüfat həyatına nizamsızlıq, ziddiyyət gətiriblər və gətirməkdə davam edirlər.

Məhz maliyyə sferasındakı qloballaşma az ölkəyə fayda vermək və bu çox ölkələrə ziyan gətirmək istiqamətində inkişaf edir. Dünyanın böyük hissəsinin qloballaşan iqtisadiyyata uyğunlaşa bilməməsi faktını konstataasiya etmək olar.

Dünya maliyyə sferasının qloballaşması iqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsinin liberallaşmasına səbəb olub. Lakin xarici tənzimlənməsinin hər bir formalaşmasından azad olan iqtisadi proseslər tez-tez təhlükəli olur. Bu baxımdan bir çox hallarda paradoksal vəziyyət yaranır: bütün inkişaf etmiş ölkələrdə liberallaşmaya baxmayaraq, hələ də milli maliyyə bazarları istehsal və ticarət, o cümlədən xarici ticarətdən daha sərt tənzimlənir.

Eyni zamanda beynəlxalq fövqəlmilli maliyyə əməliyyatları, nəhəng maliyyə axınları, dünya mərkəzləri nəinki tənzimlənir, hətta tez-tez sadəcə xaricdən heç bir nəzarətə məruz qalmır. Belə ki, dünyada ölkə mərkəzi banklarının

funksiyalarını fəvqəlmillı səviyyədə həyata keçirən maliyyə institutu yoxdur.

Bank sferasında depozitlərin beynəlxalq sığorta sistemi, unifikasiya edilmiş məcburi ehtiyatlar, bankların təftişinin vahid metodikası mövcud deyil. Bank dünyasında «sıxlığın» yüksəldiyi şəraitdə xüsusi vacib olan ümumi və heç olmazsa, koordinasiya edilmiş fankların müflisləşməsi haqqında qanunvericiyə aşkar ehtiyac duyulur. Söhbət ümumiyyətlə, dünyada kapitalın hərəkətinin məhdudlaşmasından deyil, investisiyaların strukturunun tənzimlənməsi zərurətindən gedir.

Çilidə – qısamüddətli portfel investisiyalarına məhdudiyətlərin tətbiqi əyani bir nümunədir. Bu məhdudiyətlər nəticəsində ölkəyə yerləşdirilən xarici kapitalın həcmi azalmadı, bu kapital qoyuluşlarının orta müddəti isə əhəmiyyətli dərəcədə yüksəldi.

Ancaq dünya təsərrüfatının qloballaşması müstəvisində beynəlxalq maliyyəbazarlarının tənzimlənməsi kimi kəskin problemi ayrı-ayrı ölkələrin səyləri ilə həll etmək olmaz. Prosesin masştabına adekvat fəvqəlmillı tədbirlər gərəkdir.

Beynəlxalq Valyuta Fondu öz statusuna görə qloballaşan maliyyə bazarlarının beynəlxalq tənzimlənmə sisteminin qurulması kimi mürəkkəb problemlərlə məşğul olmur. London və Paris kreditörlər klubu idarəolunmaz maliyyə axınlarının, xüsusi ilə «yanan pulların» tənzimlənməsi ilə məşğul deyil. Ancaq maliyyə sferasındakı qloballaşma prosesinə fəvqəlmillı səviyyədə koordinasiya edilmiş təsir getdikcə daha vacib olur. Bu zərurəti hətta inkişaf etmiş ölkələr – prosesin üstünlüklərindən daha çox istifadə edən ölkələr də hiss edirlər.

Rusiyanın aid olduğu inkişaf etməkdə olan bazar ölkələri üçün vəziyyət daha da mürəkkəbdir. Bizim ölkə və başqa belə ölkələrdə qloballaşma prosesləri fonunda milli maliyyə bazarlarının stabilliyinin qorunması əhəmiyyətli daxili dəyişikliklər tələb edir. Bu dəyişikləri iki qrupa bölmək olar.

Birinci qrup bütün milli maliyyə sisteminin yenidən qurulmasını əhatə edir və aşağıdakı istiqamətlər üzrə həyata keçirilə bilər:

- Bank qanunvericiliyinin təkmilləşdirilməsi və bu qanunvericiliyə ciddi riayət olunması;
- Fond bazarına münasibətdə də eyni tədbirlərin həyata keçirilməsi;
- Maliyyə sferasında şəffaflığın təmin olunması;
- Maliyyə sferasının fəaliyyəti üçün zəruri olan infrastrukturun yaradılması;
- Zəif maliyyə təşkilatlarının müdafiə etmək əvəzinə bağlamaq, möhkəm təşkilatların stimullaşdırılması;
- Maliyyə işində effektiv alətlərin və əməliyyat mexanizmlərinin tətqiqi və s.

İkinci qrupa ölkə daxilində maliyyə axınlarının hərəkətinə, həmçinin xarici kapital axını və yerləşdirilməsinə dəqiq və ciddi dövlət müdaxiləsi aiddir.

Hər iki qrupa aid olan tədbirlər bazar iqtisadiyyatı çərçivələrinə tamamilə sığışır və bu bir çox bazar iqtisadiyyatı ölkələrində tətbiq edilir. Bazar münasibətləri şəraitində ölkə daxili maliyyə liberallaşdırılmasının səviyyəsi qısamüddətli beynəlxalq maliyyə axınlarının mobilliyini və xaotikliyinə nəzər almaqla müəyyən olunmalıdır. Ölçüsüz – sərhədsiz maliyyə liberallaşdırılması, daha doğrusu, milli təsərrüfat daxilində olan və ölkə hüdudlarını keçən kapitalın hərəkətinə dövlət nəzarətinin tam olmaması böyük zərər verə bilər.

Şübhəsiz ki, dövlət tənzimlənməsinin aşağıdakı istiqamətləri zəruridir:

- İqtisadiyyatın real sektoruna investisiyalar üçün əlverişli şərait yaradılması;
- Birbaşa xarici investisiyaların stimullaşdırılması. Bu investisiyaların sahə istiqamətlərinin tənzimlənməsi;
- Qısamüddətli xarici kapital axınına məhdudiyyətlər tətbiqi, bu kapitalların miqyası və istifadə formalarına ciddi nəzarət;
- Xarici portfel investisiyalarla bağlı risklərin qiymətləndirilməsi;
- Maliyyə axınlarının hərəkətinə beynəlxalq nəzarət sistemini formalaşdırmaq məqsədi ilə xarici maliyyə tənzimlənmə orqanları ilə əməkdaşlıq.

Rusiya iqtisadiyyatının maliyyə sferasının qloballaşması prosesinin bağlılığını azaltmağın mümkün istiqamətlərindən bəziləri bunlardır.

Yoxlama sualları

1. Niyə dünya maliyyə bazarları qloballaşma proseslərinin prizmasındadır?
2. Qloballaşma şəraitində dünya maliyyə bazarları hansı funksiyalara malikdir? Onların strukturunu xarakterizə edin.
3. Qloballaşan dünya təsərrüfatında beynəlxalq maliyyə mərkəzlərinin rolu nədir?
4. Dünya maliyyə bazarlarının qloballaşmasının ziddiyyətli nəticələri özünü nədə göstərir?

Fəsil IV

DÜNYA İQTİSADİYYATININ QLOBALLAŞMASI ŞƏRATİNDƏ ƏMƏK BAZARI

Dünya iqtisadiyyatında genişlənən qloballaşma prosesləri ayrı-ayrı ölkələrin əmək bazarına da, əmək ehtiyatlarının ölkələrarası hərəkəti prosesinə – beynəlxalq əmək miqyasına da əhəmiyyətli təsir göstərir. Bu təsir çox şaxəlidir və bir mənalı deyil. Buna görə də bu təsiri müxtəlif istiqamətlər üzrə fərqləndirmək gərəkdir.

Məlumdur ki, dünya iqtisadiyyatındakı qloballaşma prosesləri beynəlxalq ticarətin və kapitalın müxtəlif formalarının ölkələrarası hərəkətinin intensivləşməsinə, transmilli təsərrüfat subyektlərinin fəaliyyətinin yeni-yeni ölkələrə yayılmasını, milli maliyyə bazarlarının birləşməsinə və dünya iqtisadiyyatında maliyyə sferasının dayanıqlı inkişafını özündə birləşdirir. Dünya ticarətinin, xarici investisiyaların həcmində və əhəmiyyətinin artımı, kompaniyaların fəaliyyətini maliyyələşdirmənin yeni imkanları öz növbəsində bazarların genişlənməsinə, dünya istehsal və maliyyə resurslarının daha effektiv bölgüsünə imkan yaradır. Bu isə dünya istehsalının və başqa şərtlər sabitliyində ardıcıl olaraq, məşğulluğun yüksəlməsinə əlverişli təsir göstərir. Beləliklə, qloballaşmanın bütün ölkələrinə əmək bazarına təsirinin ən aşkar effektlərindən biri əmək resurslarına tələbatın yüksəldilməsi və məcburi işsizliyin ixtisarı üçün şərait yaradılmasıdır.

Bununla birgə qloballaşma proseslərinin vacib bir xarakterik cəhətini – qloballaşmanın fayda və risklərinin (məsrəflərinin) müxtəlif ölkələr üçün prinsipial asimmetrikliliyini unutmaq olmaz. Bütövlükdə dünya təsərrüfatı məsrəbında məşğulluq artımına proqnozlaşdırılan müsbət təsir heç də ayrıca götürülmüş ölkədə də qloballaşmanın eyni təsirinin olacağını bildirmir. Məsələ bundadır ki, milli iqtisadiyyatlar açıqlıq səviyyəsinin labüd yüksəlişi ölkə və xarici kompaniyaların daha intensiv rəqabətinə səbəb olur. Rəqabətdə xarici kompaniya aşkar müqayisəli üstünlüyə malik olarsa, onda ölkə iqtisadiyyatının bu sektorlarında staqnasiya istehsal səviyyəsinin azalması labüd olur, məşğulluq üçün neqativ nəticələr yaranır. Həmçinin məlumdur ki, əlverişli şəraitdə məşğulluğu yüksəldə bilən birbaşa və portfel investisiyaları əsasən inkişaf etmiş dövlətlərdə və qismən ən müvəffəqiyyətli inkişaf etməkdə olan ölkələrdə təmər küzləşir, az inkişaf etmiş ölkələrdənsə kənarlaşır. Nəhayət, müasir şəraitdə beynəlxalq maliyyə böhranlarının məsrəbının artması qlobal maliyyə sferasında qeyri-sabitliyin güclənməsinə səbəb olur və bu da real sektora təsir edir, labüd olaraq, məşğulluq səviyyəsində əks olunur. Milli əmək bazarları üçün aşkar risklər – ölkənin qloballaşma prosesindəki iştirakı ilə şərtlənən risklər bu cəhətlərdən qaynaqlanır.

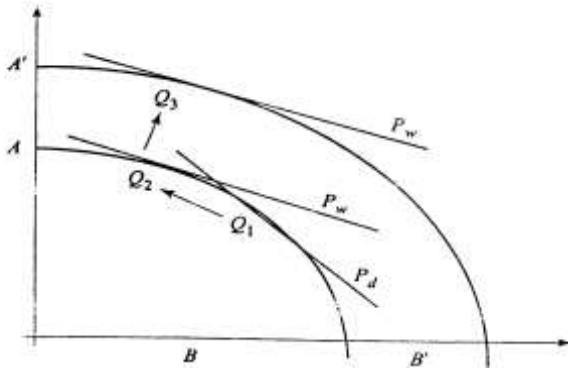
Dünya iqtisadiyyatının qloballaşması təkcə maliyyə və məhsul bazarlarının inteqrasiyası, kapital kimi istehsal faktorunun sərhədlər üstü hərəkətinin intensivləşməsi deyil. Qloballaşma həm də başqa, heç də əhəmiyyətsiz olmayan istehsal faktorunun – əməyin beynəlxalq miqrasiya prosesinin inkişafıdır. Uyğun olaraq, əmək miqrasiyası həm qloballaşma prosesinin faktoruna (tərkib elementinə), həm də nəticəsinə – qloballaşan dünya iqtisadiyyatında əmək resurslarının daha effektiv bölgüsünə olan tələbatdan qaynaqlanan nəticəyə çevrilir.

Beynəlxalq əmək miqrasiya ilə birgə dünya iqtisadiyyatının qloballaşması şəraitində milli əmək bazarlarının yaxınlaşması dövlətlərin və beynəlxalq təşkilatların düşünülmüş

fəaliyyətində də – milli əmək standartlarının uyğunlaşdırılmasına, əmək norma və qaydalarının beynəlxalq harmonikliyinə nail olunmasına yönələn fəaliyyətdə əks olunur.

4.1. BEYNƏLXALQ TİCARƏT VƏ MİLLİ ƏMƏK BAZARLARI

Qloballaşma prosesi çərçivəsində ölkə iqtisadiyyatının açıqlıq səviyyəsinin artımı əmək resurslarının məşğulluğunun yüksəlməsinə şərait yarada bilər. Beynəlxalq iqtisadiyyat nəzəriyyəsi də təsdiq edir ki, **bir iş yeri və məşğulluğun digər növlərlə əvəzlənməsi effekti – istehsal edilən nemətlərin qiymətinin nisbi dəyişməsi ilə yaranan effekt və gəlir effekti** - xarici ticarətin bütövlükdə milli gəlirə və gələcək məşğulluq imkanlarının genişlənməsinə təsirində aşkarlanan effekt ölkənin beynəlxalq əmək bölgüsü sistemində qoşulması və xarici ticarətin məshtabının genişlənməsi nəticələrinə aiddir. Bu effektləri sadə şəkildə xarici ticarət üçün açıq olan kiçik iki sektorlu iqtisadiyyatın abstrakt modeli ilə təsvir etmək olar. (şəkil 4.1.)



Şəkil 4.1. Açıq və kiçik ikisektorlu iqtisadiyyat üçün xarici ticarətin təşəkkülünün nəticələri

AB əyrisi – müəyyən ölkənin beynəlxalq ticarətsiz istehsal imkanları sərhədidir. P_d – daxili nisbi qiymətlər səviyyəsidir. Q_1 nöqtəsi ticarət başlayana qədər istehsalın və iş yerlərinin strukturunu əks etdirir. Xarici ticarət əlaqələrinin liberallaşmasında daxili nisbi qiymətlər dünya səviyyəsi ilə – P_w müəyyənləşməyə başlayır, istehsalın strukturu isə Q_2 səviyyəsinə qədər dəyişir. Uyğun olaraq, məşğulluq strukturunda əvəzetmə effekti meydana gəlir. Bundan başqa, resursların daha effektiv bölgüsü və yığım, istehsal faktorlarının məhsuldarlığının yüksəlməsi üçün əlverişli şərait gəlir effektini yaradır, istehsal imkanlarının sərhədi sağa irəliləyir, məhsul buraxılış həcmi və məşğulluq səviyyəsi yüksəlir.

Ancaq realıq bu abstrakt nəzəri modelin nəticələrindən mürəkkəbdir. Məsələn bundadır ki, əvəzetmə effektinin meydana gəlməsi zamanı məşğulluğun strukturunun dəyişməsi işçilərin yenidən təlim almasına və yeni iş yerlərinə adaptasiyasına, ərazi yerdəyişmələrinə əlavə xərcləri qaçılmaz edir. Bundan başqa, hətta ən əlverişli şəraitdə də bu proses vaxt tələb edir. Nəticədə, məşğulluğun Q nöqtəsinə uyğun gələn strukturundan Q_2 nöqtəsinə uyğun strukturuna keçidi istehsal imkanları sərhədlərinin daxilindəki nöqtədə baş verir və bu nöqtə də bütün resursların, o cümlədən əmək ehtiyatlarının natamam məşğulluğuna uyğun gəlir (dəqiqi, struktur işsizliyin artımına uyğundur)

Bu cəhətlə birgə beynəlxalq ticarətin istehsal faktorlarının gəlirinə təsirini də xatırlamaq gərəkdir (Stolper-Samuelson teoremi). Əmək ehtiyatları (daxili qiymətlərinin liberallaşmadan sonra) istehsal olunan məhsulun ucuzlaşacağı güman edilən sektorda intensiv istifadə edilibsə, onda liberallaşma nəticəsində bu faktorun dəyəri – əmək haqqı mütləq azalacaq.

Beləliklə, iqtisadi nəzəriyyə xarici ticarətin liberallaşması və milli iqtisadiyyatın açıqlıq səviyyəsinin yüksəlməsinin ölkə iqtisadiyyatına ümumiyyətlə, fayda gətirdiyini iddia etsə də, ayrıca «əmək» faktoru və əmək bazarı üçün də bir-mənalı belə nəticələr əldə olunacağını təsdiq etmək olmaz.

Hər bir halda daha ucuz idxalla məhsulları ilə rəqabət edən sahələrin işçiləri ziyan çəkir və əmək ehtiyatlarının məcburi işsizliyinin artması mümkünləşir. Xarici istehsalçıların ciddi rəqabəti ilə qarşılaşan sahələrin müəssisələri obyektiv olaraq, istehsal xərclərini azaltmağa cəhd edirlər. Əməyin ödənilməsinə birbaşa (əmək haqqı kimi) və dolayı (müxtəlif sosial fondlara ayırmalar) xərclərin ixtisarı da istehsal məsrəflərinin azalması sırasında olur. Ən əlverişsiz şəraitdə iqtisadiyyatda bütövlükdə «əmək» faktoruna aid gəlirlər azala bilər. Bu cəhəti nəzərə aldıqda, **xarici ticarətə proteksionist məhdudiyətlər** praktikası daha anlaşılan olur. Bu tədbirlər həmişə suboptimal həllərdir (ayrı-ayrı ölkələrin iqtisadiyyatının və bütövlükdə dünya təsərrüfatının effektiv səviyyəsini azaldır), ancaq müəyyən zamanda məşğulluq səviyyəsi və əmək bazarları üçün riskləri – ölkənin iqtisadiyyatının açıqlıq səviyyəsinin yüksəlməsindən irəli gələn riskləri məhdudlaşdırmağa qabildir.

Dünya iqtisadiyyatının inkişaf tarixindən çoxsaylı proteksionist tədbirlərin tətbiqi nümunələri – məqsədi ölkə iqtisadiyyatını xarici rəqabətdən qorumaq olan nümunələr bəllidir. XIX-XX əsrlərdə indiki inkişaf etmiş ölkələrdə, o cümlədən beynəlxalq ticarətin liberallaşması uğrunda əsas mübarizələrdən biri olan ABŞ-da proteksionizm praktikasına dəfələrlə müraciət ediblər. Proteksionizm elementləri (öncə qeyri-tarif) hətta dünyanın ən açıq ölkələrinin iqtisadi siyasətində indiyə qədər istifadə olunur. İqtisadi nəzəriyyədən proteksionizm effekti – müdafiə tədbirlərindən istifadə olunan bazarda məhsulun daxili istehsalının artımı (yaxud azalmasına imkan verilməməsi) bəllidir. Deməli, milli iqtisadiyyatın müəyyən sektorunda bu vasitə ilə (başqa şərtlər dəyişməyində) məşğulluq qorunur. Xarici ticarət siyasətinin əmək bazarına bu təsirinə nəzərə alıb, tez-tez proteksionist tədbirlər qəbulunun sosial xarakterindən və sosial aspektlərindən söhbət açılar.

İnkişaf etmiş ölkələrin iqtisadiyyatının əmək tutumlu məhsul istehsal edən sektorlarında tətbiq edilən maneələr – xarici məhsulların bu dövlətlərin daxili bazarına keçməsinə

qarşı qoyulan maneələr indiyə qədər xüsusilə yüksəkdir. Bu cəhət xarici ticarət siyasətinin hazırlanmasında məşğulluq aspektinin nəzərə alınması zərurətini təsdiq edir. İspaniya və Fransa arasındakı «meyvə», «tərəvəz» müharibələrini, Lomey konvensiyasının mövcudluğunu (69 inkişaf etməkdə olan ölkənin məhsullarının AB bazarlarına güzəştli daxil olması sazişini), Mərkəzi Amerika və Karib hövzəsi ölkələri üçün təşəbbüsü (ABŞ ilə bu ölkələrin sazişi də eynidir) inkişaf etmiş ölkələrin «üçüncü» dünyadan əməktutumlu məhsullar ixracına məhdudiyyətini nümunə kimi göstərmək olar. AB-nin Şərqi Avropadan olan assosiativ üzvləri ilə sazişlərinə görə bu ölkələr birliyin kömür, toxuculuq, kənd təsərrüfatı məhsulları bazarına daxil olmaq – AB-nin iş qüvvəsinin 1/3-nin məşğul olduğu bazara daxil olmaq güzəştləri tam hüquqlu üzvlərlə müqayisə hələlik azdır. Bundan başqa, qiymətləndirmələrə görə inkişaf etməkdə olan ölkələrdən İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı (İƏİT) ölkələrinə ixracın təxminən 20%-i qeyri-tarif məhdudiyyətləri ilə əhatə olunub və məhdudiyyətlər iqtisadiyyat sektorlarının 50-70%-nin məhsuluna – məşğulluğun daha fəal generatorlarının məhsullarına aiddir.

Məhsullar ticarətindəki proteksinizmlə birgə maliyyə sferasındakı, xidmət və texnologiyalar ticarəti sahəsindəki proteksionist tədbirlər əmək bazarı üçün analoji nəticələrə səbəb olur.

Müasir mərhələdə dünya iqtisadiyyatının qloballaşması proseslər çevrəsində beynəlxalq ticarətin və dünya təsərrüfat əlaqələrinin başqa formalarının intensivləşməsi də, bu əlaqələrin tərəqqi edən liberallaşması da, milli iqtisadiyyatların açıqlığının yüksəlməsi də baş verir. Aparıcı beynəlxalq iqtisadi təşkilatların – BVF, DB, ÜTT-nin söyləri məhz bu istiqamətə yönəlib. Bununla əlaqədar olaraq, qloballaşma proseslərinin ayrılmaz xarakteristikalarından biri də praktik bütün ölkələrin daxili bazarlarının proteksionist müdafiə səviyyəsinin azalması oldu. Belə ki, inkişaf etmiş ölkələrdə – QATT-in iştirakçısı olan ölkələrdə bu təşkilatın yaranması

barədə saziş bağlanan zaman idxal tariflərinin orta səviyyəsi 40% idi, 1990-cu illərin sonunda isə inkişaf etmiş ölkələrdə ÜTT-yə üzv ölkələrdə idxal gömrük tariflərinin uyğun səviyyəsini 3,8%-ə qədər azaltmaq mümkün oldu. İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə isə bu göstərici 15,5-ə qədər azaldı. Bu cəhətdən aydın oldu ki, milli əmək bazarları qloballaşmanın riskləri ilə – kompaniyaların müflisləşməsi və xarici məhsul, xidmət istehsalçıları ilə rəqabətə davam gətirməyən milli iqtisadiyyat sektorlarından istehsalın ixtisar edilməsi ilə bağlı risklərlə potensial olaraq, daha tez-tez üzləşirlər. Həm də bu risklərlə daha çox inkişaf etməkdə olan ölkələr və keçid iqtisadiyyatı ölkələri - qloballaşmanın «çempionlarından» – inkişaf etmiş ölkələrdən geri qalanlar qarşılaşırlar. Bu baxımdan bir çox inkişaf etməkdə olan ölkələrin ÜTT çərçivəsindəki mövqeyi – milli bazarların müdafiə səviyyəsini azaltmamaqla beynəlxalq ticarətin gələcək liberallaşması barədə razılığa gəlmək əvəzinə qüvvədəki sazişlərə əməl olunmasını təmin etməyə yönələn mövqeyi anlaşılandır.

Bu vəziyyətdə qloballaşma riskləri ilə qarşılaşan dövlətlərin siyasi və iqtisadi elitaları tərəfindən dərk olunan və milli iqtisadiyyatların yüksələn açıqlığının sosial məsrəflərini minimallaşdırmağa yönələn siyasət gərəkli olur. Belə bir siyasət aşağıdakıları əhatə edə bilər:

- Ölkə təsərrüfatının sektorlarının xarici rəqabət üçün mərhələli və düşünülmüş açılması, milli iqtisadiyyatın nisbi rəqabət üstünlüklərinə malik və sərbəst iş qüvvəsini cəmləyə bilən sektor və sahələrinin dəstəklənməsi;
- Birbaşa əmək bazarına yönələn tədbirlərin qəbulu (əmək ehtiyatlarının peşəkar, ərazi mobilinə və yenidən hazırlığına yardımın təsiri ilə əmək bazarının effektivliyinin yüksəldilməsi, sərbəstləşən işçilərin sahibkarlıq fəallığına yardım, müvəqqəti işsizlərin sosial müdafiəsi)

4.2. XARİCİ İNVESTİSİYALAR, KAPİTALIN BEYNƏLXALQ HƏRƏKƏTİ VƏ MİLLİ ƏMƏK BAZARLARI

Milli əmək bazarlarına digər proses də – dünya iqtisadiyyatının qloballaşmasının mahiyyətinin elementi olan xarici investisiya qoyuluşlarının miqyas və əhəmiyyətinin artımı, o cümlədən birbaşa **xarici investisiyaların** cəlb və istifadəsi, xarici transmilli korporasiyaların ölkə iqtisadiyyatında fəaliyyəti də təsir edir. Beynəlxalq ticarətin intensivləşməsi nümunəsindəki kimi ayrıca götürülmüş bir ölkədə bu təsirin də nəticə vektorunu aydınlaşdırmaq çətindir və aydınlaşma üçün təhlilə investisiya prosesinin özünün, kapital **reçipienti** olan ölkənin konkret xarakteristikaları cəlb olunmalıdır.

Bir tərəfdən xarici TMK-ların yeni yaradılmış filiallarında yeni iş yerləri açılır və üstəlik, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə, keçid iqtisadiyyatı ölkələrində bu iş yerləri yerli müəssisələrlə müqayisədə daha yüksək əmək haqqı, həyatın peşəkar keyfiyyətlərinə daha yüksək tələblərlə seçilir. Bir sıra sürətlə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə xarici TMK-ların məcmu məşğulluqdakı payı əhəmiyyətli miqdardadır: 1990-cı illərin II yarısında Sinqapurda, Şri-Lankada bu göstərici 20%, Honkonq (Çinin xüsusi inzibati rayonu) və Tayvanda 10% təşkil edirdi.

Bundan başqa, birbaşa xarici investisiyaları cəlb edən ölkə üçün müsbət xarici effektlər yaranır. Bu effektlər yerli kompaniyaların məhsul və xidmətlərinə tələbatın yüksəlməsində özünü aşkarlayır. (TMK-ların fəaliyyətlərinə xidmət edən və bu fəaliyyətlər üçün məhsul istehsal edən müəssisələrin) Beynəlxalq iqtisadi təşkilatların ekspertlərinin Argentina, Braziliya, Honkonq, Meksika, Cənubi Koreya üçün apardıqları tədqiqatlar göstərdi ki, TMK-ların bu ölkələrindəki fəaliyyətlərində tətbiq olunan yeni texnologiyalar, istehsal prosesləri və nou-xau, həyatın peşəkarlıq artımı, istehsal və satışın təşkilinin yaxşılaşması ilə əlaqəli olan innovasiya –

texnoloji impulslar əmək məhsuldarlığının, məcmu məhsulun artımına səbəb olublar və ölkə əhalisinin məşğulluğu üçün multiplikativ effektdə malikdirlər.

Digər tərəfdən, ayrıca götürülmüş sənaye ölkələrindən fərqli olaraq, bütövlükdə inkişaf etməkdə olan dünyada TMK-ların əhali məşğulluğuna təsiri daha «təmkinli» qiymətləndirilir: 1990-ci illərdə TMK-ların filialları «üçüncü dünya» ölkələrinin iqtisadi fəal əhalisinin məşğulluğunun 1-2%-ni təmin ediblər. Daha az inkişaf etmiş ölkələrdə əmək bazarının bu seqmentinin anklavlıq təhlükəsi yaranır və TMK-nın fəaliyyəti ixrac sektorunda cəmləşibsə, ölkənin iqtisadiyyatının başqa sahələri ilə az bağlıdırsa, bu təhlükə daha da yüksəlir. Belə ki, Meksika Milli Bankının bu yaxınlardakı qiymətləndirmələrinə görə ABŞ kapitalının nəzarət etdiyi yığma müəssisələrinin milli iqtisadiyyata inteqrasiya səviyyəsi emal sənayesinin digər sektorlarındakı kimi olsaydı, sənaye istehsalı artımı 27% yüksələrdi. Ölkənin ümumi məşğulluq səviyyəsi üçün uyğun neqativ nəticələrə səbəb olan rəqiblərin – ölkə istehsalçılarının daxili bazardan sıxışdırılması kimi real riski də hesabdan silmək olmaz. Bundan başqa, TMK-lar tərəfindən köhnə və ekoloji «çrкли» istehsalların inkişaf etməkdə olan və keçid iqtisadiyyatı ölkələrinə köçürülməsi bu ölkələrdəki məşğulların əmək şəraitini pisləşdirə bilər.

Hətta xarici investisiyaların rəçipient – iqtisadiyyata yuxarıda qeyd etdiyimiz xeyirli təsirinin də yalnız məhdud sayda ölkələrdə tam reallaşması mümkündür. Məsələn, məlumdur ki, birbaşa xarici investisiyaları – BXİ-ləri əsas qəbul edən inkişaf etmiş ölkələrdir və birbaşa investisiyaların $\frac{3}{4}$ hissəsi hal-hazırda bu ölkələrin payına düşür. İnkişaf etməkdə olan ölkələr içərisində isə xarici birbaşa investisiyaların əsas payı investorlar üçün daha cəlbedici olan ilk 10 dövlətdədir. Aşağı gəlir səviyyəsinə malik ölkələrə xarici kapital qoyuluşlarının həcmi isə olduqca azdır. Belə ki, əsr-lərin qovuşmasında birbaşa investisiyaların məcmu dünya həcminin cəmi 0,3%-i 49 daha az inkişaf etmiş ölkənin payına düşürdü. Əlavə qeyd etmək gərəkdir ki, əməyin aşağı

qiyməti – daha az inkişaf etmiş ölkələrə investisiyaların ənənəvi əsas motivi bu gün keçmiş əhəmiyyətini itirir. Çünki əmək ehtiyatlarının keyfiyyətinə tələblər yüksəlib və bu tələblərə təkcə təhsil səviyyəsi və peşəkar hazırlıq deyil, həm də əhalinin qidalanması və sağlamlığı da aiddir.

Son tədqiqatların göstərdiyi kimi xarici investisiyaların məşğulluğa təsirinin təhlilində bu investisiyaların müxtəlif növlərinə – birbaşa investisiyalara, portfel, ssuda və borc formasında xaricdən cəlb edilən kapitallara (digər investisiyaların tərkibindəki əsas mövqeyə) fərqli yanaşmaq gərəkdir. 59 inkişaf etməkdə olan ölkədəki, həmçinin 18 bazarın təşəkkül tapdığı ölkələrdəki (bunlar içərisində – keçid iqtisadiyyatı ölkələri) vəziyyətin təhlili təsdiq edir ki, milli investisiya qoyuluşlarına və ardıcıl olaraq, məşğulluq səviyyəsinə ən pozitiv nəticəli effekti BXİ-lər göstərir. Cəlb olunmuş birbaşa xarici investisiyaların hər bir dolları 80-90 sent, xaricdən cəlb edilən kreditlərin hər dolları 40-50 sent, portfel investisiyalarının bir dolları isə yalnız 15-20 sent daxili investisiyanı əsas kapitalla yönəltməyə təhrik edir.¹

Ölkələrin iqtisadiyyatına xarici kapitalın cəlbindəki fəallığın əks tərəfi **kapitalın müxtəlif formalarda ixracıdır**. Həm də kapital axını daha çox müəyyən ölkədə istehsalın və məşğulluğun genişlənməsinin potensial imkanlarına neqativ təsir göstərən faktor kimi qiymətləndirilir. Bir çox inkişaf etməkdə olan və keçid iqtisadiyyatı ölkələrdəki iqtisadi vəziyyət tez-tez belə qiymətləndirmələrlə xarakterizə olunur. Açıq iqtisadiyyat üçün milli gəlirin eyniyyət formalarından birinin ($S - I = NX$) nəzəri təhlili ilə nəticə çıxarmaq olar ki, müsbət xalis ixrac və ardıcıl olaraq, kapitalın hərəkətinin mənfi saldosu (ölkədən xalis kapital ixracı) investisiya imkanlarının milli yığımla müqayisədə nisbi defisiti ilə əlaqəli olur. Buna görə də kapital axınına bayağı inzibati məhdudiyət tətbiqi ilə bu kapitalın ölkə daxilində investisiya

¹ Loungani P, Razin A. How beneficial is foreign, direct investment for developing countries? | Finance and development 2001. June – <http://www.imf.org>.

olunmasının artımı problemini həll etmək çətin mümkündür. Kapitalın əhəmiyyətli dərəcədə axını daha çox daxili investisiya mühitinin yetərinə əlverişli olmaması, yığımla müqayisədə investisiya səviyyəsinin aşağılığı əlamətidir və dövlət iqtisadi siyasət tədbirləri ilk növbədə məhz bu problemin həllinə yönəlməlidir.

Burada bir məqam da – kapital ixracının müəyyən hissəsinin (zəruri komplektasiya hissələrinin istehsalına, ixrac olunan texnikaya xidmətə, xarici satış şəbəkələrinin yaradılmasına birbaşa investisiyalar, ticarət krediti və avanslarının verilməsi, müəyyən dərəcədə istehsal kooperasiyası üzrə partnyorlara borc verilməsi) donor – ölkənin əmək bazarına müsbət nəticəli təsir göstərməyə qabil olmasını qeyd etmək də gərəkdir. Belə kapital axının məqsədi və daha çox ehtimal edilən effekti ixracyönlü istehsalın stimullaşdırmaq, milli iqtisadiyyat üçün zəruri avadanlıq və komplektləşdirici hissələr idxalını təmin etməkdir. Bununla kapital ixrac edən ölkədə məşğulluğun təminatına müsbət effektlər əldə olunur.

Dünya maliyyə sferasının qloballaşma prosesləri də müxtəlif ölkələrin milli bazarlarına çoxtərəfli təsir vektorları nümayiş etdirir. Bir tərəfdən, müəyyən ölkədə fəaliyyət göstərən kompaniyanın xarici maliyyə resurslarını cəlb etmək imkanları və deməli, istehsal və məşğulluğu genişləndirmək imkanları kəskin yüksəlir. Digər tərəfdən maliyyə bazarları arasındakı milli sərhədlərin silinməsi ilə dünya maliyyə sektorunun prinsipial xarakteristikalarından biri – qeyri-stabillik güclənir. Ayrı-ayrı ölkələrin maliyyə bazarlarının «yanan pulların» idarəolunmaz axına – tez spekulyativ mənfəət əldə etmək məqsədilə bütün dünya üzrə hərəkət edən axına bağlılığı artır. Hətta bir ölkənin bazarındakı lokal böhran sürətlə başqa ölkələrin bazarlarına keçir. Nəticədə beynəlxalq maliyyə böhranlarının riski və məsəbə güclənir və Asiya ölkələrinin 1997-98-ci il təcrübəsinin göstərdiyi kimi bu böhranlar iqtisadiyyat real sektorunda istehsalın azalmasına, milli əmək bazarında vəziyyətin kəskinləşməsinə səbəb ola bilər.

4.3. BEYNƏLXALQ ƏMƏK MİQRASIYASI DÜNYA İQTİSADİYYATININ QLOBALLAŞMASININ AMİLİ VƏ NƏTİCƏSİDİR

Son onilliklərin ən əlamətdar hadisələrindən biri ötən əsrin sonundan görünməmiş bir vüsət alan beynəlxalq əmək miqrasiyasının problemlərinə diqqətin yüksəlməsi oldu. Bir çox tədqiqatçılar XX əsrin son 25 ilini hətta «miqrasiya erası» kimi xarakterizə etdilər.¹ Əmək qabiliyyətli əhalinin – iş qüvvəsinin ölkələrarası hərəkəti baş verəndə, həmçinin əmək qeyri-rezidentlərə satılanda, hətta bu istehsal faktorunun sahibi – iqtisadi fəal işçi yaşadığı ölkənin fiziki sərhədlərindən keçməyəndə də beynəlxalq **əmək miqrasiyası barədə** danışılır. Əmək ehtiyatlarının miqrasiyasının üstün məqsədi – əməyin ödənilməsi üzrə, (dəqiqi, daha yüksək əmək gəliri gətirən iş əldə olunmasıdır²) həmçinin şərait, keyfiyyət və perspektiv baxımdan miqrantın daha uyğun iş əldə etməsidir. Ancaq əmək qabiliyyətli əhalinin miqrasiyası motivləri fərqli də ola bilər. (siyasi, təqibdən qaçma, ailələrin birləşməsi, vətənə qayıdış və s.³)

Emiqrasiya əmək qabiliyyətli əhalinin müəyyən ölkədən xaricə yerdəyişməsi, **immiqrasiya** rəqipent – ölkəyə xaricdən əmək qabiliyyətli əhalinin gəlməsidir.

¹ Castels. S., Miller. M.J. The Age of migration: international Population movements in the modern world. London. 1998.

² Qiymətləndirmələrə görə ABŞ-da orta həftəlik əmək haqqı Meksikadan 9 dəfə çoxdur, almaniyada Çin və Hindistandan təxminən 100 dəfə yüxsəkdir, ABŞ ölkələrində isə Mərkəzi və Şərqi Avropadan 7 dəfə çoxdur.

³ Beynəlxalq əmək təşkilatı işçi-miqrantları bir sıra kateqoriyalara ayırır: müqavilə üzrə işçilər (aşağı ixtisaslı və mövsümi işçilər), peşəkarlar (yüksək ixtisaslı işçilər), əmək fəaliyyəti ilə məşğul olan qeyri-leqal immiqrantlar, köçkünlər, qaçqınlar.

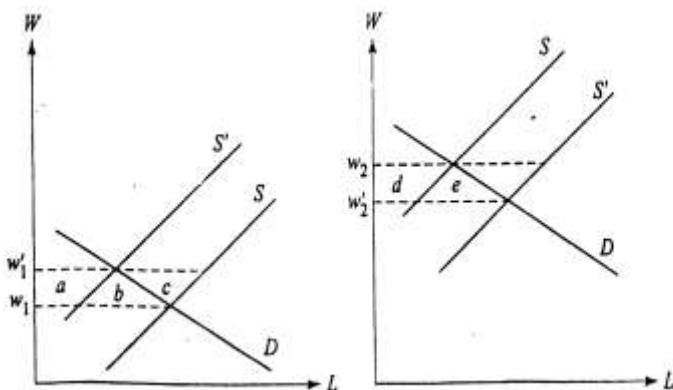
Beynəlxalq əmək miqrasiyası fenomeni qədim zamanlardan məlumdur və tamamilə böyük bir tarixə malikdir.

XIX əsrdə və XX əsrin əvvəllərində Avropanın əmək qabiliyyətli əhalisinin Şimali və Cənubi Amerikaya, avstraliya və Yeni Zelandiyaya iri miqyaslı köç dalğalarını xatırlamaq kifayətdir.

(XIX əsrdə və XX əsrin əvvəllərindən II dünya müharibəsinədək 60 mln. nəfərə qədər şəxs Avropadan okeanın o biri sahilinə köçmüşdü). Əmək miqrasiyasının inkişafının şərti ölkələrin miqrant daxil olması üçün kifayət qədər açıqlığı, əhalinin gediş və gəlişinə dəf edilməsi qeyri-mümkün məhdudiyətlərin olmamasıdır.

Ancaq müasir şəraitdə – dünya təsərrüfatındakı qloballaşma prosesləri fonunda beynəlxalq əmək miqrasiyası hadisəsi yeni xüsusiyyətlərə malik olur. Bu hadisə təkcə beynəlxalq ticarətin intensivləşməsi və kapitalların sərhədlərüstü hərəkəti lə birgə qloballaşma prosesinin amillərindən və tərkib elementlərindən biri olmur. Beynəlxalq əmək miqrasiyası həm də qloballaşmanın nəticəsi kimi aşkara çıxır. Çünki dünya istehsalının qloballaşması planetin əmək resurslarının dünya miqyasında daha effektiv bölgüsü tələbini irəli sürür.

Miqrasiyanın donör – ölkə və reçipient ölkənin iqtisadiyyatı üçün ən ümumi effektlərini iki ölkənin əmək bazasının abstrakt modeli nümunəsində nəzərdən keçirmək olar. (Şəkil 4.2.)



Şəkil 4.2. Miqrasiyanın immiqrasiya və emiqrasiya ölkələrinin əmək bazarları üçün effektləri.

Məsələnin sadələşdirilməsi üçün əməyin təklifi və əməyə tələb funksiyasının xəttiliyi ilkn şərt kimi götürülür.

Beynəlxalq miqrasiya imkanları mövcud olmayanda A ölkəsində əməyin ödənilmə səviyyəsi (w_1) B ölkəsindən (w_2) əhəmiyyətli dərəcədə aşağı olur. Bu cəhət işçilərin bir hissəsini miqrasiyaya stimullaşdırır. Bu miqrasiya donor – ölkədə əməyin təklifinin azalmasına (təklif ayrısının sola sürüşməsi) və reçipient ölkədə isə əməyin təklifinin artmasına səbəb olur (Uyğun ayrının sağa sürüşməsi). Nəticədə hər iki ölkədə əməyin ödənilməsinin yeni tarazlıq səviyyəsi formalaşır, həm də miqrasiya, inflyasiyanı nəzərə almaqla hər iki məbləğin – hər iki ölkədə əməyn ödənilmə səviyyəsinin uyğunlaşmasına qədər davam edəcək. (daha dəqiq, $w_2^1 = w_1^1 + m$, m – yeni ölkəyə gediş, yeni mühitə adaptasiya və obustroystva xərcləridir)

Vəziyyətin təhlilindən aydın olur ki, köçmək nəticəsində miqrantlar ümumiyyətlə, iqtisadi fayda əldə edirlər. Bu iqtisadi qazanc miqrantların sayının yeni və köhnə əmək haqları arasındakı fərqə – miqrasiya məsrəflərini nəzərə almaqla müəyyən olunan fərqə vurulması ilə tapılır. Donor

ölkənin əmək bazarında bu fayda b və c seqmentləri məcmusudur. Eyni zamanda donor – ölkənin əmək faktoru alıcıları istehlakçı qalığını – a və b məbləğində qalığı itirilər və satıcılar (ölkədə qalan işçilər) əməyin ödənişinin artımı hesabına əlavə a həcmdə qalığı əldə edirlər. Nəticədə miqrantların donor – ölkəsi miqrasiyadan iqtisadi itkilər çəkir.

Reçipient – ölkədə işlər başqa cür gedir. Əməyin alıcıları (iş götürənlər) əməyin ödənilməsi səviyyəsinin azalması nəticəsində d və e məbləğində əlavə qalıq – əlavə qazanc əldə edirlər. Yerli işçilər (əmək bazarındakı satıcılar) d həcmində qalığı – qazancı itirirlər. Nəticədə reçipient – ölkə bütövlükdə miqrant axınından faydalanır. (miqrantların bu iqtisadiyyatın rezidentlərinə çevrildiyini nəzərə alsaq, fayda daha çoxdur)

Beləliklə, əmək bazarındakı effektləri nəzərə alsaq, iqtisadi nəzəriyyəyə görə miqrasiyadan reçipient ölkədə, həmçinin bütövlükdə dünya təsərrüfatı da fayda əldə edir. Bu halda köçkünlərin kütləvi gəldiyi ölkələrdə bu axını məhdudlaşdırmağa yönələn müxtəlif maneələrin yaradılmasına nəyə görə cəhd edildiyi anlaşılmır. Axı, bəllidir ki, milli əmək bazarlarına xaricdən ucuz iş qüvvəsinin axınına qarşı çoxlu spesifik müdafiə metodları mövcuddur: immiqrasiyanın inzibati məhdudlaşdırılması, əməyin qiymətinin dövlət tənzimlənməsi və s.

Yəqin ki, öncə xarici işlərin ölkəyə gəlişindən zərər çəkən əhali qruplarının mövcudluğunu xatırlamaq gərəkdir (yerli muzzdlu işçiləri üçün xarici əməkçilər bazarda rəqibə çevrilir və onların əmək haqları səviyyəsinin aşağı düşməsinə təzyiq edirlər). Ancaq məsələ həm də bundadır ki, miqrasiyanın məcmu effektləri bu məsələyə öncə göstərilən sadə yanaşmadan – əmək bazarı mövqeyindən baxılan sadə yanaşmadan çox mürəkkəbdir. Məsələn, miqrasiyanın donor – ölkə və reçipient – ölkənin dövlət (ictimai) maliyyəsi üçün effektlərinə diqqət yetirmək olar. Belə ki, defisit peşələrdə çalışan gənc işçilərin gəlişi iqtisadi fəaliyyəti aktivləşdirməyə

və dövlət xəzinəsinə vergi daxilolmalarını artırmağa qabildir. Bu cəhətlər yüksək ixtisaslı kadrların cəlbinə də aiddir: (donor – ölkə üçün bu fenomen «beyin axını» kimi dəyərləndirilir) reçipient – ölkə donor – ölkənin ictimaiyyəti tərəfindən birbaşa və ya dolayısı yolla miqrantın ixtisas hazırlığına çəkilmiş xərclərə qənaət edir (daha doğrusu, insan kapitalına investisiyalara qənaət edir). İmmiqrasiya ölkəsi bu kadrları müvəqqəti xaricə, yaxud həmişəlik itirir.¹ Ancaq işçinin əmək qabiliyyətinə malik olmayan çoxsaylı ailə üzvlərinin gəlişindən reçipient ölkə qazanmır və əksinə ailə üzvlərinin adaptasiyası, oxuması, onlara sosial yardım göstərilməsi bələdiyyə və ya dövlət büdcəsindən vəsaitlər tələb edir. Bir çox izafi əmək ehtiyatlarına malik ölkələr əmək bazarında təklifə izafi təzyiqi azaltmaq və işsizliyi ixtisar etmək məqsədilə emiqrasiyanı stimullaşdırmağa məcburdurlar.² Müvəqqəti miqrantların ölkəyə qayıdışında donor – ölkə işçilərin xaricdə aldığı ixtisas və təcrübəyə, öz iqtisadiyyatına investisiyalara ümid edir. Daha az inkişaf etmiş donor – ölkələr xaricdə işləyən miqrantların öz ailə və qohumlarına yolladığı pul baratlarından (transfərlərdə) fayda əldə edə bilər.

Belə ki, Dünya Bankı ekspertlərinin qiymətləndirmələrinə görə cari onilliyin əvvəlində 15 inkişaf etməkdə olan ölkə (Meksika, Hindistan, Filippin, Serbiya və Çernoqoriya, Pakistan, Türkiyə və s.) ödəniş balansındakı «Xaricdə məşğulların transfərləri» maddəsi üzrə illik 1 mlrd. dollardan çox gəlir əldə ediblər. 4 ölkə bu maddə üzrə 500

¹ Yüksək ixtisaslı miqrantların cəlbində şəxsiz lider ABŞ-dır. 1970-ci illərin ortalarından 1990-cı illərin sonuna qədər bu ölkəyə yüksək ixtisaslı kadr kateqoriyasına aid 250 min immiqrant cəlb olunub. Son 30 il ərzində inkişaf etməkdə olan ölkələrin «beyin axınından» birbaşa və dolayısı itkiləri 30 mld. dollar qiymətləndirilir.

² Məsələn, 1970-ci illərdə misir hökuməti işsizliklə mübarizə proqramını qəbul edərkən, proqrama izafi iş qüvvəsinin Fars körfəzi ölkələrinin emiqrasiyasının stimullaşdırılması tədbirləri də daxil edilmişdi.

milyon dollardan 1 mlrd. dollara qədər, 18 ölkə 100 mln. dollardan 500 mln dollara qədər gəlir əldə edib. Hələ 1990-cı illərin əvvəllərində Tailanda miqrantların transferti xarici kapital axınından 3 dəfə Banqladeşdə isə 1000 dəfə yüksək idi. İordaniya, Lesoto, Yəməndə müvafiq baratlar bu ölkələrin ÜDM-nin 10-50%-nə çatır.¹ Bununla birgə qeyd olunmalıdır ki, miqrantların transfertlərindən faydalanmağa ümid edən donör – ölkələr qısamüddətli əmək miqrasiyasında maraqlıdırlar. Çünki xaricdə qalmağın müddəti uzandıqca, miqrantların vətənlərinə göndərdikləri baratların həcmi aşağı düşməyə başlayır. Buna görə də müasir şəraitdə – inkişaf etmiş ölkələrdə immiqrasiya manilələrinin şərtləşdirildiyi və miqrasiyanın uzunmüddətli xarakterinin gücləndiyi şəraitdə², donör – ölkələrin miqrant transfertlərinə ümidvar olması tamamilə risklidir.

Müasir əmək miqrasiyası dünya iqtisadiyyatını əhatə edən qloballaşma proseslərinin eyni zamanda həm faktoru, həm nəticəsi olduğundan, son onilliklərdə beynəlxalq əmək miqrasiyasının kifayət qədər yüksək səviyyədə qalması təəccüb doğurmur. Əməkçi – miqrantların gəldikləri dövlətlərin iqtisadiyyatının geniş təkrar istehsalının təminatındakı rolu nəinki aşağı düşür, əksinə artır³. Müxtəlif qiymətləndirmələrə görə XXI əsrin əvvəlinə mənsub olduğu ölkədən kənarında çalışan və yaşayan miqrantların məcmu sayı 120

¹ Woker's remittances: An important and Stable Source of external development finance//Global development Finance 2003 World Bank. Washington dc,2003

² Qərbi Avropada immiqrantların orta qalma müddəti 10 ili ötür, immiqrantların $\frac{1}{4}$ -nin Almaniyada qalması müddəti isə 20 ildən çoxdur.

³ Bir sıra ölkələrin iqtisadiyyatının bütöv sahələri immiqrant əməyinə əsaslanır: CAR-da dağ-mədən istehsalı, dominkan Respublikasında kənd təsərrüfatı, Malaziyada – kauçuk sənayesi və s., Fransanın kommunal təsərrüfatında məşğulların 70%-i, Belçikanın hasilat sənayesində məşğulların 50%, İsveçrənin tikinti sektorunda çalışanların 40% immiqrantlardır.

mln. nəfərdən 170 mln. nəfərə qədərdir (planetin əhalisinin 2,0-2,9%). Beynəlxalq miqrantların sayının artım tempi isə 1990-cı illərdə demək olar ki, ildə 3%-ə bərabər olub¹.

İndiki zamana qədər qalan və inkişaf etmiş ölkələrin, bəzi yeni sənaye ölkələrinin (məhz bu ölkələr miqrantları cəzb edən əsas mərkəzlərdir) milli əmək bazarına daxil olmanın qarşısını alan inzibati maneələrə baxmayaraq, beynəlxalq əmək miqrasiyası prosesləri sönmür. Belə ki, I I dünya müharibəsindən 1970-ci illərin ortalarına qədər ki dövr inkişaf etmiş ölkələrin miqrasiyaya daha liberal münasibəti ilə, bəzənsə xaricdə işçi toplanması ilə xarakterizə olunurdusa, 1970-ci illərin ortalarından Qərb Avropada və az dərəcədə ABŞ-da müəyyən qədər immiqrasiya nəzarətinin şərtləşdirilməsi baş verdi. Analitiklər bəzən təsdiq edirlər ki, bu məhdudiyətlər nəzərə alınanda, dünya əmək bazarının qloballaşma səviyyəsini məhsul və xidmət bazarlarının, kapital və maliyyə bazarlarının uyğun səviyyəsindən aşağı hesab etmək lazımdır. Qloballaşmanın gedişində milli əmək bazarları arasındakı sərhədlər başqa bazarlarla müqayisədə əhəmiyyətli dərəcədə az silinir. Dünya təsərrüfatı səviyyəsində əmək bazarlarından danışsaq, nəzərə almaq gərəkdir ki, bu bazar öz təkrar istehsal funksiyasını yalnız tam məhdud həyata keçirir. Çünki, bu bazar «milli mənzillərə» ayrılıb. İnzibati məhdudiyətlərdən istifadə edən inkişaf etmiş ölkələr öz milli maraqlarını – nəzarətsiz xarici miqrasiyadan zərər çəkə bilən əhali qruplarının maraqlarını qorumağa cəhd edirlər.

Ancaq bu gün arzuolunmaz emiqrantlara qarşı mövcud olan inzibati maneələrlə heç bir rəqipient – ölkəyə immiqrasiyanı saxlamaq və iri başqa dilli icmaların bu

¹ За справедливый подход к трудящимся – мигрантом в глобальной экономике. Доклад VI, Международная конференция труда, 2004. международная организация труда. Женева – 2004 ст 13. Таран П.А. Вступление перед делегатами Генеральной Ассамблеи ООН. 11ноября 2003г. <http://www.ilo.org>.

ölkənin ictimaiyyətinə ağırsız və sürətli inteqrasiyasını təmin etmək nəsb olmur. Buna görə də 1980-ci illərin sonundan başlayaraq bir çox inkişaf etmiş ölkələr miqrasiya siyasətinə yeni yanaşmaları – bu siyasətin yeni mexanizmlərini tapmağa çalışırlar. Bu ölkələr təkcə immiqrasiya nəzarətini və miqrantların rəcipient – ölkənin ictimai strukturuna inteqrasiyasını deyil, həm də miqrasiyanı doğuran əsas amilə – donor – ölkənin zəif inkişafına qarşı çıxılmasını özündə birləşdirən miqrasiya siyasətini formalaşdırılmağa çalışırlar. Bu məqsədə nail olmaq üçün müvafiq ölkələrə xarici yardımın verilməsi, BXİ-in stimullaşdırılması, bu ölkələrlə ticarətin liberallaşdırmaq hesabına ticarət axınlarının genişləndirilməsi kimi mexanizmlərdən istifadə olunur. Donor – ölkənin iqtisadi inkişafına yardım edən belə tədbirlər əhalinin bu dövlətlərdən emiqrasiyası stimullarını zəiflədir. Miqrasiya siyasətinin ünvanları isə təkcə inkişaf etmiş ölkələrə gələn və burada yaşayan xaricilər deyil, həm də potensial miqrantlar və reemiqrantlar (vətənə qayıdanlar) olur. Nümunə kimi AFR-in müvafiq orqanları tərəfindən (Türkiyə, Şərqi və Mərkəzi Avropa ölkələrində) və Beynəlxalq miqrasiya təşkilatı tərəfindən (Əfqanıstan və 1990-cı illərdə Kambosada) repatriantların məşğulluğunun təmin olunmasını göstərmək olar.

Beynəlxalq əmək miqrasiyasının istiqamətləri bütövlükdə dünya təsərrüfatındakı və ayrı-ayrı ölkələrdəki iqtisadi şəraitindəki tərəddüdlərlə ilə dəyişilə bilər. İmmiqrantları əsas cəlb mərkəzləri bu gün yüksək yaşayış səviyyəsinə malik inkişaf etmiş ölkələr – ABŞ, Kanada, Avstraliya, Qərbi Avropa ölkələridir. Məsələn, XX – XXI əsrlərin qovuşuğunda ildə 700-800 min nəfər ABŞ-a legal immiqrasiya edib (yüksək ixtisaslı iş qüvvəsi – bütün dünyadan, aşağı ixtisaslı, işçilər – Latın Amerikasını və Karib hövzəsi ölkələrindən¹). Qərbi Avropada əsas immiqrant axınları Almaniyaya, Fransa,

¹ 1990-ci illərdə ABŞ-a daxil olan immiqrantların məcmu sayının 85-88%-i Latın Amerikasını və Karib hövzəsi ölkələrinin payına düşürdü.

Böyük Britaniya və regionun başqa sosial-iqtisadi rifaha malik ölkələrinə yönəlib (... , İsveçrə, Avstriya, Skandinav ölkələri). Almaniya üçün əsas donor – ölkələr – Türkiyə, keçmiş Yuqoslaviya və Şərqi Avropa dövlətləri, Fransa üçün – Ərəb ölkələri və Cənubi Avropa, Böyük Britaniya üçün Britaniya Millətlər Birliyi ölkələridir. Bir sıra ekspertlər bir sıra analitiklər tərəfindən qeyri-leqal miqrasiya da nəzərə alınmaqla AB dövlətlərinə immiqrasiyanın məcmu miqyası ildə 1 mln. nəfərdən 2 mln. nəfərə qədər qiymətləndirilir. BMT-in ekspertlərinin hesablamalarına görə Avropa Birliyi ölkələri əlverişsiz demoqrafik meyllərlə əlaqədar olaraq, öz əhalisinin pensiya təminatını və sosial müdafiə səviyyəsinin aşağı düşməsinə istəməsələr, onda yaxın 25 ildə 159 mln. nəfər xarici immiqrantın qəbuluna və cəmiyyətə inteqrasiyasına məcburdurlar¹.

1970-ci illərin ortalarından Yaxın Şərqi neft hasil edən ölkələrində (ƏK, Səudiyyə Ərəbistanı, Qətər, Bəhreyn, Küveyt, Oman) xarici fəhlələrin əməyindən geniş istifadə olunur. Bu ölkələrin yerli – «köklü» əhalisi cəmiyyətin sosial strukturunda özünə-məxsus hökmran azlığa çevrilib. 990-cı illərin sonunda bu ölkələrdəki miqrantların məcmu sayının 6 mln. nəfər olduğu qiymətləndirilirdi. Səudiyyə Ərəbistanında əməkçi immiqrantlar ölkənin iqtisadi fəal əhalisinin 60%-ni təşkil edir. Küveytdəki 2,3 mln. nəfər xarici ölkənin əhalisinin 83%-ni təşkil edir və bu xaricilərdən yarısı iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində çalışır. Ərazi və əhalisinə görə balaca Omanda xarici işçilər Avstraliyadan iki dəfə çoxdur. Bu regionun miqrantlarının donor – ölkələri az inkişaf etmiş Ərəb dövlətləri, (daha çox Misir, həmçinin Suriya və İordaniya), Hindistan, Pakistan, Banqladeş, Filippindir.²

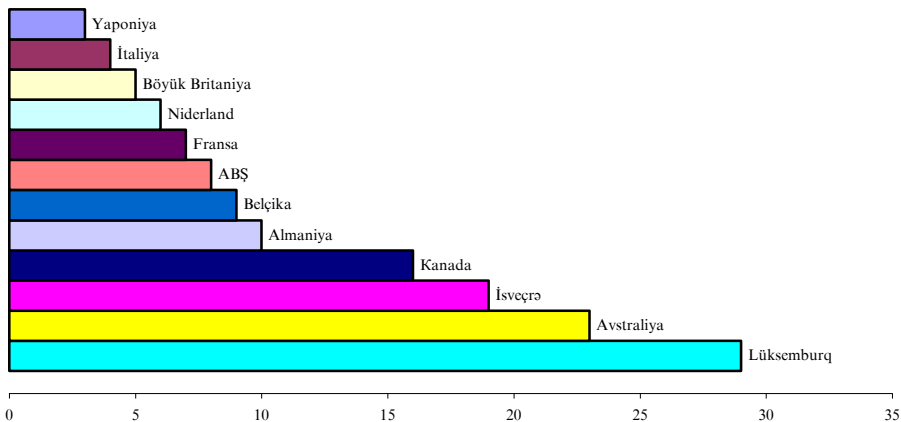
¹ Replacement migration. Is it a solution to declining and aqtiq populations? UM Population division Nyu-york 2000

² Вах: За спаведливый подход к трудящимся – мигрантам в глобальной экономике. Доклад VI, Международная конференция труда, 2004. международная организация труда. Женева, 2004, с 32-33, 45; Лях

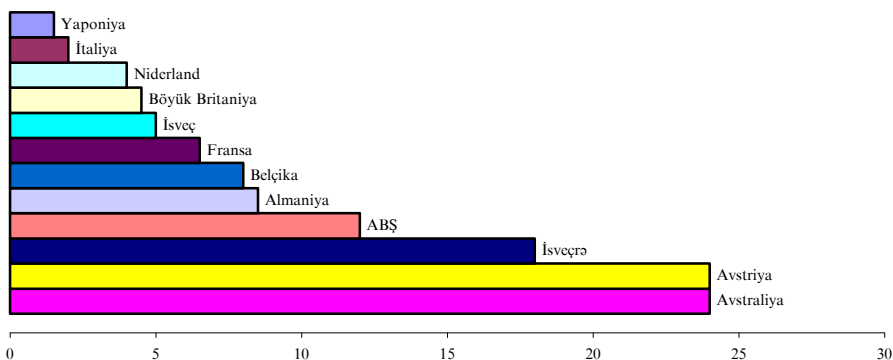
Latın Amerikasında miqrasiya axınları ABŞ-dan başqa həmçinin regionun nisbətən inkişaf etmiş ölkələrinə – Argentina, Braziliya, Meksikaya, Afrikada Komerun, Liviya, Kot de Uvara, Şərqi və Cənubi-Şərqi Asiyada yeni sənaye ölkələrinə (Sinqapur, Tayvan, Honkonq, Cənubi Koreya) və son onillikdə Yaponiyaya yönəlib.

Bu proseslər nəticəsində 1990-ci illərin ikinci yarısına xaricilər əsas qəbuledici ölkələrin ümumi əhalisinin 4-15%-ni təşkil edirdi (Qərbi Avropa, ABŞ, Kanada, Yeni Zelandiya üçün orta göstərici – 8,8%). Xaricilərin iqtisadi fəal əhalinin sayında xüsusi çəkisi isə 8-29% idi. (4,3 və 4,4 şəkillərindəki diaqramlar)

Leqal əmək miqrasiyası ilə birgə qeyri-leqal miqrasiyanın mövcudluğu (əmək ehtiyatlarının ölkələrarası qeyri-qanuni yerdəyişməsi) immiqrasiyanın əsas mərkəzi olan ölkələrdə leqal əmək bazarı ilə – qanuni əsasda ölkəyə daxil olmuş miqrantın öz xidmətlərini təklif edə bildiyi bazarla yanaşı, qeyri-leqal («qara») əmək bazarı da – əmək haqqının aşağı səviyyəsi, çətin əmək şəraiti və hər hansı dövlət tənzimlənməsinin olmaması ilə xarakterizə edilən bazar da formalaşmışdır. (ABŞ-da qeyri-leqal miqrantların sayı 2-13 mln. nəfər, AB ölkələrində 6-7 mln. nəfər qiymətləndirilir.



Şəkil 4.3. Leqal immiqrantların ölkələrin ümumi əhalisindəki payı %-lə (göstəricilər ölkədən asılı olaraq 1999-2002-ci ilə olan vəziyyəti əks etdirir.)



Şəkil 4.4. Leqal immiqrantların ölkənin iqtisadi fəal əhəlisindəki payı %-lə (göstəricilər ölkədən asılı olaraq 2000-2002-ci ilə olan vəziyyəti əks etdirir.)

Aşağı ixtisaslı leqal miqrantların reçipient – ölkələrdəki fəaliyyəti qeyri-leqal miqrantlar kimi əsasən – sənayenin ayrı-ayrı sahə və sektorlarında, xidmət sferasında cəmləşir. Və aşağı əmək haqqı, çətin əmək şəraiti ilə xarakterizə olunur. (mövsümi kənd təsərrüfatı işləri, maşınqayırma məhsullarının konveyerlərdə monoton fiziki əmək istifadəsi tələb edən istehsallarda çalışmaq, dağ-mədən sənayesi, kommunal xidmətlər göstərilməsi, xidmətçi kimi çalışmaq, xəstələrə baxmaq və s.) Yerli muzzdlu işçilər tərəfindən belə iş yerlərinə tələbat minimaldır. Bununla əlaqədar olaraq, iqtisadçılar inkişaf etmiş ölkələrdə iki əmək bazarının əsas xarakteristikalarına görə birinə tam zidd olmasalar da, bir-birindən ciddi fərqlənən iki əmək bazarının mövcudluğu konsepsiyasını irəli sürürlər. (iki əmək bazarı konsepsiyası)

Qloballaşma və beynəlxalq əmək miqrasiyası proseslərinin qarşılıqlı təsirini təhlil edərkən, bir qanunauyğunluğun yaranmasını qeyd etmək mümkündür. Əvvəllər zəif inkişaf etmiş bəzi dövlətlərdə beynəlxalq ticarətin intensivləşməsi, daha inkişaf etmiş ölkələrdən iri miqyaslı investisiyalar cəlbi bu ölkələrdən immiqrasiya axınlarının ixtisarı ilə müşayiət olundu. Belə ölkələrdən bəziləri xaricdən miqrant qəbul edən dövlətə çevrildilər. Ən xarakterik nümunələr Cənubi Avropa ölkələri (İspaniya, Portuqaliya, Yunanıstan, müəyyən dərəcə İtaliya) və Şərqi, Cənubi-Şərqi Asiya ölkələridir. Belə ki, Cənubi Koreya, Sinqapur, Tayvan, Malayziya, Tailand əvvəlcə miqrantların aktiv donorları olsalar da, 1990-cı illərdən etibarən bu ölkələrdən emiqrasiyanın azalması müşahidə edilir. Məsələn, 1960-70-ci illərdə Cənubi Koreyadan xaricə – müvəqqəti iş tapmağa 2 mln. adam getmişdi. İllik emiqrasiya öz pikinə (400 min nəfərə yaxın) 1982-ci ildə çatdı, sonra isə kəskin azalmağa başladı.(1990-cı ildə emiqrasiya artıq 100 min nəfərdən yuxarı deyildi) Şərqi və Cənubi-Şərqi Asiyanın yeni sənaye ölkələrindən əvvəllər xaricə işləməyə getmiş vətəndaşların geri qayıtması prosesi də nəzərə çarpır və bu proses Malayziya, Sinqapur, Tayvan, Cənubi Koreyadan olan

keçmiş miqrantları əhatə edir. Bundan başqa, yuxarıda adları çəkilən ölkələr xaricdən əhali cəlb etməyə – həm də çox böyük məshtablarda cəlb etməyə başlayıblar. Malayziya və Tailand əmək resurslarının çatışmazlığını həll etmək üçün xüsusi olaraq, immiqasiyanı həvəsləndirməyə məcbur qalıblar. İllik emiqrasiyanın gələcək ixtisarı meylinə malik Malayziyada artıq 1 mln. nəfərdən çox xarici yaşayır. Xaricilər əsasən İndoneziyalılardır və onlar ölkə əhalisinin 6%-ni, iş qüvvəsinin 14%-ni təşkil edirlər. Sinqapurda xaricilər 300 min nəfərdən çoxdurlar və onların əhali sayındakı payı təxminən 10%-dir.¹

Belə bir hadisə tamamilə izah olunandır: miqrasiyanın əsas motivlərindən biri əməyin ödənilməsi və əmək şəraiti səviyyələri arasındakı fərqlər, əmək fəaliyyətinin perspektividir və bu cəhətlər də ilk növbədə ölkənin iqtisadi inkişaf səviyyəsi ilə müəyyənləşir. Qeyd edilən ölkələrin ticarətinin intensivləşdirilməsi yolu ilə qlobal iqtisadi sistemə cəlbi onların inkişaf səviyyəsinin yüksəlməsinə və miqrasiyaya stimulların ixtisarına yardım etdi. Bu faktlarla birgə aydındır ki, yalnız müəyyən ölkə ilə miqrantları cəlb edən ölkələr arasındakı inkişaf fərqlərinin ixtisarındakı ciddi tərəqqi donor – ölkələrin əmək qabiliyyətli əhalisinin miqrasiya cəhdlərinin qarşısını ala bilər. Amma məlumdur ki, «üçüncü dünya» ölkələrinin əksəriyyətində (həm də keçmiş «ikinci» ölkələrdə) inkişaf etmiş ölkələrin rifah səviyyəsi ilə fərqlər əhəmiyyətli olaraq qalır. (Məsələn, Cənubi və Şimali Avropa ölkələri arasındakı fərqlər 1970-80-ci illərdə ciddi yüksəlib) və bu fərqlərin sürətli ixtisarı baş vermir.

¹ За справедливый подход к трудящимся – мигрантом в глобальной экономике. Доклад 114.Международная конференция труда 2004. международная организация труда. Женева 2004. ст 32-33,45. М.Х.Т. Современные тенденции международноц трудовой миграции. <http://www.rantel.ru>

Tez-tez qloballaşma ilə sıx qarşılıqlı əlaqəli proses kimi xarakterizə olunan müasir informasiya texnologiyalarının inkişafı əmək miqراسiyasının prinsipial yeni formasının təşəkkülünə səbəb olub.

Yüksək ixtisaslı işçi öz ölkəsində xidmətlərini – əsasən zehni əmək (intellektual) xidmətlərini xaricdəki işə götürənə satır və bu zaman əlaqələr dünya kompüter şəbəkəsi – İnternetlə reallaşır. Bir sıra ölkələrin (Hindistan, İsrail, Rusiya) iqtisadiyyatında ofşor proqramlaşma adlanan və iri xarici kompüter firmasının sifarişləri və rəhbərliyi proqram məhsulları yaradılan bütöv bir sektor belə formalaşmış. Hindli proqramistlər, arxitektörlər və mühəndislər öz ölkələrini tərk etmədən internetlə ABŞ-dan aldıkları sifarişləri yerinə yetirirlər. ABŞ-ın bəzi maliyyə kompaniyaları bir çox əziyyətli əməliyyatların yerinə yetirilməsi üçün outsorsinqdən (xidmətlərin kənar kompaniya tərəfindən yerinə yetirilməsindən) (kompüterin verilənlər bazasına informasiyaların daxil edilməsi, müştərilərə informasiya yollanılması) istifadə edirlər və bu zaman Karib hövzəsi ölkələrindəki mütəxəssislər işə cəlb olunur.

4.4. MİLLİ ƏMƏK BAZARLARININ TƏŞKİLİ VƏ TƏNZİMLƏNMƏSİ PRİNSİPLƏRİNİN YAXINLAŞMASI. BEYNƏLXALQ TƏŞKİLATLAR VƏ İNTEQRASIYA BİRLİKLƏRİNİN ROLU

Məşğulluq sferasında qloballaşma proseslərinin təzahürlərindən birini də milli əmək bazarlarının təşkili və tənzimlənməsi prinsiplərinin yaxınlaşması, Dünya Birliyinin dərk olunmuş söyləri ilə hamı tərəfindən tanınan **minimal əmək normaları və standartlarının** formalaşmasına meyill hesab etmək mümkündür. Bəlli olduğu kimi 1919-cu ildə fəaliyyətə başlayan Beynəlxalq Əmək Təşkilatının təsiri ilə

minimal əmək norma və standartlarının gözlənilməsini reqlamentləşdirən konvensiya – BƏT-in konvensiyası əksər ölkələr tərəfindən ratifikasiya edilib.

Məcburi əməyin qadağan olunması, əməyin təhlükəsizlik normalarına əməl edilməsi, məşğulluğa yardım, əmək sferasında imkanlar bərabərliyi və diskriminasiyanın yolverilməzliyi, iş vaxtının davamiyyətinə məhdudiyyətlər, əhalinin bir sıra kateqoriyalarının (qadın, uzaq) müəyyən işlərdə məşğulluğu və s. Konvensiyani ratifikasiya edən ölkə uyğun normaların icrası üzrə öhdəliklər götürür. BƏT-in təşkilindən bəri 180 belə konvensiya qəbul edilib. Ancaq əmək standartlarının unifikasiyası tendensiyasını hərfi mənada – müxtəlif ölkələrdə əməyin ödənilməsi və əmək şəraiti səviyyələrinin bərabərləşdirilməsi mənasında qəbul etmək olmaz. Məsələn burasındadır ki, beynəlxalq təşkilatlar (BƏT və ÜTT) çərçivəsində bu məsələnin müzakirəsi zamanı müxtəlif yanaşmalar – inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələr tərəfindən təqdim olunan yanaşmalar toqquşur.

Belə ki, hələ 1996-cı ildə, Sinqapurda ÜTT Nazirlər Konfransının yekun bəyanatında konstataşya edilmişdi ki, təşkilatın iştirakçı – ölkələri «əmək sahəsində beynəlxalq aləm tərəfindən qəbul edilən əsas beynəlxalq normalara tərəfdar olduqlarını» təsdiq edirlər. Ancaq artıq 1999-cü ildə – Sietldəki (ABŞ) Nazirlər Konfransında bu məsələ ilə bağlı inkişaf etmiş etməkdə olan ölkələr arasında ciddi ziddiyyətlər üzə çıxdı. «III dünya ölkələri» çoxtərəfli ticarət danışıqlarının yeni raundunun gündəliyinə əmək standartlarının reqlamentləşdirilməsi (nizamlaşdırılmasının) salınmasının əleyhinə çıxdılar. (əməyin ödənilməsinin minimal səviyyəsinin və iş vaxtının maksimal həddinin müəyyənəlməsi, uşaq əməyindən istifadə və s.) İnkişaf etmiş ölkələrdəki kifayət qədər yüksək əmək standartlarını təmin etməyə qabil olmayan ölkələr (inkişaf etməkdə olan ölkələrin əksəriyyəti) belə təklifləri məhsullarının dünya bazarına çıxışını məhdudlaşdırmaq, onların iqtisadi-siyasi təcridi məqsədlə manilər yaratmaq cəhdi kimi şərh etdilər.

Burada qeyd etmək gərəkdir ki, belə bir mövqe bütövlükdə beynəlxalq ticarət haqqındakı nəzəri təsəvvürlərə də uyğundur. Belə ki, beynəlxalq ticarətin Rikardo modeli – qeyri-məhdud miqdarda məhsulların ticarətini nəzərdə tutan model çərçivəsində təhlillərlə göstərmək mümkündür ki, az inkişaf etmiş ölkənin müəyyən məhsul üzrə müqayisəli üstünlüyü yalnız bu məhsul istehsal edilən sektorda əmək haqlarının səviyyəsi əmək məhsuldarlığının səviyyəsindən nisbi (inkişaf etmiş ölkələrə nisbətən – təs) yüksək olmayanda formalaşır. Deməli, bu ölkələrdə əmək haqlarının artım səviyyəsi əmək məhsuldarlığı artım templərini örtməməlidir.

BƏT çərçivəsindəki diskussiyalar bu problemin aşağıdakı aspektləri üzrə razılaşmalarla nəticələndi: inkişaf etmiş ölkələrdə aşağı əmək haqları və işçilərin sosial müdafiə səviyyəsi ilə əlaqəli müqayisəli üstünlüyü bu ölkələrin iqtisadiyyatının inkişafına yardım edirsə və beynəlxalq kommersiya strategiyası kimi süni sürətdə müdafiə olunmursa, bu müvəqqəti üstünlükləri legitim saymaq mümkündür.

Hazırda beynəlxalq təşkilatlar həm də dünyanın müxtəlif ölkələrində miqrasiya siyasətinin hazırlanması və həyata keçirilməsində də iştirak edirlər. Bu təşkilatlar BƏT-lə birgə əhali miqrasiyası sahəsində milli proqramları subsidiyalaşdıran BMT-nin əhali sakinliyi komissiyası, Miqrasiya üzrə Beynəlxalq Təşkilatdır (MBT). Qərbi Avropada miqrasiya məsələləri üzrə hökumətlərarası komitə mövcuddur. Avropa ölkələrindəki immiqarsiya assosiasiaları AB komissiyasının miqrant forumunda, həmçinin Avropa komissiya assosiasiyalarının şurasında birləşirlər.

Müasir mərhələdə milli əmək bazarlarının inkişaf aspektlərindən biri də inteqrasiya birlikləri çərçivəsində bu bazarların qarşılıqlı fəaliyyəti və qovuşmaya qədər bir-birinə yaxınlaşmasıdır. Konkret region hüdudlarında təsərrüfat həyatının beynəlmilləşməsi və qloballaşması proseslərinin inkişafının yüksək səviyyəsi kimi qiymətləndirilən beynəlxalq iqtisadi inteqrasiya son dövrlərin xarakterik xüsusiyyətinə

çevrilib. Bununla bağlı qeyd etmək lazımdır ki, integrasiya qruplarının iştirakçı – ölkələrində bu dövlətlərin milli əmək bazarları arasındakı sərhədlərin aradan götürülməsi meylinə bütövlükdə dünya iqtisadiyyatı miqyasındakı belə bir meyldən daha güclü görünür.

Belə ki, integrasiya tipli daha inkişaf etmiş regional təşkilata – Avropa Birliyinə 1990-cı illərdə və XXI əsrin əvvəlində iqtisadi və valyuta ittifaqının formalaşmasındakı heyrətamiz müvəffəqiyyətlərlə birgə birlik daxilində əmək miqrasiyasına qoyulan formal məhdudiyyətləri və inzibati maneələri ləğv etmək nəsisib oldu. Nominal olaraq, vahid əmək bazarı – iştirakçı – ölkələrin milli bazarlarını birləşdirən əmək bazarı yaradıldı. 1968-ci ildən AİB ölkələrinin vətəndaşlarına Birliyin istənilən digər ölkəsində çalışmaq hüquqi verilmişdi, 1993-cü ilin 1 yanvarından isə əmək fəaliyyəti göstərmək məqsədi ilə birliyin istənilən ölkəsinə miqrasiya qarşısındakı son maneələr götürüldü. Bundan başqa, AB-nin əksər ölkələri məşhur Şengen sazişinə uyğun olaraq, əhalinin yerdəyişməsinə daxil sərhəd nəzarətini də ləğv etdilər. (Doğrudur ki, AB-i sərhədləri daxilində əmək resurslarının hərəkətini çətinləşdirən faktorlar milli vergi və pensiya sistemlərindəki fərqlərə, müxtəlif dillərin və mədəni ənənələrin mövcudluğu kimi baxmaq olar).

Eyni zamanda ilk baxışdan parodaksal görünən bir hal mövcuddur: yuxarıda qeyd edilən tədbirlər əhalinin ərəzi mobilliyinə obyektiv olaraq, əlverişli təsir göstərmiş, ancaq son onilliklərdə Avropa Birliyi daxilində region daxili əmək miqrasiyasının ixtisarı qeydə alınıb. Bu parodoksun izahı kifayət qədər sadədir. Bərabərləşdirici mexanizmlərin fəaliyyətinin yardımı ilə (xarici ticarət və Birliyə xarici investisiyaların cəlbinə yardımla, AB-nin struktur fondları xətti üzrə Avropa Birliyinin nisbətən az inkişaf etmiş ölkə və regionlarına yardım verilməsilə) Cənubi Avropa ölkələrində – AB birliyi daxilindəki əsas əhali donoru ölkələrində iqtisadi yüksəlişə, əhalinin gəlirlərindəki dövlətarası fərqi azalmaya nail olundu. Belə ki, 1970-80-cı

illərdə Cənubi Avropa ölkələrinə təkcə AB fondları hesabına Birləşmiş Millətə (Məcmu Milli Gəlir) 5%-ə çatmışdı. 1980-ci illərin əvvəllərində Almaniya və Fransa kimi ölkələrlə qismən az inkişaf etmiş İspaniya, Portuqaliya, Yunanıstan arasında əhalinin hər nəfərinə düşən gəlirlərin nisbəti 7:1 bərabər idi, 1990-cı illərin əvvəllərində bu fərqləri 4:1-ə qədər ixtisar etmək mümkün oldu. Nəticədə təkcə Cənubi Avropa ölkələrində emiqrasiya azalmadı, həm də rəqib – ölkələrdən geri qayıtma immiqrasiyası qeydə alındı. İndi AB ölkələri arasındakı illik miqrasiya əhalinin 0,12% həddini aşmır.

ABŞ, Kanada və Meksikanı birləşdirən (Meksika tipik miqrant donoru ölkəsi, ABŞ və Kanada tipik rəqib-ölkələrdir) NAFTA azad ticarət zonasında əmək resurslarının miqrasiya sərbəstliyi Avropa Birləşməsindən olduqca aşağıdır. Bağlanmış sazişlər Meksika ilə ABŞ və Kanada arasında miqrantların ayrı-ayrı qruplarının (biznesmen, investor, peşəkar-yüksək ixtisaslı işçilər) və transmilli korporasiyaların işçilərinin hərəkət sərbəstliyini nəzərdə tutur. Məsələn, Meksikadan yüksək ixtisaslı mütəxəssislərin ABŞ-a maniesiz daxil olmasına illik limit 5500 nəfər nəzərdə tutulub.

Yoxlama suallar

1. Qloballaşma proseslərinin əmək bazarlarına təsirinin əsas istiqamətləri hansılardır?

2. Ölkənin iqtisadiyyatının beynəlxalq ticarət üçün açılması prosesinin məşğulluğa təsir effektləri hansılardır? Beynəlxalq milli əmək bazarları üçün hansı risklər ticarətin liberallaşma meyli ilə bağlıdır?

Sizcə, bu riskləri necə minimallaşdırmaq olar?

3. Xarici investisiya qoyuluşlarının bu investisiyaları qəbul edən ölkələrin əmək bazarına hansı təsirləri vardır? Milli əmək bazarlarına münasibətdə xarici investisiyaların müxtəlif formalarının nisbi üstünlükləri nədən ibarətdir?

4. Beynəlxalq əmək miqrasiyasının iqtisadi effektləri modelinə uyğun olaraq, emiqrasiya və immiqrasiya ölkələri arasında faydalar və itkilər necə paylanır?

5. Beynəlxalq əmək miqrasiyasının müasir forma və miqyasları hansılardır? Emiqrasiya və immiqrasiyanın əsas mərkəzlərinin adını göstərin.

6. Milli əmək bazarlarının təşkili və tənzimlənməsi prinsiplərinin yaxınlaşması hansı faktorların təsiri ilə və necə baş verir? Bu prosesdə beynəlxalq təşkilatların rolu nədən bərabərdir?

Fəsil V

DÜNYA İQTİSADİYYATINDA REGIONLAŞMA PROSESLƏRİ

5.1. REGIONLAŞMANIN MÜASİR MƏRHƏLƏSİNİN MAHIYYƏTİ, İLKİN ŞƏRTLƏRİ VƏ SPESİFİK XÜSUSİLİYİ

Regionlaşma və regionalizm – olduqca maraqlı və bununla birgə kifayət qədər mürəkkəb – çoxsaylı aspektlərə malik bir hadisədir. Buna görə də regionlaşma anlayışının universal bir şərhinin olmaması təəcəüblü deyil. Ancaq bu hadisənin mahiyyətinin dərk üçün yəqin ki, öncə regionun özünün olması barədə təsəvvürləri nəzərdən keçirmək zəruridir.

Bütöv bir geosiyasi zonaya – dəqiqi, bir sıra parametrlərə görə digər ölkələrdən daha çox bir-birilə bağlı olan ölkələr qrupuna münasibətdə bu terminin geo və xarici siyasət izahları mövcuddur. Region qeyri-dəqiq sərhədli xüsusi bir mikrokosm kimi – əhalisi xüsusi mentaliteti malik bir mikrokosm kimi anlaşılanda, bu terminin fəlsəfi – mədəni şərhə mükündür. Fiziki mühitin eyniyyətini əsas götürüb, regiona coğrafi yanaşmaq da olar. Nəhayət, regionun inzibati – hüquqi şərhə də mövcuddur: bu halda region inzibati – ərazi vahidi kimi çıxış edir. Bu şərhərdən hər birində «regionlaşma» anlayışının tərkib elementlərindən biri qeyd edilir və təbii ki, «regionalizm» sözü bu şərhərdə müxtəlif cür dərk olunur. Aydındır ki, regionalizmin siyasət

kursu və hətta siyasət kurslarının məcmusu kimi, dövlət müdaxiləsi ideologiyası kimi və dövlətlərin iqtisadi-siyasi əməkdaşlığı kimi – regional ittifaqlar, yaxud qruplar formalaşdırmaqla yaradılan iqtisadi-siyasi əməkdaşlıq kimi şərhlərini fərqləndirmək gərəkdir. 1970-ci illərdən başlayaraq, regionalizm regionların sosial-siyasi hərəkəti kimi də – regionların siyasət, iqtisadiyyat və mədəniyyət sahəsindəki hüquqlarının genişlənməsinə istiqamətlənən hərəkət kimi də dərk olunur. Bu halda əks-mərkəzləşmə – səlahiyyətlərinin, ilk öncə iqtisadi səlahiyyətlərin milli səviyyədə regional səviyyəyə verilməsi ilə xarakterizə olunan əks-mərkəzləşmə regionalizmin təcəssümü kimi çıxış edir. Regionalizm bir yanaşma da – «passiv» kimi şərh olunan yanaşma da mövcuddur. Bu yanaşmada regionalizm regional landşafların sərvəti, siyasi mədəniyyətlərin və regionların həyatının müxtəlifliyi kimi şərh edilir.

Regionalizmi heç bir halda separatizmlə qarışdırmaq olmaz. Çünki, separatizm özündə destruktiv potensial daşıyır, regionalizm isə neytraldır və ölkənin ərazi bütövlüyünün itirilməsinə cəhd etmir. «Fəal» regionalizm müasir cəmiyyətin ərazi bölgüsündən – fəvqəlmilli və ya subregional səviyyədəki ərazi bölgüsündən irəli gələn imkan və üstünlüklərdən praktik istifadəyə yönəlib. Bundan başqa, regionalizm hakimiyyət səlahiyyətləri və istehsal resurslarının müxtəlif region və əhali qrupları arasında daha səmərəli bölgüsünə şərait yaradır.

Bununla əlaqədar olaraq müasir dünyada regionlaşmanın əsas faktorlarını göstərək. Bu faktorlara aşağıdakılar aiddir:

1) Qlobal proseslər. İndi dünya inkişafının qlobal və regional tərkib elementləri arasındakı nisbət dəyişir. Əvvəllər qlobal proseslər regional problemləri pərdələyirdi, indi isə regionalizm beynəlxalq iqtisadi və siyasi münasibətlər sisteminin vəziyyətinə daha hiss edilən təsir göstərir;

2) Geosiyasi faktorlar. Bu faktorlara geosiyasi regionun coğrafi vəziyyəti, bu regionun malik olduğu təbii və

İqlim resurslarının spektri və bu resursların yerləşməsi, regionun ifrastruktur sistemi, tarixi və s. aiddir.

3) İqtisadi faktorlar. Sərhədyanı iqtisadi əməkdaşlıq sərhədin müxtəlif tərəflərində yerləşən ölkələrin də, regionların da yaxınlaşmasında əhəmiyyətli rol oynayır.

4) Mədəni – dini faktorlar. Bu mənada böyük regionun mədəni-dini eyniliyi – regionun konsolidasiyasına əlavə bir vasitə olan eynilik, yaxud regionun müxtəlif ölkələrinin bu regiondan kənarında yerləşən dini icmaya yaxınlığı xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

5) Ənənəvi institutun – milli suveren dövlət institutunun, köhnəlmiş və müasir reallıqlara uyğun gəlməyən institutun böhranı. İndiki mövcud meyllərin qalacağı halda (doğrudur, yaxın zamanlarda gözlənilmir) ənənəvi milli dövlət öz yerini bir tərəfdən regionlara, digər tərəfdən – fəvqəl-milli institutlara güzəştə getməklə ləğv olunacaq.

Aydın ki, müasir dünyanın ən xarakterik cəhətləri beynəlmilləşmə, inteqrasiya, regionlaşma və qloballaşma, bu proseslərin zaman və məkanda qarşılıqlı əlaqələri, qarşılıqlı asılılıqlarıdır.

Regionlaşma anlayışına dövlətlərarası inteqrasiyanın hər hansı bir forması kimi baxmaq, bu prosesin genezisini izləyəkdir. Dünya iqtisadiyyatının qloballaşması kontekstində regionlaşmanın müasir mərhələsinin spesifikasiyasını və hərəkət verici qüvvələrini, regionlaşmanın ilkin şərtlərini aydınlaşdırmaq.

Beynəlmilləşmə kapitalizm və dünya bazarının yaranması ilə təşəkkül tapıb və XVIII əsrdən başlayaraq, tədqiq olunub. XX əsrin ortalarına kimi bu prosesin əsas subyektləri dövlət və müəssisələr idi, XX əsrin ortalarından isə transmilli korporasiyalar, transmilli banklar, dövlət, beynəlxalq təşkilatlar və Dünya Maliyyə Mərkəzləri (DMM) bu prosesin əsas iştirakçıları kimi çıxış edirlər. Beynəlmilləşmə prosesi iqtisadi inkişafın mikro və makro səviyyələrini əhatə edir.

Təsərrüfat həyatının beynəlmilləşməsi ilk olaraq,

mübadilə sferasına təsir göstərdi və bu təsir beynəlxalq ticarətin təşəkkülə, beynəlxalq ticarətin dünya ticarətinə çevrilməsi ilə əlaqəli idi. Bu gün isə Beynəlxalq İqtisadi Münasibətlər (BİM) sstemində aparıcı mövqeləri kapitalların beynəlxalq hərəkəti tutur və bu hərəkət dünya ticarətinə stimullaşdırıcı təsir göstərir. Bu BİM-in ağırlıq mərkəzinin istehsal və elmi-texniki fəaliyyət sahəsinə keçməsi üçün real ilkin şərtədir və belə bir cəhət də beynəlxalq iqtisadi inteqrasiyanın dünya təsərrüfat münasibətlərinin – təsərrüfat həyatının beynəlmilləşməsi mərhələsinə – yeni mərhələsinə keçidi deməkdir.

İstehsal və kapitalın inteqrasiyasının iqtisadi şərtləri – müxtəlif ölkələrin iqtisadiyyatını həqiqətən yaxınlaşdırən şərtlər milli dövlətlərin mövcudluğu ilə ziddiyyətdədir. Belə ziddiyyətlər ona görə baş verir ki, müasir məhsuldar qüvvələrin inkişaf tələbatları ayrı-ayrı ölkələrin hüdudlarına sığmır və iqtisadi tənzimlənmənin milli formalarından ölkələrarası, hətta fəvqəlmilli formalarına keçidi tələb edir. Ölkələr bu məsələni beynəlxalq iqtisadi inteqrasiya yolu ilə – məramı təsərrüfat həyatının beynəlmilləşməsi və milli dövlətlərin məhdud çərçivələri arasındakı ziddiyyətlərin həlli olan inteqrasiyanın köməyi ilə tənzimləməyə çalışırlar. İstehsalın və kapitalın beynəlmilləşməsi hərtərəfli xarakter daşısa da, ölkələr arasındakı kəskin ziddiyyətlərə görə beynəlxalq inteqrasiya regional hüdudlarla məhdudlaşır.

Elmi ədəbiyyatda «beynəlxalq inteqrasiya» anlayışının məzmununu ilə əlaqədar iki nöqtəyi-nəzər liberal və dirijist baxışlar mövcuddur.

Liberal konsepsiyanın tərəfdarı inteqrasiyaya bazarların qovuşması, bir-brini tamamlayan iqtisadiyyatlarda qiymətlərin sərbəstliyinin və rəqabətin təmin olunması kimi baxırlar.

Dirijist məktəbi azad rəqabəti və bazar münasibətlərini inteqrasiya üçün yetərli hesab etmir və nəzərdə tutur ki, təsərrüfatın strukturuna dövlət və fəvqəlmilli müdaxilələr zərurətdir.

Praktika göstərir ki, inteqrasiya ikinci yol üzrə gedir. İqtisadi siyasət sahəsində koordinasiya elementləri dönməz reallıqdır.

Beynəlxalq İqtisadi İnteqrasiya (Bİİ) – təsərrüfat həyatının beynəlmilləlləşməsinin ali səviyyəsidir. Bu prosesi inteqrasiya olunan ölkələrin daxili (o cümlədən, struktur, pul-kredit, enerji, nəqliyyat, sosial və s.) və xarici iqtisadi siyasətlərinin sıx koordinasiyası – fəvqəlmilli tənzimləmə, milli məhsul, xidmət, kapital və iş qüvvəsi bazarlarının birləşməsi, eyni valyuta-maliyyə və hüquq sistemli vahid sosial-iqtisadi strukturun formalaşması elementləri ilə reallaşan koordinasiyası xarakterizə edir.

Hazırda yalnız dünyanın ən inkişaf etmiş regionlarında belə bir səviyyəyə çatmaq mümkündür və ardıcıl olaraq, beynəlxalq iqtisad inteqrasiyanın belə bir səviyyəsi regional çərçivələrlə məhdudlaşır. Regional iqtisadi inteqrasiya ölkənin və bütöv regionun dünya iqtisadiyyatına real inteqrasiyasına çıxış nöqtəsi olaraq, dünya iqtisadiyyatının qloballaşması prosesinin dərinləşməsinə ilkin şərtləri formalaşdırır.

Dövlətlərarası iqtisadi inteqrasiyanın müasir mərhələsi açıq regionalizm formulu ilə müəyyənləşir. Bu formulun məqsədi qapalı ticarət ittifaqlarının yaradılması və fəaliyyəti deyil. Məqsəd qarşılıqlı ticarət sferasının genişlənməsi, kapitalların, resursların və iş qüvvəsinin sərbəst hərəkəti məhdudlaşdıran maneələrin götürülməsidir. Söhbət təkcə ayrıca bir inteqrasiya ittifaqı çərçivəsindəki kooperasiya sərbəstliyindən getmir. Açıq reonallizmin mənası mövcud regional və subregional qruplar çərçivəsində əməkdaşlığın dərinləşməsi ilə məhdudlaşmır. Açıq regionalizm müxtəlif inteqrasiya ittifaqları arasında qarşılıqlı-faydalı əməkdaşlığın genişlənməsini də nəzərdə tutur.

Dünya təcrübəsi göstərir ki, iştirakçı – ölkələrin texniki - iqtisadi və sosial inkişaf səviyyəsi eyni və yüksəkdirsə, bu ölkələrin iqtisadi və siyasi quruluşunda, onların iqtisadi və geosiyasi məqsəd və maraqlarında oxşarlıq çoxdursa,

regional inteqrasiyanın nəticələri də daha effektiv olur. Bu şəraitdə inteqrasiya prosesləri daha dinamik inkişaf edir, iqtisadi və hüquqi normaların, həmçinin qarşılıqlı fəaliyyətin siyasi şərtlərinin unifikasiyasına (bərabərləşməsinə) tez nail olunur. İnteqrasiya proseslərinin effektivliyinin vacib şərtlərinə ölkə və xalqların bir-birini qarşılıqlı cəlb etməsinin sivilizasiya faktorları həmçinin inteqrasiya olunan ölkələrin bir-birinə qarşılıqlı inamının zəruri səviyyəsi aiddir. Müasir dünyadakı regional iqtisadi inteqrasiya praktikası göstərir ki, inteqrasiya olunan ölkələrin eyni və ya müqayisə edilən (oxşar) sivilizasiya tiplərinə (o cümlədən, eyni dinə) mənsub olması bu prosesin dinamikasına müsbət təsir edir və regional birlik çərçivəsində nəinki keyfiyyətə yeni vahid iqtisadi məkanın, həm də humanitar məkanın formalaşması üçün əsas yaranır.¹ Mikrosəviyyədə qarşılıqlı təsərrüfat fəaliyyətinin intensivləşdirilməsini şərtləndirən siyasi-hüquqi formalar inteqrasiyanı stimullaşdıran vasitələrdir.

İnteqrasiyanın ilkin şərtlərinə münasibətə bir neçə rəy mövcuddur.

Ənənəvi nəzəriyyədə yalnız iqtisadi şərtlər – gömrük ittifaqı çərçivəsində yaradılan şərtlər sadalanır (ticarət manioələrini ləğvi, koordinasiya edən rəqlament və s.).

Bu yanaşmaya görə inteqrasiya blokunun iştirakçıları öz ölkələri daxilində xaricdəki analoji məhsullardan baha başa gələn məhsullar istehsalını aradan qaldırırlar və üçüncü ölkədən ixracla əvəzləyirlər. Birləşmə çərçivələrindəki yeni məhsul axınları ilə istehsal artımı, rifah və beynəlxalq ixtisalaşmanın dərinləşməsi mövcudlaşır. (trade creation¹) Ayrılıqda hər bir ölkədə fayda əldə edir. Ancaq qeyd edilən nəzəriyyənin zəifliyi bunda bir ki, praktikada bir çox hallarda «inteqrasiya olunmayan ölkələr» xarici ticarət siyasətini liberallaşdıraraq – məsələn, öz baxışlarına uyğun

¹ Европейская интеграция. Большая гуманистическая Европа и культура. (под.ред. Л.И.Глухарева. М.УРСЕ. 1998.

ticarətin diversifikasiyasını (trade diversion) tənzimləyərək, daha böyük nəticələr əldə edirlər.

Ənənəvi nəzəriyyədə istehsalın beynəlxalq təmərküzləşməsinin inkişafı gedişində təşəkkül tapan faktorlar – milli iqtisadiyyatın fəaliyyətinin effektivliyinin yüksəldilməsi ilə əlaqəli faktorlar da göstərilir. Bu faktorlara aşağıdakılar aiddir:

1) Vahid iqtisadi məkan daxilində ölkələrarası rəqabətin güclənməsi və bunun nəticəsi kimi istehsalın effektivliyinin yüksəlməsi.

2) Ölkələrin regional iqtisadi birləşməsi qarşılıqlı ticarət üçün daha stabil və proqnozlaşdırılan vəziyyət yaratmağa imkan verir.

3) İnteqrasiya blokları Ümumdünya Ticarət Təşkilatı üzrə – daha böyük gücə çevrilən təşkilat üzrə danışıqlar çərçivəsində ölkələrin razılaşdırılmış mövqelərini möhkəmləndirir.

4) Masştab qənaətinin üstünlüklərindən (xüsusilə, satış bazarlarının genişlənməsi, ticarət xərclərinin ixtisarı və başqa ticarət güzəştlərindən) istifadə imkanları yaranır.

5) İnteqrasiya adətən xarici investisiyalar cəlbinə səbəb olur. Çünki, inteqrasiya birliklərinə daxil olmayan ölkələrin korporasiyaları inteqrasiya ölkələri daxilində – ümumi gömrük maniesi ilə bağlanan region daxilində müəssisə yaratmaqla, bazarın müəyyən segmentini özləri üçün qorumağa cəhd edirlər.

6) Daha əlverişli xarici siyasət mühiti formalaşır. Başqa müasir məktəblər ya ölkələrin «məhdudiyət faktorunu» (təbii ehtiyatlar, xammal və s.) dəf etməsi cəhdlərini, ya da Bİİ-in texnoloji faktorunun xüsusi əhəmiyyətini – inteqrasiyanın ETT-yə xərclərini azaltmağa imkan yaratmasını vurğulayırlar.

7) İnteqrasiya faktorları sırasında nümayiş effektinin də adı çəkilir.

Regional iqtisadi inteqrasiya – qloballaşmanın əsas tərkib və formalaşdırıcı elementidir, ancaq bununla birgə qloballaşma inteqrasiya proseslərinin mexaniki məcmusu

deyil. Müasir mərhələdə dünya iqtisadiyyatının qloballaşması və regional iqtisadi inteqrasiya eyni bir prosesə – təsərrüfat həyatının beynəlmilləlləşməsinə əsaslanmalar da identik anlayışlar deyil. Qloballaşma və regional iqtisadi inteqrasiya beynəlmilləlləşmənin yeni keyfiyyətini əks etdirirlər. Ancaq qloballaşma beynəlmilləlləşmənin ənənə inkişafının yüksək pilləsi kimi yeni keyfiyyətini əks etdirir, inteqrasiya isə beynəlmilləlləşmənin dərinə inkişafının ən yüksək pilləsidir. Son vaxtlar regional inteqrasiya qloballaşma kontekstində nəzərdən keçirilir. Müasir dünya iqtisadiyyatının inkişafının bu iki başlıca meyilləri mürəkkəb, çoxmənalı, ziddiyyətli qarşılıqlı fəaliyyətdədirlər. Bir tərəfdən iqtisadi fəaliyyətin qloballaşmasının sürətli prosesi, digər tərəfdən regional və subregional inteqrasiyanın artımı qeyd olunur.

Dövlətlərin qloballaşma şəraitində kəskinləşən rəqabətə müdafiə cavabı kimi nəzərdə tutulan regional inteqrasiya proseslərini bir sıra iqtisadi və siyasi faktorlar sürətləndirir. Bu faktorlara qeyd edilənlər aiddir: çoxlu ölkələrin iqtisadiyyatının açıqlığı; ölkələrin dünya böhran textonikalarından iqtisadi və maliyyə asılılığının güclənməsi; müxtəlif ölkələrin məzmunca fərqli milli-dövlət maraqlarının beynəlxalq tənzimləmə və uzlaşdırma sisteminin olmaması; «soyuq müharibənin» sona çatması; dünya düzəndə «amerikan mərkəzi» sisteminin zorla yeridilməsi metodu və iqtisadiyyatın, beynəlxalq iqtisadi əlaqələrin liberallaşdırılmasının unifikasiya olunmuş normaları.

Regional iqtisadi blokların möhkəmlənməsi və yeni nəhəng inteqrasiya ittifaqlarının – iqtisadi qloballaşmanın kollektiv subyekt kimi qiymətləndirilə bilən ittifaqların yaranması müşahidə olunur. Məsələn, Şimali Amerika Azad Ticarət Zonası (NAFTA) – ABŞ, Kanada, Meksikanı birləşdirən, böyük ərazi və iqtisadi potensiala, 370 mln. əhaliyə malik region; Cənubi Amerika ümumi bazarı MERKOSUR (Braziliya, Argentina, Paraqvay, Uruqvay) – Qərbi yarımkürəsində ŞAATZ-dan sonrakı ən böyük qrup

ABŞ-ın təşəbbüsü ilə Qərbi yarımkürəsinin 34 dövləti (Kuba istisna olmaqla) 850 mln. əhaliyə malik və ÜDM istehsalı 9 trln. dollar təşkil edən ərazidə Panamerikan Azad ticarət zonası yaratmağı planlaşdırırlar. Asiya – Sakit Okean regionunda əsas institutional dövlətlərarası struktur – Asiya – Sakit Okean İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatı (ASIƏT) 21 dövləti (o cümlədən, ABŞ, Yaponiya, Rusiya, ÇXR) birləşdirir və dünya ÜDM-nin 55%-i, dünya ticarətinin 44%-i bu dövlətlərin payına düşür. İnteqrasiya ittifaqı yaradan subyektlərin – dövlətlərin müəyyən mobilliyini, bir dövlətin eyni zamanda bir neçə regional birlikdə iştirakını da qeyd etmək vacibdir. Qlobal iqtisadiyyat faktik olaraq, təkcə dövlətlərarası ticarət-iqtisadi bloklara – rəqabətə və iriləşməyə cəhd edən bloklara bölünməyib. Qlobal iqtisadiyyat həm də regional iqtisadi inteqrasiya ilə sıx qarşılıqlı əlaqələrdədir. Çünki, inteqrasiya ittifaqlarının qarşılıqlı fəaliyyətinin və transmilliləşmə prosesini kollektiv idarəetmənin təşkilindən asılı olaraq, beynəlxalq inteqrasiya dünya iqtisadiyyatının qloballaşmasını sürətləndirir və ya tormozlaya bilər.

Beləliklə, müasir dünya iqtisadiyyatının inkişafı iki başlıca meyillə müəyyənləşir: iqtisadi fəaliyyətin qloballaşmasının sürətlənməsi və subregional, regional inteqrasiyanın artımı. Bu iki fenomen beynəlxalq iqtisadiyyat üçün yeni olmasa da, son onilliklərdə bu proseslərin gedişi və sferası yeni məzmun elementlərinə yiyələnib. Bu elementlərdən biri də «yeni regionalizm»dir və aşağıdakı xüsusiyyətlərə malikdir:

- Regional sazişlər artan sayda ölkələri əhatə edir və Avropa Birliyinin (AB)-nin genişlənmə tendensiyası, ŞAATZ-ın Latın Amerikasına yayılması bu cəhəti təsdiq edir. Asiyada ASIƏT artıq 21 ölkəni birləşdirir və bu təşkilata birləşməni arzu edənlərin sayı artır. «Meqaregionalizm» erasının gəlib çatdığını iddia etmək olar;
- İndi inteqrasiya sazişlərində əhəmiyyətli rolunu dünya

iqtisadi mərkəzləri – əvvəllər bu sazişlərdə ümumiyyətlə, iştirak etməyən və qloballaşmaya üstünlük verən mərkəzlər oynayırlar.

➤ Müasir regional birliklər inkişaf etmiş, inkişaf etməkdə olan və keçid iqtisadiyyatı ölkələrini birləşdirirlər. Məsələn, ŞAATZ ABŞ, Kanada və Meksikanı, ASIƏT – inkişaf edən, yeni sənaye və inkişaf etməkdə olan ölkələri birləşdirir. AB 2004-cü ilə qədər, ŞAATZ və ASIƏT-lə müqayisədə daha yekcins idi, ancaq Birliyin genişlənməsi ilə bu təşkilatda da müxtəliflik güclənir. Aydındır ki, yeni regionalizm əvvəllər konfranstasiyada olan Şimal və Cənub arasındakı münasibətlərin dəyişməsinə də əks etdirir. Regional əməkdaşlığın yeni modeli iqtisadiyyatları böyük differensasiya olunmuş, fərqli ənənələrə və inkişaf modellərinə malik ölkələrin iqtisadi inteqrasiyası üçün imkanlar yaradır.

➤ Əvvəlki kimi regional sazişlərin məqsədlərindən biri iştirakçıları öz aralarında ticarətə həvəsləndirməkdir, ancaq indi iştirakçı ölkələr başqa regionlarla əlaqələrə daha böyük diqqət yetirirlər. Xarakterik olan həm də budur ki, xarici aləmlə əlaqələrin möhkəmlənməsi regional həmrəyliyi nəinki zəiflədir, hətta gücləndirir.

➤ Regionalizm daha çox dövlətlər arasındakı münasibətlərə əsaslanır və sazişin iştirakçısı olan hər bir ölkənin bütövlükdə iqtisadiyyatını əhatə edir. Son dövrlər icmaların – «Təbii İqtisadi Zona» (TİZ) adlandırılan bilən birliklərin formalaşması baş verir. Malayziyanın Cənubunu, Sinqapur, İndoneziyanın Riay əyalətini birləşdirən ərazini – artım üçbucağı adlandırılan ərazini nümunə göstərmək olar.

TİZ-lər yanaşı ölkələrin ərazilərindən formalaşsa da, bu birliklər bütöv dövlətlərin iqtisadiyyatının inteqrasiyasına hesablanmır; Belə zonaların yaradılmasına gedən ölkələr iqtisadi inkişafın müxtəlif səviyyələrində olurlar. Bu zaman onlar region hüdudlarında kənara ixracı təmin etmək

məqsədi güdürlər. Zonalarda iştirak üçün yeganə meyarsa istehsal faktorlarının effektiv birləşməsidir.

Ancaq yeni regionalizmin başlıca atributları geniş format və başqa ölkələr üçün açıqlıq, həmçinin əhatəli qlobal qarşılıqlı əlaqələrə cəhddir. Regionalizm avtarkiyaya təhrik etmir, ancaq qlobal iqtisadiyyatda rəqabət qabiliyyəti yüksəltmək istəyən ölkələrin siyasi və iqtisadi qüdrətini birləşdirir, təmərküzləşdirir. İnteqrasiya qruplarının belə xarakteri dünya ticarətinə təhlükə yaratmır və beynəlxalq azad ticarət sistemini formalaşmasını çətinləşdirmir.

Müxtəlif ölkələrin inteqrasiya birliklərinin açıq xarakteri həm birlik daxilində, həm xaricində və ardıcıl olaraq, qlobal miqyasda ticarət mübadiləsini və xarici investisiya axınlarını təmin etməyə yönəlidir.

İnteqrasiya regionalizmin əsas vəzifəsi texnoloji cəhətdən geri qalmış ölkələrin transformasiyasına və bu ölkələrin rəqabət qabiliyyətinin möhkəmlənməsinə əlverişli şərait yaratmaq, həmçinin bu ölkələrin dünya iqtisadiyyatına inteqrasiyasına imkanlar açmaqdır.

İnkişaf etməkdə olan ölkələr getdikcə daha çox inkişaf etmiş ölkələrlə regional birliklər yaratmağa cəhd edirlər. Bu baxımdan sual yaranır: İnteqrasiyanın bu forması inkişaf etməkdə olan ölkələrin geriliyinin ixtisarını digər bir formadan – inkişaf etməkdə olan ölkələrin özlərinin birliyindən daha yaxşı təmin edirmi? Geriliyin ixtisarı prosesi nəzərdə tutur ki, birlik inkişaf etməkdə olan ölkələrə inkişaf etmiş ölkələrdən daha çox fayda verir. Ancaq müxtəlif nəzəri yanaşmalar bu baxımdan tam əks nəticələrə gəlirlər. Neoklassik istehsal faktorları nəzəriyyəsi inteqrasiya həyata keçirilən regionda konvergeniya prosesinin olacağını iddia edir. Bu nəzəriyyə görə inteqrasiya zamanı inkişaf edən sənaye ölkələrində kapitalın son dərəcə aşağı rentabelliği və əmək məhsuldarlığı son dərəcə yüksək səviyyəsi mövcuddur. Uyğun olaraq, real əmək haqqı kifayət qədər yüksək olur. İnteqrasiyanın iştirakçısı olan nisbətən az inkişaf etmiş ölkələrsə əksinə, kapitalın yüksək rentabelliği, aşağı əmək

haqqı və əmək məhsuldarlığının aşağı səviyyəsi ilə xarakterizə olunurlar. Bu şəraitdə faktorların dinamikası gəliirlərdəki regiondaxili fərqlərin aradan götürülməsinə səbəb olur. Bu nəzəriyyə həm də iddia edir ki, institusional stabillik faktorların mobilliyi və qiymətlərin elastikliyinə neqativ təsir göstərmir. Ancaq belə bir təsirin olmasına nadir hallarda təsadüf edilir.

Neoklassik xarici ticarət və iqtisadi artım nəzəriyyələrində imtina edilsə, inkişaf etmiş sənaye və inkişaf etməkdə olan ölkələrin inteqrasiyasının konvergeniya deyil, disproporsiya artımına səbəb olduğunu göstərən modellər qurmaq mümkündür. Tədqiqatçılar göstəriblər ki, kapital nisbətən az inkişaf etmiş ölkələrdən inkişaf etmiş ölkələrə – isə hərəkət edir və əks hərəkət mövcud deyil. İnteqrasiya prosesi «beyin axınına» və artım potensialının itirilməsinə səbəb olur. Sənaye isə inkişaf etmiş ölkələrlə regional inteqrasiyada iştirak edən inkişaf etməkdə olan dövlətlər bazar islahatlarını həyata keçirmək barədə qeyd-şərtsiz öhdəliklər götürürlər və bu islahatların faydası məsrəflərindən yüksək olmaya da bilər. Bu arqumentlər ilk olaraq, H.Myudalem tərəfindən irəli sürülüb və iqtisadi inkişaf nəzəriyyəsində uzunmüddətli ənənəvi baxışlardan hesab oluna bilər. Ancaq təcrübə göstərir ki, inkişaf etmiş sənaye və inkişaf etməkdə olan ölkələrin regional inteqrasiyasında polyarlaşma prosesi də, konvergeniya prosesi də mümkündür. Təkcə inkişaf etməkdə olan ölkələrin regional birlikləri əsasında geriliyin ixtisarı prosesinin mümkünlüyü az inandırıcıdır.

Bu baxımdan sənaye mərkəzlərinin formalaşması şəraitində inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrin inteqrasiyasının polyarlaşma ilə nəticələnməyi ehtimalının aşağılığını iddia edən baxış xüsusilə maraqlıdır. Bu baxışa görə kiçik ölkələr mərkəzi ölkənin bazarına daxil olmaq üçün öz sənaye və texnoloji siyasətlərini sərbəst müəyyənləşdirə və formal birliklər çərçivəsində güzəştlərə getməkdən azad ola bilərlər.

Elmi ədəbiyyatda iddia olunur ki, sənaye mərkəzlərinin formalaşması yeni regionalizmlə müqayisədə müəyyən üstünlüklərə malikdir. İnkişaf etməkdə olan ölkələrin ənənəvi regional birlikləri iqtisadi artım «müthərrikinə» malik olurlar və onların inteqrasiyasının faydası idxalı əvəztməyə yönəlmiş strategiya daxilində kəmiyyət faktorlarından istifadə ilə məhdudlaşır. Sənaye mərkəzinin yaranmasına səbəb olan iqtisadi inkişaf mərkəzi ölkənin bazarını iqtisadi artımın müthərrikinə çevririr. Bundan başqa təkcə ənənəvi formada kəmiyyət faktorlarından deyil, həm də müxtəlif məhsullar istehsalı üzrə ixtisaslaşmanın üstünlüklərindən də istifadə mümkündür.

Sənaye mərkəzlərinin inkişafı yeni regionalizmdən – inkişaf etmiş sənaye və inkişaf etməkdə olan ölkələrini birləşdirən regionalizmdən həm də ona görə üstündür ki, sənaye mərkəzləri əsasında inteqrasiyasının nəticəsində polyarlaşma ehtimalı azalır.

İqtisadi mərkəzlərin yaranmasının ümumi zəruri ilkin şərtləri regional səviyyədə manilərin aradan götürülməsi və bu prosesin uyğun iqtisadi, siyasi tədbirlərlə dəstəklənməsidir. Bu regionun ölkələrində əmək bölgüsünün birbaşa xarici investisiyaların, inteqrasiyanın dinamikası necə ola bilər? Bu dinamikanı məhsulun istehsal tsikli nəzəriyyəsini (flyinq geese) hipotezi ilə əlaqələndirən modelin köməyi ilə təqdim etmək məqsədəuyğundur. İstehsal tsikli flyinq geese nəzəriyyəsinə görə hər hansı məmulatın faktorları onun «həyat tsikli» müddətində dəyişirlər.

Müxtəlif inkişaf səviyyəsindəki ölkələr müxtəlif (qiymətli) istehsal faktorlarına malik olduqlarından, bu ölkələr hər hansı məhsulun həyat tsiklinin yalnız müəyyən müddətində məsrəflər üzrə müqayisəli üstünlük əldə edirlər. Buna görə də müəyyən məhsulun istehsal yeri həyat tsikli ərzində daha inkişaf etmiş ölkədən az inkişaf etmiş ölkəyə doğru dəyişir və bu yerdəyişmə də hər şeydən öncə Birbaşa Xarici Investisiyalarla (BXİ) əlaqəli olur.

Məhsulun «həyat tsikli» hipotezi istifadə edilən istehsal

faktorlarından çıxış etsə də, flyinq geese hipotezi istehsal prosesində faktorların dəyişməsinə postulatlaşdırır. BXİ ilə birgə idxal olunan texnologiya tədricən qəbul edici ölkə tərəfindən mənimsənilir. Nəticədə idxal edən ölkənin faktor təminatı dəyişir və bu ölkənin inkişaf səviyyəsi yüksəlir. Bu ölkə artıq məmulatları «həyat tsiklinin» daha erkən mərhələsində istehsal edərək, standartlaşmış məmulatların istehsalını isə BXİ-nin köməyi ilə az inkişaf etmiş ölkələrə keçirə bilər.

İlk baxışdan bu hipotez – mahiyyətə, istehsal faktorları nəzəriyyəsinin dinamik şərhini əks etdirən hipotez ən yeni xarici ticarət nəzəriyyələri ilə ziddiyət təşkil edir. Bu nəzəriyyələrə görə ticarətin artan miqyasında müəyyən məhsullar üçün bir dəfə əldə olunan rəqabət üstünlüyünün saxlanması gözləniləndir. Bu iddia ancaq məhsul vahidində məsrəflər daim azaldığı halda doğrudur, əks halda məmulatlar çeşidini dəyişdirmək zəruridir. Doğrudur, bu modelə görə, yalnız aparıcı ölkənin müəyyən məmulatların yaxşılaşdırılması üzrə texnoloji potensialı tükənəndə və bu ölkə yeni məmulatlar istehsalına keçəndə daha az inkişaf etmiş ölkə həmin məmulatın istehsalına başlayır. Standartlaşmış məhsul istehsal edən daha az inkişaf etmiş ölkə geriliyi ixtisar etmək üçün tədricən öz texnoloji gücünü inkişaf etdirməlidir və bu da ölkəyə müəyyən vaxtdan sonra texnoloji cəhətdən aparıcı mövqelərə çıxmağa imkan verir.

Birtərəfli liberallaşdırma strategiyasının əksinə olaraq, regional inteqrasiya iştirakçılardan regional kontekstə yönələn siyasət tələb edir. İştirakçı ölkələrin bu siyasəti regionda potensial sənaye mərkəzi olan dövlətin siyasəti ilə uzlaşdırma ilə və sinxronluğun (timing), ardıcılığın (sequencing) nəzərə alınması ilə həyata keçirilir.

Şərqi Asiyanın təcrübəsindən görüldüyü kimi, ticarət sahəsində regional inteqrasiya formal razılaşmalarla da həyata keçirilə bilər və həm də formal regional birliklərin inkişafından əhəmiyyətli dərəcədə yüksək dinamikaya malik

ola bilər. Bazar proseslərinə əsaslanan bu inteqrasiya formal sazişlərin köməyi ilə yaradıla bilməz. Buna görə də regional ticarətin artımını istər bütövlükdə, istərsə də əsasən formal regional birliklərlə izah etmək səhv olardı. Hər hansı regionda ticarətin vüsətli artımını formal sazişlər nəticəsi hesab edən fərziyyə müharibədən sonrakı Avropa təcrübəsinin - formal və bazarla şərtlənən inteqrasiya proseslərinin zaman etibarını ilə az və ya çox üst-üstə düşdüyü təcrübənin yalnız dərkinə əsaslanır. Təccüblü deyil ki, bu «təcrübənin» inkişaf etməkdə olan ölkələrə tələsik köçürülməsi Avropadakı müvəffəqiyyətlərə gətirə bilməz. Tez-tez vurğulayır ki, regional bloklar özlərində «təbii blokları» əks etdirirlər. Bu argument hər bir halda əsaslı deyil və təkcə bəzi hallarda – məsələn Avropanın ərazi-iqtisadi səbəblərlə şərtlənən regionlaşması formal-siyasi səviyyədə sanksiyalaşdırılanda əsaslı görünür. Həm böyük, həm də balaca ölkələrin daxil olduğu iri regionlarda ərazi – iqtisadi faktorların təsiri ilə ticarət və siyasi maraqların bütövləşməsi iri dövlətlərdən ibarət mərkəzin yaranmasına səbəb olur. Qonşu kiçik ölkələr bu mərkəzlərə doğru istiqamətlənirlər və bununla birgə iri dövlətlər bir-birilə ierarxik struktur formalaşdırırlar. Belə ki, hələ 50-ci illərin sonunda Avropada üç ölkələr qrupu cəmlənmişdi. Birinci qrupu Britaniya adaları və Şimal ölkələr formalaşdırıb və həm də Böyük Britaniya mərkəzi ölkə (pivot country) kimi digər ölkələr üçün əsas ixrac bazarıdır. İkinci qrup altı ölkədən – ilk olaraq Avropa Birliyinə daxil olmuş ölkələrdən, həmçinin İsveçrə və Avstriyadan ibarətdir. Bu qrupda mərkəz Almaniyadır. Portuqaliya, İspaniya, Yunanıstan, Yuqoslaviya və Türkiyənin aid olduğu digər ölkələr üçün ikinci qrup ölkələrindən, xüsusilə Almaniyadan birtərəfli asılılıq xarakterikdir.

Uyğun ölkələr qrupu ABŞ-ın Meksika və Kanada münasibətdə mərkəz keyfiyyətində fəaliyyət göstərdiyi Şimali Amerikada da formalaşır. Böyük coğrafi ölçülü Şərqi Asiyada ərazi strukturlarının yaradılması rüşeymləri – Avro-

padakı kimi strukturların təşəkkülünə əsas ola bilən rüşeymlər mövcuddur.

1980-ci illərdə yüksələn güclü regionlaşma dalğası müxtəlif ölkələrin qarşılıqlı asılılığının artmasından, həmçinin Şimali Amerika və Asiya tərəfindən rəqabətin güclənməsindən (AB nümunəsindən aşkar olduğu kimi) irəli gəlmişdi. Daha əhəmiyyətli faktor Ticarət və Tariflər üzrə Baş sazişin effektivliyinin azalması – ABŞ-ın dünya iqtisadiyyatındakı hegemonluğunun itirilməsinə bağlı idi. İndi isə əsas problem regiondaxili əməkdaşlıq və həmrəyliyin qlobal səviyyədə müxtəlif blokların yeni qarşudurmasına gətirməməsidir.

Regional sazişlər eyni region dövlətlərinə ümumi normalar daxil edir və deməli, ayrı-ayrı ölkələrin imtiyazlarını aradan qaldırır. Ancaq əvəzində bütöv region dünya bazarında üstünlük əldə edir. Regional sazişlərə daxil olan belə iqtisadi zonaların miqdarı artır və bu da regional sazişlərin effektivliyini sübut edir. Region üstünlük əldə etmənin müxtəlif imkanlarından – gömrük maneələri və valyuta manipulyasiyalarından başlamış yerli spesifikanı təşkil edən hər bir elementin fəaliyyətə gətirilməsindən, coğrafi, iqlim, mədəni xüsusiyyətlərdən (turizmin inkişafı), qanunverici sistemdən, hüquqi təminatdan, sosial tənzimləmədən, siyasi stabillikdən, dövlət administratiyasının effektivliyindən, texniki və iqtisadi təhsilin səviyyəsindən, elitada vətəndaş şüurunun mövcudluğundan istifadə edir.

Qloballaşmanın yaratdığı xarici təhlükənin cavabında yerli həmrəylik möhkəmlənir. Dövlətlərarası kooperasiya ölkələrin iqtisadi təhlükəsizliyini yüksəldir və bu da işgüzar fəallığın artımına kömək edir. Hazırda bəlli olub ki, merkantilist siyasətin effektivliyi kapitalın mülkiyyət statusundan (xüsusi və ya dövlət) daha çox dövlət administrasiyası və iqtisadi agentlərin birgə fəaliyyətinin nəticəliliyindən asılıdır.

Dövlətin dünya iqtisadiyyatında iştirakdan mütləq fayda regional sazişlər çərçivəsində iştirakdan isə nisbi üstünlük əldə etmək cəhdlərindən yaranmış vəziyyəti əks

etdirən, paralel inkişafda olan regionlaşma və qloballaşma iqtisadiyyat elmi qarşısında bir sıra suallar qoyur. Bu sualla cavabı üç əsas baxışda qruplaşdırmaq olar:

1) regionalizm və qloballaşma qarşılıqlı asılıdır. Regionalizm qloballaşma doğru yolda mərhələ hesab edilə bilər.

2) Regionalizm qloballaşmanın çağırışına cavabdır və qloballaşmanın məsrəflərini, neqativ effektlərini azalda bilər.

3) Regionalizm və qloballaşma əks proseslərdir.

Təhlil göstərir ki, integrasiya qrupları çərçivəsində və bu qruplar arasında rəqabət qabiliyyəti möhkəmlənəndə, regionalizm və qloballaşma qarşılıqlı əlaqəli olur. Bununla birgə qloballaşma cavab kimi təşəkkül tapan regionalizm də müşahidə edilir və bu halda da regionalizm qloballaşmanın hərəkətverici qüvvəsi olan makroiqtisadi güclərdən istifadəyə cəhd edir. Regional sazişlər dövlətlərin hökumətlərə klan maraqlarının təsirini azaltmağa və həm daxili, həm də qlobal bazara münasibətdə balanslaşdırılmış siyasət qəbul etməyə imkan verir.

Regional dövlətlərarası iqtisadi qrupların formalaşması və ya regionlaşma adlanan proses dünya iqtisadiyyatının qloballaşmasının müasir mərhələsinin xarakterik əlamətdir. Hazırda dünyanın demək olar ki, bütün ölkələri və bu və ya başqa regional qruplarda üzv – ölkələrin maraqlarının qorunması üçün yaradılan qruplarda iştirak edirlər.

İntegrasiya qruplarına daxil olmayan ölkələri qlobal rəqabətdə iştirakda nisbətən əlverişsiz şəraitə düşmüş olurlar.

Yuxarıda qeyd edilənləri yekunlaşdırıb, bir cəhətə diqqət yetirmək məqsədəuyğun olardı. Bu və başqa mövqenin əsaslı görünməsinə baxmayaraq, dünya iqtisadiyyatında qloballaşma və regionlaşma münasibəti problemləri çoxsaylı diskussiyaların predmeti olaraq, qalır. Bəziləri hesab edirlər ki, qloballaşma və regionlaşma özünəməxsus harmoniyaya malikdirlər və bir-birlərini qarşılıqlı tamamlayırlar. Digər baxılıra görə hər iki proses ziddiyyət vəziyyətində – müəyyən ziddiyyətli vəhdətdədirlər və bu

vəziyyətdə müxtəlif istiqamətli və bir istiqamətli hadisələrin növbələşməsi baş verir. Dünya iqtisadiyyatının qloballaşması prosesi hər şeydən öncə rəqabət tələb edənlər tərəfindən diqqət olunur və iqtisadi subyektlərin fəaliyyəti vasitəsi ilə istehsal və ticarətin təşkilinin ən yaxşı formalarının axtarışına gətirir. Öz növbəsində regionalizm çərçivəsində fəaliyyət regional əməkdaşlıq tələbatlarına – bir çox hallarda iqtisadi deyil, həm də siyasi və ictimai tələbatlara cavab verir.

Zənnimizcə, regionlaşma dünya təsərrüfatının real qloballaşmasına doğru tamamilə uzun yolda zəruri bir mərhələdir və cari qrup maraqları ilə perspektiv global maraqlar arasındakı ziddiyyəti əks etdirir. Yəqin ki, XXI əsr bir mühüm xüsusiyyətlə – regionların dünya arenasında birbaşa fəaliyyət göstərməsi rolunun yüksəlməsi ilə fərqlənəcək. Regional inkişaf öz paradigmasını dəyişir. Regionlararası rəqabət daha da güclənəcək, kəskinləşəcək və milli səviyyə çevrələrindən daha kənarlara çıxacaq.

5.2. BEYNƏXALQ İQTISADI İNTEQRASIYANIN FORMALARI

Beynəlxalq iqtisadi birliklərin təşəkkül və inkişafının real təcrübəsi bu inkişafın qanunauyğunluqlarını və onların iştirakçılarının qarşılıqlı təsirlər mexanizmlərinin formalaşdırılmasına verilən ümumi tələbləri təyin etməyə imkan verdi. Bu mexanizm istehsal amilləri və malların hərəkətində maneələrin aradan qaldırılması və tədricən vahid iqtisadi məkanın formalaşdırılması kimi mühüm bir məsələnin həllini təmin etməlidir. Həm tarixi, həm də məntiqi baxımdan region səviyyəsində inteqrasiya birliklərinin yaranması və sonrakı inkişafı dünya iqtisadiyyatının müharibədən sonrakı inkişaf dövrünə təsadüf edir.

Regional qruplaşmalar yetkinlik dərəcəsinə, milli iqtisadiyyatın inkişaf səviyyəsinə, seçilmiş inteqrasiya

strategiyasının xarakteri və dərinliyinə, fəaliyyətinin sayı və miqyasına, inteqrasiya edən dövlətlərin sayına görə bir-birindən fərqlənir. Son illər zəif inkişaf etmiş dövlətlərin texniki-iqtisadi səviyyəsinin artması tədricən daha inkişaf etmiş dövlətlərin səviyyəsi ilə bərabərləşdirilməsi prosesi də qeydə alınır.

Regional iqtisadi qruplaşmaların bütün fərqlərinə baxmayaraq, onların formalaşdırılmasında əsas hərəkətverici motiv iqtisadi və texnoloji əməkdaşlıq və beynəlxalq ticarətdən faydalanmaq, transformasiya imkanlarından istifadə etməklə dünya bazarındakı qlobal rəqabət şəraitində vahid qüvvə kimi çıxış etməkdir.

Regional və subregional inteqrasiya prosesləri bu gün müxtəlif formalar alır: azad ticarət zonası, gömrük birliyi, ümumi bazar, vahid daxili bazar, iqtisadi və valyuta birliyi, gələcəkdə isə siyasi birlik. Dünyanın müxtəlif regionlarında gedən inteqrasiya tendensiyaları bir neçə atributların mövcudluğuna işarə edir:

- inteqrasiya qruplaşmalarının üzvü olan ölkələrin say müxtəlifliyi;
- inteqrasiya etmiş dövlətlər çərçivəsində iqtisadiyyatların inkişaf səviyyəsində və miqyasında differensiasiya;
- inteqrasiyanın dərəcə və formalarının seçimində azadlıq;
- inteqrasiya siyasətinin həyata keçirilməsi vasitələrinin müxtəlifliyi;
- təsisat özünəməxsusluğu;
- rüsum və xarici ticarət maneələrinin aradan qaldırılmasında vaxt laqı.

Yeni regional razılaşmalar əvvəlkilərdən çox fərqlənir. Onlar daha çox dövlətləri birləşdirir, müxtəlif formalar alır və əslində müxtəlif inkişaf səviyyəsində olan dövlətlərin inteqrasiyasının mümkünlüyünü sübut edir. Şimal, Cənub, Şərq və Qərb ölkələrinin inteqrasiya təcrübəsi buna misaldır.

Region çərçivəsində ölkələrin şərait və inkişaf səviyyəsini nəzərə almaqla inteqrasiyanın müxtəlif formalarından istifadə etmək olar.

Cərəyan edən proseslərin dərinliyinə görə bir-birindən fərqlənən dövlətlərarası inteqrasiyaların əsas formalarını nəzərdən keçirək.

Regional əməkdaşlığın inteqrasiyadan əvvəlki forması preferensial ticarət hesab olunur. Burada iştirakçı ölkələr qarşılıqlı ticarətdə bir-birinə güzəştə gedir. Keçid mərhələsi olan bu forma bir çox inteqrasiya qruplaşmalarında yer almışdır.

Beynəlxalq inteqrasiyanın ən sadə və ən geniş yayılmış forması inteqrasiyanın ilkin forması olan Azad Ticarət Zonasıdır (ATZ). Bu zona çərçivəsində gömrük və kəmiyyət məhdudiyətlərindən azad olan beynəlxalq ticarət aparılır. Belə ki, razılaşmalar bir neçə il ərzində gömrük rüsumlarının və digər tarif məhdudiyətlərinin tədricən qarşılıqlı ləğvi yolu ilə azad sənaye malları ticarət zonasının yaradılmasını nəzərdə tutur.

Belə yanaşma Aİ-nın yarandığı dövrdə aktual idi, indi də NAFTA və MERKOSUR-da belə olaraq qalır. ATZ haqqında razılaşmalar adətən rüsumların artırılmasına qarşılıqlı moratoriumu (standstill) nəzərdə tutur. Tərəflərin gömrük tariflərini artıracağı və ya digər müdafiə tədbirlərini həyata keçirəcəkləri haqqında bütün hallar razılaşmalarda göstərilir.

Belə razılaşmalar iştirakçı ölkələrin ticarət siyasətini qabaqcadan görməyə imkan verir. Bundan başqa, bu ölkələrin qarşılıqlı təsirləri üçün xüsusi bir tənzimləmə sistemlərinin yaradılmasına ehtiyac qalmır. Bütün qərarlar iştirakçı ölkələrin ali hakimiyyət dairələrində qəbul olunur. Neqativ məqamlar arasında isə o faktı qeyd etmək ki, rəqabət gücləndikcə milli istehsalçılar üçün təhlükə yaranır. Buna görə onların elə öz daxili bazarından sıxışdırılıb çıxarılmaması üçün dövlətin dəstəyi tələb olunur.

Beynəlxalq iqtisadi əməkdaşlığın növbəti, daha mükəmməl bir forması Gömrük İttifaqıdır (Gİ). Bu birlik çərçivəsində onun üzvlərinin üçüncü ölkələrlə xarici ticarət əlaqələri kollektiv surətdə təyin olunur.

QATT-ın XIV maddəsində göstərilir ki, Gömrük İttifaqı onun daxilində gömrük rüsumlarını tamamilə ləğv etməklə bir neçə gömrük ərazisinin bir ərazi ilə əvəz edilməsini və vahid xarici gömrük tarifinin yaradılmasını nəzərdə tutur.

Gİ çərçivəsində iştirakçı ölkələrin istehsal və istehlak strukturunda çox ciddi dəyişikliklər baş verir. Vahid xarici ticarət siyasətini həyata keçirməklə ölkələr xarici tarif səviyyəsini nəzərə alıb mal axınlarını tənzimləyir ki, bu da öz növbəsində istehsal və istehlakda ehtiyatların istiqamətinin dəyişdirilməsinə təkan verir.

Əgər hər hansı bir mala Gİ-ndə təyin olunmuş xarici tarif bu inteqrasiya strukturunun yaranmasından əvvəl mövcud olan orta göstəricidən yuxarıdırsa, onda iştirakçı ölkələr nisbətən ucuz olan xarici mənbədən imtina etmək məcburiyyətində qalır. Bu tədbir strategi əhəmiyyətə malikdir, çünki xarici asılılığı aradan qaldırır.

Əgər xarici tarif aşağıdırsa, onda iştirakçı ölkələrin xarici siyasəti üçüncü ölkələrin bazarlarına yönəlir. Belə tədbirlər daxili və xarici istehsalçıların rəqabətini gücləndirmək məqsədilə həyata keçirilir.

Ümumiyyətlə, xarici tarifin tənzimlənməsi daxili bazarın inkişafında yaxşı bir alətdir. Qiymətlər aşağı düşür, Gİ hüdudlarında istehsalçılar arasında rəqabət güclənir.

Gİ-nin tərkibində iri ölkələrin olması bir çox problemləri daha asan həll etməyə imkan verir. Gömrük tariflərindən bacarıqla istifadə etməklə xarici investisiyaları da daha səmərəli cəlb etmək mümkün olur. Lakin, Gİ-nin tənzimləyici təsisatlara ehtiyacı var.

Maraqlıdır ki, valyuta-maliyyə sahəsində inteqrasiya prosesslərinin baş verməsinə baxmayaraq, bu mərhələdə bu

prosesslər daha çox xidmətçi amili rolunu oynayır. Müdafiə, energetika kimi lokomotiv sahələr isə Gİ-sferasından kənar qalır.

İnteqrasiya strategiyasının daha mürəkkəb forması Ümumi Bazardır (ÜB). Bu bazar Gİ əsasında fəaliyyət göstərsə də, eyni zamanda razılaşdırılmış sahə siyasəti ilə də tamamlanır. ÜB çərçivəsində fəaliyyətin tənzimlənməsi üçün dövlətin milli suverenliyinin bir hissəsinin onlara verilməsini nəzərdə tutan xüsusi millətlərüstü təsisatlar və ya sadəcə dövlətlərarası təsisatlar, müxtəlif maliyyə struktur və fondları yaradılır.

İnteqrasiyanın keyfiyyətə daha yüksək forması **Vahid Daxili Bazardır** (VDB). Bu bazar həm malların, həm də xidmət, kapital və işçi qüvvəsinin sərbəst hərəkətini təmin edir. ÜB-in böyüyərək VDB-a keçməsi həm iqtisadi, həm də siyasi amillərlə şərtlənir. VDB iştirakçı ölkələrin milli qanunauyğunluqlarının unifikasiyasını nəzərə almaqla millətlərüstü nəzarət və idarəetmə orqanlarının daha mükəmməl fəaliyyətini nəzərdə tutur. Bu mərhələ hələ ki yalnız Avropa İttifaqı çərçivəsində reallaşdırılmışdır ki, bu da İttifaqa - iqtisadi inteqrasiyanın ali forması olan iqtisadi və valyuta ittifaqına keçməyə imkan verdi.

İqtisadi və Valyuta İttifaqları (İVİ) vahid prosessin ayrılmaz bir hissəsidir. İVİ-nin qurulması bir-biriylə paralel olan tədbirlərin məcmusundan ibarətdir. Bu tədbirlərin əsas məqsədi vahid iqtisadi, valyuta-maliyyə, hüquqi, informasiya və sosiomədəni məkanı yaratmaqdır. Bir tərəfdən, İVİ, millətlərüstü orqanlar tərəfindən tövsiyyə və nəzarət əsasında iştirakçı dövlətlərin iqtisadi və sosial inkişafını bir-birinə yaxınlaşdırmaq məqsədi ilə onların iqtisadi siyasətinin sıx koordinasiyasını nəzərdə tutur (iqtisadi konvergeniya). Digər tərəfdən, İVİ iştirakçı ölkələrin (fiksə edilmiş) valyuta məzənnəsinin təyin edilməsini, vahid valyuta siyasətinə keçidi və müstəqil mərkəzi banklar sisteminin yaradılmasını nəzərdə tutur. İVİ-na inteqrasiya edən dövlətlərdə inteqrasiyanın ali pilləsi olan siyasi ittifaqın reallaşması üçün ilkin şərtlər

formalaşır.

İnteqrasiya quruculuğunun sonuncu mərhələsi olmaqla, Siyasi İttifaq (Sİ), faktiki olaraq federativ dövlətin formalaşdırılmasını nəzərdə tutur. İştirakçı ölkələr ümumi xarici siyasət və vahid təhlükəsizlik siyasətinə keçir, vahid vətəndaşlığı tətbiq edir. Eyni zamanda ədalət məhkəməsi və daxili işlər, mədəniyyət, təhsil və İttifaqın bütün vətəndaşlarının maraq və hüquqlarının müdafiəsi sahələrində də əməkdaşlıq genişlənir. Aİ-çərçivəsində regional əməkdaşlıq bu yolla gedir.

Bu siyasi-hüquqi formalar inteqrasiyaya nail olmanın mühüm vasitələrindəndir, lakin inteqrasiyanın özü ilə eyniyyət təşkil etmir. Onlardan bəziləri regional inteqrasiya dövrünün başlamasından 100 il əvvəl yaranmışdır. Lakin azad ticarət zonalarının, gömrük ittifaqlarının mövcud olması hələ o demək deyil ki, bu birliyə daxil olan milli təsərrüfatların real genişlənmə dərəcəsi bu birliyə daxil olmayan ölkələrin təsərrüfatlarının genişlənmə dərəcəsindən yüksəkdir. Hesablamalar göstərir ki, iki və ya bir neçə ölkənin inteqrasiyanın bu və ya digər formasında birgə iştirakı onların milli təsərrüfatlarının inteqrasiyasının həqiqi dərəcəsini heç də həmişə şərtləndirmir.

İnteqrasiya ittifaqı çoxplanlı işin yalnız bir elementini təşkil edir. Dövlətlərarası razılaşmanın bu və ya digər forması sadəcə obyektiv mövcud olan inteqrasiya meyillərini rəsmiləşdirir. Əgər təsisat strukturu altında mikrosəviyyədə intensiv qarşılıq təsirlər üçün real zəmin yaranmışdırsa, onda rəsmi status formasında inteqrasiya əlavə təkan alır.

5.3. DÖVLƏTLƏRARASI İNTEQRASIYANIN MODELLƏRİ: REGIONAL ASPEKT

Beynəlxalq inteqrasiya dünya iqtisadiyyatının inkişafının qanunauyğun bir fenomenidir. Cəmiyyətin həyatının təsərrüfat, siyasi, mədəni və digər aspektlərinin beynəlmiləşməsinin törəməsi olan beynəlxalq inteqrasiya sadə beynəlxalq əmək bölgüsündən mürəkkəb və çoxsəviyyəli beynəlxalq əlaqə və qarşılıqlı asılılıq sisteminədək uzun inkişaf dövrü keçmiş və ikitərəfli səviyyədən regional və qlobal səviyyələrdəki ən müxtəlif məkan miqyaslarında realizə edilir.

Lakin bəzi səbəblər üzündən real beynəlxalq inteqrasiya yalnız milli dövlətlərin texniki-iqtisadi və siyasi inkişafının kifayət qədər yüksək pilləsində mümkün olur. Buna görə də səmərəli beynəlxalq inteqrasiya yalnız dünyanın inkişaf etmiş regionlarının həüdudlarında mümkündür. Beynəlxalq iqtisadi inteqrasiyanın ocaqları məhz belə regionlarda formalaşır.

Tarixi səbəblərdən ən mühüm və hətta qlobal sosial-iqtisadi və siyasi-hüquqi tendensiya və mexanizmlərin banisi məhz Qərbi Avropa olmuşdur. Real səmərəli inteqrasiyanın nümunəsi, şübhəsiz ki, bütün dünyaya inteqrasiyanın etalon, klassik modelini təklif etmiş Avropa İttifaqıdır (Aİ).

Bu model yüksək iqtisadi inkişaf səviyyəsinə, ölkələrin bazar tutumunun genişləndirilməsində və vahid valyutada maraqlı olmasına və inteqrasiya edən ölkələrin güclü siyasi iradəsinə arxalanır. Bu prosessin ən mühüm xüsusiyyətlərindən biri onun ardıcılığıdır. Onun inteqrasiya proqramları çoxtərəfli və kollegial şəkildə hazırlanır və dəqiq ardıcılıqla həyata keçirilir. Avropa İqtisadi Birliyi (AİB), Avropa Birlikləri (AİB, Avropa Kömür və Polad birliyi – AKPB, Atom enerjisi üzrə Avropa birliyi-AVRO ATOM), Aİ - bütün bunlar Qərbi Avropada regional inteqrasiyanın yarım əsrlik tarixini əks etdirən eyni birliyin adlarıdır.

Aİ inteqrasiya quruculuğunun ən sadə formalarından ən mürəkkəb formalarına (birgə xarici ticarət, aqrar, sənaye, elmi-texniki, sosial, regional, pul-kredit, büdcə siyasəti) qədər bütün inkişaf mərhələlərindən keçmiş və nəhayət, inteqrasiyanın ali pilləsi olan iqtisadi və valyuta ittifaqı pilləsinə keçmişdir.

İVB-in əsas vəzifələri aşağıdakılardır:

1) İştirakçı dövlətlərin milli hökumətlərinin rəhbər tutacaqları əsas məqsədlərinin və bir sıra makroiqtisadi kəmiyyət göstəricilərinin təyin edilməsini nəzərdə tutan şərt koordinasiya edilmiş ümumi iqtisadi siyasətin həyata keçirilməsi; Avronu tətbiq etmək hüququna yalnız konvergeniya meyarları adlandırılan zəruri şərtləri yerinə yetirən iştirakçı dövlətlər malikdirlər.

Bu şərtlər aşağıdakılardır:

- infilyasiya templəri ən aşağı qiymət artımı olan üç ölkədəki anoloji orta göstəricinin 1.5 faiz bəndindən yuxarı olmamalı;
- uzunmüddətli kreditlər üzrə faiz dərəcəsi ən aşağı qiymət artımı olan üç ölkədəki müvafiq orta göstəricini 2 faiz bəndindən çox aşmamalı;
- dövlət büdcəsinin kəsiri ÜDM-n 3%-dən çox olmamalı;
- dövlət borcu ÜDM-n 60%-dən çox olmamalı;
- iki il ərzində valyuta devalvasiya etməməli və onun mübadilə məzənnəsi Avropa valyuta sisteminin təyin etdiyi tərəddüdlərdən kənara çıxmamalı; bundan başqa, mərkəzi milli bankın müstəqilliyini təmin etmək və onun statusunu AMBS-n nizamnaməsi ilə uzlaşdırmaq da tələb olunur.

1998-ci ildə Aİ-nın 15 dövlətindən on biri İVİ-nın təsisçisi olmuşdur. 2000-ci ilin yanvarın birində onlara konvergeniya meyarlarına cavab verən Yunanıstan da qoşuldu.

1995-ci ilin sonunda Almaniya stabillik və artım müqaviləsini bağlamağı təklif etdi. Almaniya ondan ehtiyat edirdi ki, valyuta İttifaqına daxil olmaqla ayrı – ayrı ölkələr büdcə nizamnaməsinə riayət etməyəcək, bununla da vahid

valyutanın mövqələrinə ciddi ziyan vuracaqlar. Uzun diskussiyalardan sonra Avropa Şurasının Amsterdanda çağırılmış sessiyası (1997-cı ilin iyununda) Maastritt müqaviləsində nəzərdə tutulmayan bu faktı qəbul etdi. Stabillik və artım paktına əsasən, valyuta ittifaqı iştirakçıları dövlət büdcəsini müsbət və ya sıfır saldo ilə başa vurmaq öhdəliyini öz üzərlərinə götürürdülər. Əgər kəsir ÜDM-nin 3%-ni aşarsa, ölkə bir ilə vəziyyəti yaxşılaşdırmalıdır. Əks halda o, ÜDM-nin 0.5% -dək ölçüdə faizsiz depozit yaratmalı olacaqdır. Bu depozit 2 ildən sonra qaytarılmayan cəriməyə çevrilə bilər. 2002-ci ilin yayında Aİ-nda Paktın daha çevik edilməsi haqqında qeyri-rəsmi diskussiyalar başlamışdır.

İVİ-nin ən mühüm elementlərindən biri də ümumi iqtisadi siyasətlə yanaşı sinxron və yekcins təsərrüfat dinamikasının formalaşdırılmasıdır. Bunun üçün Aİ Şurası Avropa İttifaqının iqtisadi siyasətinin ümumi istiqamətlərini təyin edir (Broad economic policy guidelines) və iştirakçı ölkələrin iqtisadi siyasətini koordinasiya edir.

2. Vahid daxili bazarın fəaliyyətinin səmərəliliyinin təmin edilməsi və pul-kredit sisteminin köməyi ilə Aİ-nda ümumi iqtisadi siyasətin aparılması. Bu sistemin ən mühüm elementlərini başda mərkəzi Avropa bankı olmaqla, Aİ-nin vahid valyuta siyasətinin aparılmasına cavabdeh olan müstəqil Avropa mərkəzi banklar sistemi, habelə real zaman rejimində vahid avtomatlaşdırılmış Transavropa hesablar sistemi olan TARQET (Trans-European Automated Real-time Gross Settlement Express Transfer-TARQET) - dir. Bu sistem avronun tətbiq edilməsi ilə eyni vaxtda fəaliyyət göstərməyə başlamış və əməliyyatları yalnız yeni Avropa valyutası ilə aparır.

3. Beynəlxalq planda valyuta stabilliyinin möhkəmləndirilməsi; avronu ən mühüm ehtiyat valyutalarından birinə çevirərək, onun mövqələrinin möhkəmləndirilməsi.

Aİ-nin çox unikal təsisatlar sistemi var. Onun əsas təsisatları aşağıdakılardır: Avropa Şurası, Nazirlər Şurası, Avropa Komissiyası (1993-cü ilə qədər Avropa Şurası

Komissiyası və ya AŞK), Avropa parlamenti, Avropa məhkəməsi, Auiditorlar palatası (Hesablama palatası). Aİ-nin təsisat strukturuna dövlətlərarası və millətlərüstü təsisatlar daxildir. Birinci tipli orqanlara daxil olanlar iştirakçı dövlətlərin rəsmi nümayəndələri kimi fəaliyyət göstərirlər (məsələn, Avropa Şurası). İkinci tipli orqanların üzvləri də milli dövlətlərin nümayəndələridir, lakin milli - dövlət mənsubiyyətindən asılı olmayan şəxslər kimi fəaliyyət cöstərir. Onların əsas məqsədi milli mənafeələrindən asılı olmayaraq Aİ-nin kommunitar məqsədlərini həyata keçirməkdir (məsələn, Avropa komissiyası). Formalaşdırmanın belə ikili prinsipi ayrı-ayrı iştirakçı dövlətlərin mənafeələri ilə bütövlükdə Aİ-nin mənafeələri arasındakı balans qoruyub-saxlamağa imkan verir. Səlahiyyətlər Aİ-nin təsisatları ilə milli hökumətlər arasında çevik şəkildə bölüşdürülür.

Aİ-nin təsisat - hüquqi sisteminin əsas xüsusiyyəti Aİ hüququnun iştirakçı dövlətlərin milli hüququ üzərində üstünlük təşkil etməsidir.

Avropa Birliklərinin hazırkı Aİ hüququnun ilkin əsasının üç birliyi təsis etmiş aşağıdakı müqavilələr təşkil edir: AKPB EOUS (50 il müddətinə bağlanmış və öz qüvvəsini 2002-ci ildə itirmiş 1951-ci ilin Paris müqaviləsi), EƏS(1957-ci ilin Roma müqaviləsi) və AVRO ATOM(1957-ci ilin Roma müqaviləsi), habelə:

- Vahid Avropa sazişi (1986) - daxili bazar islahatlarında, müxtəlif idarələr arasında siyasi əməkdaşlığın və qarşılıqlı təsirlərin genişləndirilməsində ilk addım olmuşdur;
- Maastiritt müqaviləsi (1992) – valyuta və siyasi ittifaqlar yaradır. Vahid Avropa valyutasının tətbiqini nəzərdə tutur (1999-cu il üçün). Avropa vətəndaşlığı prinsipini təsdiqləyir və vahid xarici siyasət və təhlükəsizlik siyasətinin əsaslarını qoyur;
- Amsterdam müqaviləsi (1997)-Aİ-nin vahid xarici siyasət və təhlükəsizlik siyasəti üzrə ali nümayəndə vəzifəsini təsis edir. Avropa parlamentinin səlahiyyətlərini genişləndirir.

yötlərini gücləndirir. 15 ölkə vətəndaşlarının yerdəyişmələrində azadlığın verilməsini təsdiqləyir. İmmiqrantlar axınının tənzimlənməsini, sığınacağı verilməsini, İttifaqın xarici sərhədlərinə nəzarət edilməsini nəzərdə tutur;

- Nitsa müqaviləsində (2000) qeydə alınan müddətə əsasən, 29 sferada qərarların qəbul edilməsində Aİ yekdillik prinsipindən səs çoxluğu prinsipinə keçir. Aİ-ına 10 ölkənin daxil olması ilə əlaqədar Avropa parlamentinin deputatlarının sayını 732 nəfərədək artırır.

Bundan başqa, əsas hüquqi aktlar sırasına Avropa Birliklərinin vahid Şura və vahid Komissiyasının yaradılması haqqında müqavilə (1965) və Aİ ilə ona daxil olan dövlətlər arasında bağlanan müqavilələr də aiddir.

2004-cü il oktyabrın 29-da Avropa İttifaqının üzvü olan 25 dövlət qurumunun 2007-ci ildə qüvvəyə minəcək birinci vahid Aİ Konstitusiyasının mətnini imzalamışdır. Avropa üçün əsas olan bu qanun inteqrasiya yolunda mərhələ-mərhələ qəbul edilmiş və Aİ-nın son 47 ildə özündə rəhbər tutduğu əsas müqavilələri özündə birləşdirir. Konstitusiya İttifaqa federasiya konturlarını verməlidir.

Aİ öz xüsusi mənbələrindən təşkil edilən və Aİ-nın məqsəd və vəzifələrinə uyğun xərclənən büdcəyə malikdir. Aİ-nın fəaliyyətinin maddi təminatında vahid sosial-iqtisadi strategiyanın həyata keçirilməsinə cavabdeh olan xüsusi struktur fondları mühüm rol oynayır. Bunlara regional inkişaf fondu, sosial fond, kənd təsərrüfatı sahəsində zəmanətlər fondu, üzv olan dövlətlərin iqtisadi yaxınlaşmasına yardım fondu aiddir. Aİ çərçivəsində həmçinin kredit idarəsi olan Avropa İnvestisiya Bankı (AİB) fəaliyyət göstərir. O, kommunitar əhəmiyyətli investisiya layihələrinin həyata keçirilməsinə yardım edir.

Hal-hazırda Aİ-na 25 Avropa dövləti daxildir (Avstriya, Belçika, B.Britaniya, Almaniya, Yunanıstan, Danimarka, İrlandiya, İtaliya, Lüksemburq, Niderland,

Portuqaliya, Finlandiya, Fransa, İsveç, Polşa, Macarıstan, Çexiya, Slovakiya, Sloveniya, Estoniya, Latviya, Litva, Malta, Kipr). 2007-ci ildə Aİ-na Bolqarıstan və Rumıniya daxil olmalıdır. Xorvatiya və Türkiyənin də daxil olması nəzərdə tutulur.

Aİ-na daxil olmağa namizəd olan ölkələr Aİ-nın 1995-ci ildə Kopenhagenə çağırılmış iclasında müəyyən olunmuş aşağıdakı meyarlara uyğun gəlməlidirlər (bunlar Kopenhagen meyarları da adlandırılırlar):

1. Demokratıyaya, qanunun aliliyinə, insan hüquqları və milli azlıqların maraqlarının müdafiəsinə zəmanət verən stabil təsisatların olması;
2. Səmərəli bazar iqtisadiyyatının olması, habelə, Aİ-nin daxili bazarındakı rəqabət və bazar qüvvələrinin təzyiqinə qarşıdurma qabiliyyəti;
3. Aİ-na üzv olmaqla əlaqədar öz üzərinə öhdəlikləri, xüsusən də siyasi, iqtisadi, valyuta ittifaqının məqsədlərinə dəstək olmaq öhdəliyini götürməyə hazır olmaq.

Kopenhagen qərarında Aİ-nın genişləndirilməsinə aid olan dördüncü meyar da var idi. Bu, öz bütövlüyünü və stabilliyini təhlükə altına almamaqla, Aİ-nın yalnız ona üzv olan dövlətləri absorbsiya etmək qabiliyyətidir. Bu meyar Aİ-nda Rusiya kimi iri Avropa dövlətinin üzvlüyünü istisna edir, çünki Rusiyanın bu quruma qoşulması kiçik və orta Avropa dövlətlərindən ibarət olan inteqrasiya qruplaşmasının daxili tarazlığını sarsıda bilər¹.

¹ Вах: Шемятенков В. Г. Европейская интеграция. М., 2003. с. 308-309

**AI-nin beş genişlənmələri: AI üzvlərinin əsas göstəriciləri ilə
namizəd ölkələrin göstəricilərinin bir-birinə nisbəti**

Göstərici	Əhali, mln.	Sahə, min km ²	ÜDM, mlrd. dollar		adambaşına düşən ÜDM dol.	
			MVM* üzrə	AQP** üzrə	MVM* üzrə	AQP** üzrə
birinci genişlənmə-1973 (B.Britaniya, Danimarka, İrlandiya)						
Namizədlər	64,3	358,2	217	267,9	3374	41666
AI ölkələri	209,4	1279,8	885,5	854,3	4229	4081
AI ölkələrinə nisbətə namizədlər, %	30,7	28,0	24,5	31,4	79,8	702,1
İkinci genişlənmə -1981 (Yunanıstan)						
Namizədlər	9,7	131,9	44,5	55,0	4575	5653
AI ölkələri	278,5	1638	2528	2521,3	9078	9054
AI ölkələrinə nisbətə namizədlər, %	3,5	8,1	1,8		50,4	62,4
Üçüncü genişlənmə-1986 (İspaniya, Portuqaliya)						
Namizədlər	48,5	59,7	275,0	403,2	5667	8308
AI ölkələri	290	1769,9	3257,3	3497,4	11232	12060
AI ölkələrinə nisbətə namizədlər, %	16,7	33,7	8,4	11,5	50,5	68,9
dördüncü genişlənmə -1995 (Avstriya, Finlandiya, İsveç)						
Namizədlər	22,0	870,9	605,1	443,7	27521	20160
AI ölkələri	350,0	2367,1	8000,1	6780,5	22856	19372
AI ölkələrinə nisbətə namizədlər, %	6,3	36,8	7,6	6,5	720,4	104,2
Beşinci genişlənmə -2004 (Mərkəzi və şərq Avropa ölkələri, Malta və Kipr)						
Namizədlər	104,6	1076,9	365,1	903,8	3490	8638
AI ölkələri	375,3	3237,9	8509,5	8509,5	22672	22303
AI ölkələrinə nisbətə namizədlər, %	27,9	33,3	4,3	10,8	15,4	38,7

*MVM - mübadilə valyuta məzənnəsi

****AQP - alıcılıq qabiliyyəti parametri.**

Aİ əhalisinin ümumi sayı 455 mln. - dan çoxdur. Aİ müasir dünya iqtisadiyyatının əsas iqtisadi mərkəzlərindən biridir. O, məcmu ÜDM (10 trln. avro) və xarici ticarətin həcminə görə ABŞ və Yaponiyadan irəlidədir. 2000-ci ilin mart ayında Lissabon sammitində Aİ-nın Lissabon strategiyası adlanan çox mühüm bir sosial – iqtisadi layihəsi qəbul edilmişdir. Bu proqram 2010-cu ilə kimi Avropa İttifaqının inteqrasiyasını rəqabətəqabil, dinamik və elmtutumlu etmək kimi bir məqsəd qarşıya qoyur. Bunun üçün elm və texnologiyalara investisiyaları ÜDM – n 3% -dək artırmaq, sahibkarlıq təşəbbüskarlığına azadlıq vermək, məşğulluğu təmin etmək tələb olunur.

Beləliklə, Qərbi Avropa bu gün dünyaya unikal bir model nümayiş etdirir. Bu modelin unikallığı xüsusi Avropa regionalizmindədir. Avropa regionalizminin özünə məxsusluğu üç məqamda təzahür edir.

Birincisi bu özünəməxsusluq, regional xarakterli mexanizmlər sistemi kimi ən iri geosiyasi regionun formalaşmasındadır. Bu mexanizm çərçivəsində mənafeələr bir araya gətirilir və müəyyən bir balans əldə olunur.

İkincisi bu özünəməxsusluq, Şimal və ya Aralıq dənizi ölçülərinin formalaşmasındadır. Bu ölçülərin daxilində də bütöv regionlar formalaşır. Maraqlıdır ki, onların tərkibinə təkcə Aİ ölkələri deyil, həmçinin digər ölkələr də daxildirlər ki, bu da Aİ-nın açıq sistem olmasından xəbər verir.

Üçüncüsü bu özünəməxsusluq, Aİ ölkələri daxilində yerləşən regionların öz hüquq və səlahiyyətlərinin genişləndirilməsi uğrunda hərəkətdədir. Bu məkanda regionlaşma aşağıdakı amillərlə həvəsləndirilir;

1. Qitənin özünəməxsus tarixi ilə. Tarixən burada özünəməxsus Avropa «identikliyi», «Avropa insanı» formalaşmışdır. Bu insan üçün demokratiya, hüquqi dövlət və insan hüquqlarının üstünlüyünə əsaslanan «Ümumavropa ruhunun» axtarışı səciyyəvidir. Bu

gün artıq məlumdur ki, Qərbi Avropa təhlükəsizlik və stabillik zonalarından, iqtisadi ittifaq və «AVROPA» məkanından qat-qat böyükdür.

2. Avropa tarixində yeni dövr açan integrasiya proseslərinin sürətli inkişafı ilə;
3. Obyektiv amil, yəni nisbətən kiçik bir ərazidə müxtəlif regional etnomədəni landşaftların mövcudluğu ilə. İttifaq ölkələri daxilində regionların bir–birindən fərqli vəziyyəti bu müxtəlifliyi daha da möhkəmləndirir ki, bu da təbii olaraq «regionlar Avropası» konsepsiyasının meydana çıxmasını şərtləndirirdi.

Regionlar Avropasının 3 müxtəlif şərhli məlumdur:

- milli dövlətin tədricən yox olub getməsi və iki səviyyəli Vahid Avropanın formalaşması mənasını daşıyan radikal şərhli;
- regionlararası iqtisadi əməkdaşlığın intensivləşməsi, yəni Avropanın «bitişməsi» kimi şərhli;
- «regionlar Avropasının» Aİ, milli dövlət, Avropa regionlarından ibarət üçpilləli və ya üçsəviyyəli Avropa kimi şərhli.

Avropa regionalizminin daha bir xüsusiyyətini federallaşma təşkil edir. Federallaşma Avropa mədəniyyətinin üzvi bir hissəsidir. Bu, qitə federasiyasını yaratmaqla «regionlar Avropasını» qurmaq üçün daha bir motivdir.

Nəhayət, kommunitar regional siyasət də Aİ zonasındakı regionlaşmadan xəbər verir. İlk dəfə fəvqəladə xarakterli tədbirlər formasında meydana çıxmış regional siyasət sonralar daimi qüvvədə olan amil xarakterini alır. Aİ-nin regional siyasəti dörd əsas prinsip əsasında qurulur:

1. cəmləşdirmə (vəsaitlər);
2. ərazilərin kompleks inkişafına yönəldilmiş proqramların prioritetliyi;
3. partnyorlar prinsipi (yerli hakimiyyətlərdən başlayaraq millətlərustü hakimiyyətə qədər bütün hakimiyyət səviyyələrinin qarşılıqlı təsiri və əməkdaşlığı);

4. tamamlanma prinsipi (regional siyasət tədbirlərinə ayrılan vəsaitlər milli ehtiyatlar əvəzinə yox, onlara əlavə kimi istifadə olunur).

Aİ-nin regional siyasətinə konseptual yanaşmanın işlənməsi həm Aİ daxilində regionların uğurlu kombinasiyası üçün ilkin şərtlər yaradır, həm də dünya arenasında bilavasitə iştirak edən şəxslər və Avropa regionalizmi üzrə perspektiv mütəffiqlər kimi qonşu regionlara diqqətin artmasından xəbər verir.

Avropada iqtisadi integrasiya təkcə Aİ çərçivəsində cərəyan etmir. 1960-cı ildə Stokholmda imzalanmış konvensiya əsasında Avropa Azad Ticarət Assosiasiyası (AATA) meydana çıxdı. Buraya əvvəlcə B.Britaniya, İspaniya, Avstriya, İsveçrə, Norveç, Finlandiya və İsveç daxil idilər.

AATA haqqında müqavilə Lixtenşteynə də şamil olunur. 1973-cü ildə B.Britaniya AATA tərkibindən çıxaraq Aİ-na qoşuldu 1995-ci ildə isə bu təşkilatı Aİ-na qoşulan İsveç, Finlandiya və Avstriya da tərk etdilər.

AATA azad ticarət zonasını kəsb edir. Yalnız sənaye mallarına aid edilən rüsumsuz mal dövriyyəsi rejimi AATA çərçivəsində kənd təsərrüfatı məhsullarına şamil edilmir.

Aİ-dan fərqli olaraq, AATA-nın hər bir ölkəsi üçüncü ölkələrlə ticarətdə özünün xarici ticarət azadlığını və gömrük rüsumlarını saxlayır və azad ticarət zonasına əsasən AATA üzvlərinin vahid gömrük tarifi yoxdur. AATA çərçivəsində tərkibinə bütün üzv olan dövlətlərin nümayəndələrinin daxil olduğu Şura fəaliyyət göstərir. Lakin o, millətlərüstü orqan olmadığından onun fəaliyyəti dövlətlərarası təsisat funksiyaları ilə məhdudlaşır.

1992-ci ildə Aİ və AATA arasında bağlanan müqaviləyə uyğun olaraq «vahid iqtisadi məkan» (VİM) yaradılmışdır. Keçid mərhələsi olan bu məkanın əsas məqsədi AATA üzvlərini Aİ çərçivəsində formalaşmış vahid daxili bazara adaptasiya etdirməkdir. Lakin VİM-a daxil olmuş ölkələr Aİ-nin onlarla qanun və rəqlamentlərini də qəbul

etməli idilər. Bu səbəbdən də AATA daxilində yaranmış ciddi iqtisadi çətinliklər ona gətirib çıxardı ki, Avstriya, İsveç və Finlandiya bu təşkilatı tərk etdilər. Onlar Aİ daxilində gedən inteqrasiya proseslərinin iştirakçısı olmaq, bununla da tam hüquqlu üzvlər kimi qəbul edilən qərarların gedişatına təsir etmək imkanını əldə etməyi üstün tutdular.

AATA ölkələrinin İsrail, Mərakeş və Türkiyə ilə azad ticarət haqqında müqavilələri var. 1990-cı illərin əvvəllərində anoloji müqavilələr Şərqi Avropa və Baltıqyanı ölkələr ilə də bağlandı.

Beləliklə, ilk öncə iqtisadiyyatı əhatə edən regionalizim insan fəaliyyətinin digər sferalarında da özünü büruzə verməyə başlayır. Regionlar siyasi qərarların qəbul edilməsində, texnoloji siyasətin formalaşdırılmasında öz sərbəstliyini genişləndirir. Bu proses Avropa qitəsində regionların inteqrasiya tendensiyasını həvəsləndirir, çünki regionların birləşməsi onların qloballaşan iqtisadiyyata inteqrasiya etməsində mühüm rol oynayacaqdır. **Qitənin müxtəlif hissələrində** bu prosesin sürətinin müxtəlif olacağına baxmayaraq, o, **ümumqitə** xarakteri alacaqdır¹.

İnteqrasiyanın Amerika modeli Şimali Amerika regionu üçün səciyyəvidir. Regionlaşmanın bu formasının fərqli cəhətlərindən biri odur ki, o, iqtisadi inkişaf səviyyəsi və iqtisadiyyatların miqyası ilə bir-birindən fərqlənən ölkələri: bir tərəfdən güdrətli ABŞ-Kanada blokunu, digər tərəfdən də inkişaf etmiş ölkələrin iqtisadi məkanına inteqrasiya etmək yolunda çətinliklərlə üzləşən Meksikanı birləşdirir. Bu, həm inkişaf etmiş, həm də inkişafda olan ölkələri birləşdirmək yolunda atılan ən iri inteqrasiya addımlarından biri olmuşdur.

Söhbət Şimali Amerika azad ticarət zonasından (North American Free Trade Area - NAFTA) gedir. Onun

¹ Вах: Региональная интеграция в Европе. / Под ред. Л. И. Глухарева. М.: Изд-во МГУ, 2001.

yaradılması haqqında müqavilə ABŞ, Kanada və Meksika tərəfindən 1992-ci ildə bağlanmış, qüvvəyə isə 1994-cü ilin yanvarında minmişdir. Hal-hazırda əhalisi 406 mln. təşkil edən və ÜDM 10,3 trln. dol. məbləğində olan NAFTA dünyada ən iri regional azad ticarət zonasıdır. Dünya ticarətinin ümumi həcmnin təxminən 20%-i onun payına düşür.

Şimali Amerika regionunda azad ticarət zonasının yaradılması bir sıra amillərlə - iştirakçı ölkələrin coğrafi cəhətdən bir-birinə yaxın olması ilə; ABŞ TMK-nın müəssisələr şəbəkəsinin Kanada və Meksikada, Kanada TMK-nın isə ABŞ-da geniş yayılması ilə; nəhayət dünya bazarında Aİ, Yaponiya və yeni sənaye ölkələrinin mövqelərinin güclənməsi ilə şərtlənirdi. NAFTA haqqında razılaşmanı ABŞ, Kanada və Meksika arasında mal və xidmətlər ticarətinin liberallaşdırılması prosessinin prinsipcə yeni mərhələsi hesab etmək olar. Mal, kapital və işçi qüvvəsinin nisbətən sərbəst hərəkəti nəticəsində XX əsr boyu ABŞ-la Kanada arasında sərhədlər tədricən aradan qaldırıldı. 1988-ci ildə azad ticarət haqqında ABŞ - Kanada müqaviləsi bağlandı. Bu müqaviləyə əsasən, ölkələr mal və xidmətlər ticarətində, nəqliyyatda, telekommunikasiyalarda, kompüter, maliyyə sistemlərində, turizm sahəsində mövcud olan bütün məhdudiyyətləri ləğv etmək öhdəliyini öz üzərinə götürürdü. Eyni zamanda, 70–90-cı illərdə ABŞ və Meksikanın iqtisadiyyatları da bir-birinə qarşılıqlı nüfuz etməkdə idi. 1992-ci ildə Meksika azad ticarət haqqında ABŞ-Kanada müqaviləsinə qoşulur.

Üç ölkə arasında azad ticarət haqqında razılaşma ticarət maneələrinin aradan qaldırılması ilə yanaşı (2010-cu ilə qədər bütün gömrük rüsumlarının ləğv edilməsi və tədricən qeyri – tarif maneələrinin aradan qaldırılması) iştirakçı ölkələrdə investisiya qoyuluşu imkanlarının artırılması da nəzərdə tutur. NAFTA-nın yaradılması haqqında razılaşma azad ticarət zonasında xarici investisiyaların müdafiəsinin beş əsas prinsiplərini müəyyən edir:

1. Bərabərhüquqlu rejim;
2. İntestisiyalara və investora verilən xüsusi tələblərin aradan qaldırılması (bu tələblər, adətən dövlətin sərəncamı və ya onun razılığı ilə həyata keçirilən fəaliyyət növlərinə aiddir);
3. Gəlirlər, faizlər, dividendlər və s. də daxil olmaqla investisiya ehtiyatlarının sərbəst yerdəyişmələri;
4. Ekspropriasiyanın yalnız beynəlxalq qaydalara uyğun şəkildə həyata keçirilməsi;
5. Arbitraj məhkəməsinə müraciət etmək hüququ.

Razılaşmanın müddəaları investisiyaların bütün növlərinə, o cümlədən, birgə müəssisələrin yaradılmasına, daşınmaz əmlak, qiymətli kağızlar, intellektual mülkiyyətə şamil olunur. NAFTA çərçivəsində müəlliflik hüququ, patent və əmtəə nişanları da daxil olmaqla intellektual mülkiyyət hüquqlarının ən yüksək müdafiə normaları təsis edilir.

Bununla yanaşı NAFTA-nın azad iqtisadi münasibətlər rejimində bəzi istisnalar da var. Belə ki, Kanadanın mədəniyyət baxımından mühüm olan bəzi informasiya sektorlarının müdafiəsi hüququ, ABŞ-nın daxili qiymətləri saxlamaq hüququ və s. qalmaqdadır. Tarif və digər proteksionist maneələri aradan qaldıraraq NAFTA bəzi malların ticarətinə və iqtisadiyyatın xarici rəqabətə həssas olan bəzi sektorlarında investisiyalara (bu, kənd təsərrüfatına, energetikaya, avtomobil sənayesi məhsullarına aiddir) məhdudlaşdırılmış qaydalar təyin edir. Bundan əlavə, müqavilədə müvafiq məhsulun idxalından zərər dəymiş sənaye sahələrinin müdafiəsinin müvəqqəti bərpası haqqında şərtlər də vardır.

NAFTA-nın yaradılması haqqında müqaviləyə əsasən iştirakçı ölkələr üçüncü ölkələrlə ticarətdə milli gömrük tariflərini saxlayırlar. NAFTA haqqında müqavilədə üç-tərəfli azad ticarət zonasının inkişaf edərək gömrük ittifaqına

çevrilməsi nəzərdə tutulmur. Kanada və Meksika ABŞ-ın üçüncü ölkələr barəsində təyin etdiyi vahid xarici tarif siyasətində maraqlı deyillər. Onların xarici ticarət dövriyyəsinin 70-80%-i bu ölkələrin payına düşür. Kanada və Meksika heç olmazsa, yerdə qalan diapazonda manevr etmək imkanını əldən qaçırmaq istəmirlər. Gömrük ittifaqında ABŞ-ın da marağı yoxdur, çünki ABŞ-ın xarici ticarət dövriyyəsinin 70%-dən çoxu NAFTA-nın hüdudlarından kənarında olan ölkələrlə iqtisadi - ticarət münasibətlərinin payına düşür.

Şimali Amerika inteqrasiya modelinin daha bir xüsusiyyəti ABŞ-ın üstün mövqə tutmasında və ABŞ, Kanada və Meksikanın qarşılıqlı iqtisadi asılılığının asimmetrik xarakter daşımındadır. Meksika və Kanadanın təsərrüfat strukturlarının qarşılıqlı təsiri dərinliyinə və miqyasına görə Kanada – ABŞ və Meksika – ABŞ inteqrasiyalarından çox geridə qalır. Kanada və Meksika ABŞ-ın mal və işçi qüvvəsi bazarında partnyorlardan çox rəqibdirlər. Kanada ixracının (Kanadanın ÜDM-n 20%) 25-20%-i ABŞ-da realizə olunur. Kanadanın birbaşa xarici investisiyalarında ABŞ-n payına 75%, ABŞ-ın birbaşa xarici investisiyalarında Kanadanın payına isə 9% düşür. Meksika ixracının təxminən 70% -i ABŞ-a göndərilir, buradan isə Meksika idxalının 65%-i daxil olur. Meksikaya birbaşa xarici (BXİ) investisiyalar axınının 60%-dən çoxu ABŞ-ın payına düşür. ABŞ-ın ÜDM-u Kanadanın ÜDM-dan 14,5, Meksikanın ÜDM-dan isə 19 dəfə çoxdur. Adambaşına düşən ÜDM ölçülərində Meksika ilə ABŞ arasındakı fərqlər 6,6 dəfə, ABŞ-la Kanada arasındakı fərqlər isə 4,1 dəfəyə çatır. Ölkələrin iqtisadi inkişaf səviyyələrindəki belə nəzərə çarpan fərqlər vahid təsərrüfat kompleksinin yaradılmasını çətinləşdirir.

Qeyd etmək lazımdır ki, Aİ-dan fərqli olaraq, bu gün NAFTA-da bütün iştirakçılar üçün məcburi olan qərarları qəbul etmək hüquqlarına malik olan millətlərustü idarəetmə orqanları mövcud deyil. NAFTA-nın vahid iqtisadi və valyuta-maliyyə siyasəti də yoxdur. Bundan başqa, özünün

Yunanıstan, İspaniya, İrlandiya, Portuqaliya kimi zəif üzvlərinə köməklik edən Aİ-dan fərqli olaraq NAFTA müqaviləsində bu nəzərdə tutulmur. Bu o deməkdir ki, Meksika öz iqtisadi çətinliklərinin öhdəsindən özü gəlməlidir.

NAFTA haqqında müqavilə bu təşkilata yeni dövlətlərin qoşulmasının mümkünlüyünü nəzərdə tutur. Lakin AİB-nin təsis edilməsi haqqında müqavilədən fərqli olaraq NAFTA coğrafi məhdudiyətləri təyin etmir. NAFTA-ya nəinki Şimali Amerika, Qərb ölkələri, həmçinin Asiya ölkələri də qəbul oluna bilər.

Təşkilat və ümumsiyasi nöqtəyi-nəzərdən belə bir perspektiv çox nikbin görünür. Lakin qarşıya qoyulmuş planların reallaşması obyektiv iqtisadi şəraitdən və Qərb yarımkürəsinin dərin iqtisadi mənafeələrindən asılıdır. Bu mənada bu yarımkürədəki iqtisadi məkanın ümumi konfigurasiyasını və onun daxilində və kənarında iştirak edən iqtisadi cazibə qüvvələrini nəzərə almaq lazımdır.

Latın Amerikası ölkələri üçün son günlərdəki inteqrasiyanın ekstensiv modeli səciyyəvi olmuşdur. Cənubi və Mərkəzi Amerikada inteqrasiya prosesinin 1960-cı illərin əvvəllərindən başlanmasına baxmayaraq 40 il ərzində onların dərinliyə doğru inkişafında gözə çarpan dəyişikliklər baş verməmişdir. 1960-cı ildə Argentina, Boliviya (1967-ci ildən), Braziliya, Venesuela (1966-cı ildən), Kolumbiya (1961-ci ildən), Meksika, Peru, Paraqvay, Uruqvay, Çili və Ekvador (1961-ci ildən) Latın Amerikası azad ticarət assosiyasını (LAATA), Qvatemala, Qonduras, Kosta-Rika, Nikaraqua, Salvador işə blok daxilində rüsumların ləğv edilməsini və üçüncü ölkələr barəsində ümumi gömrük rüsumunun tətbiq edilməsini nəzərdə tutan Mərkəzi Amerika ümumi bazarını (MAÜB) yaratdılar. 1993-cü ilin ortalarında dörd ölkə - Qvatemala, Qonduras, Nikaraqua və Salvador gömrük ittifaqı yaratdılar. Elə həmin ildə MAÜB ölkələri və Panama Mərkəzi Amerika inteqrasiya sistemini təsis etdilər. Bu

sistemin çərçivəsində milli tariflərin yaradılması və qarşılıqlı ticarətin tədricən liberallaşdırılması istiqamətində iş aparılır.

LAATA-nın yaradılması haqqında bağlanan Montevideo müqaviləsi regiondaxili idxal rüsumlarının və yerli sənaye məhsullarının ticarətinə qoyulmuş digər məhdudiyətlərin 4 mərhələyə endirilməsi yolu ilə tədricən vahid bazarın yaradılmasını nəzərdə tuturdu.

Əslində LAATA gömrük ittifaqı yox, azad ticarət ittifaqı idi. Nisbətən daha inkişaf etmiş (Meksika, Braziliya, Argentina), orta inkişaf etmiş (Venesuela, Kolumbiya, Peru) və az inkişaf etmiş (Boliviya, Ekvador, Paraqvay) ölkələrin iqtisadi maraqlarının üst-üstə düşməməsi mərkəzdənqaçma qüvvələrinin güclənməsinə gətirib çıxardı. 1969-cu ilin martında LAATA-nı tərk etmiş Boliviya, Kolumbiya, Ekvador və Çili (qrupdan 1976-cı ildə çıxmışdır) Kartaxen razılaşması əsasında And qrupu adlanan bir təşkilat yaratdılar. 1973-cü ildə Venesuela da bu təşkilata üzv oldu. And qrupu 111 mln. əhalisi olan 4,8 mln. km² ərazini əhatə edir; onun məcmu ÜDM-u 268 mlrd. dollar təşkil edir.

Kartaxen müqaviləsi ümumi bazarın yaradılmasını, xarici kapitalla münasibətdə iqtisadi siyasətin qurulmasını, daxili və xarici maliyyə ehtiyatlarının səfərbər edilməsini, ittifaqın nisbətən zəif üzvləri olan Boliviya və Ekvadora xüsusi güzəştlərin təklif edilməsini nəzərdə tutur. And qrupu iştirakçı ölkələrin inteqrasiyası və sosial – iqtisadi əməkdaşlıq vasitəsi ilə onların iqtisadi artımının sürətlənməsini təmin etmək, ümumi Latın Amerikasına bazarını yaratmaq məqsədini güdür. And qrupunun əsas fəaliyyəti vahid iqtisadi siyasətin formalaşdırılmasına; həyata keçirilən layihələrin koordinasiya etdirilməsinə; qanunvericiliyin tarazlaşdırılmasına; And qrupu çərçivəsində qəbul edilmiş hüquqi normaların tətbiqinə və onların vahid şərhinə nəzarətin həyata keçirilməsinə; köməkçi orqanlar olan xüsusi sahibkarlıq İttifaqı və And əmək institutu vasitəsi ilə regionlarla And qrupu orqanları arasında sıx qarşılıqlı əlaqələrin qurulmasına yönəlidir.

And qrupu çərçivəsində aşağıdakı qurumlar yaradılmışdır:

- 1968-ci ildə yaradılmış And inkişaf korporasiyası (AİK)- o, həm inkişaf bankı, həm investisiya bankı, həm də iqtisadi və maliyyə yardımı agentliyi kimi çıxış edir;
- And ehtiyat fondu (AEF) – ödəmə balansını saxlamaq və maliyyə və valyuta siyasətini uzlaşdırmaq üçün üzv olan ölkələrin valyuta ehtiyatlarının bir hissəsini öz ixtiyarına keçirir;
- Telekommunikasiya komissiyaları assosiyasiyası – əməkdaşlığının genişləndirilməsi, regionda telekommunikasiya xidmətlərinin inkişafına yardım məqsədi ilə istifadə olunur.

1990-cı ildə «And strategiyası» qəbul olundu. Bu strategiyada üç əsas məqsəd göstərilirdi: And iqtisadi məkanının inkişafı; And qrupu ölkələrinin beynəlxalq əlaqələrinin genişləndirilməsi; Latin Amerikası ölkələri birliyinə xidmət edilməsi; Elə həmin ildə qəbul olunmuş «Sülh aktı»nın ən mühüm vəzifələr kimi, And ölkələrinin inteqrasiyası proseslərinin genişləndirilməsi; onun ayrı – ayrı mərhələlərinin həyata keçirilməsi (azad ticarət zonası, gömrük ittifaqı) ümumi And bazarının yaradılması üçün zəruri olan tədbirlərin görülməsi göstərilirdi.

İnkişaf etməkdə olan ölkələrin inteqrasiyası tarixində And paktı onunla əlamətdar olmuşdur ki, o, birdən – birə böyük bir qruplaşma miqyasında xarici monopoliyaların təsirini məhdudlaşdırmağa cəhd etmişdir. Bu aksiya İttifaqın yarandığı ilk vaxtdan keçirilməyə başlamışdır. O dövrdə bu qrupda Çili (Xalq Birliyinin hakim olduğu dövr), Boliviya və Perunun nüfuzu yüksək idi. İlk olaraq bu istiqamətdə xarici kapital, ticarət markaları, lisenziyalar bəzində ümumi rejim tətbiq olunmuşdur. Bu rejim TMK-nın fəaliyyətinə nəzarət etmək imkanı verirdi. Bu tədbirlər 1974-cü ildən sonra yaradılmış xarici müəsisələrin milli yaxud qarışıq müəsisələrə çevrilməsini həvəsləndirirdi. Belə bir müəsisəni təsis edərkən

səhmlərin təxminən 15%-i ərazisində olduğu dövlətə verilir. Ümumi rejimin çox mühüm bir müddəası xarici kompaniyalar tərəfindən çıxarılan gəlirlərə məhdudiyətlərin qoyulmasına aid idi. Hər il sərhəddən kənara çıxarılan məbləğ birbaşa investisiyaların ümumi məbləğinin 14%-dən çox olmamalı idi. Eyni zamanda xarici kapitalın qoyulma sferaları da məhdudlaşdırılırdı: o, sığorta, daxili ticarət, nəqliyyat və kütləvi informasiya vasitələrinə buraxılmırdı.

İnteqrasiyanın böyük uğurlarına baxmayaraq bu ölkələrin ümumi mal dövriyyəsində regiondaxili ticarətin payı 10% səviyyəsində qalmaqdadır.

LAATA-nın tərkibində qalan ölkələr tədricən çoxtərəfli iqtisadi əlaqələrdən ikitərəfli iqtisadi əlaqələrə keçid edirlər. Regional əməkdaşlığa stimulunun olmaması üzündən bu qruplaşma Latın Amerikasını İnteqrasiya Assosiyasiyasına (LAİA) transformasiya etmişdir. Onun ən əsas məqsədi artıq region miqyasında azad ticarət zonasını yaratmaq iştirakçı ölkələrin ikitərəfli razılaşmaları əsasında «iqtisadi prererensiyalar zonası»nı yaratmaq idi. Regiondaxili ticarətin çoxtərəfli liberallaşdırılması məsələsi arxa plana keçirdi. Gələcəkdə isə ümumi bazarın yaradılması nəzərdə tutulurdu. Bununla yanaşı Argentina və Braziliya kimi nisbətən daha inkişaf etmiş ölkələrin iqtisadi maraqları Milli bazarların qarşılıqlı açılmasının zəruriliyini şərtləndirdi. 1986-cı ildə iki ölkə iqtisadi əməkdaşlıq və inteqrasiya haqqında yeni bəyannamələrlə çıxış etdilər. Onların fəallaşmaqda olan qarşılıqlı iqtisadi təsirlərinə 1981-cı ildə Asunsonda bağlanmış dörd tərəfli müqavilə əsasında Uruqvay və Paraqvay da qoşuldular. Bununla da Cənub ümumi bazarı – MERKOSUR (Mercado Comin del Cono Sur)- yeni regional blok meydana çıxdı. Bu blokda da iştirakçı ölkələrin texniki – iqtisadi səviyyəsində əsaslı fərqlərin olması səciyyəvidir. Lakin And qrupu ilə müqayisədə regiondaxili ticarətin səviyyəsi bu blokda daha yüksəkdir. Müqavilə nəinki gömrük ittifaqının, hətta ümumi bazarın da formalaşması üçün qarşılıqlı ticarətdə (mərhələ –

mərhələ) tarif və digər maneələrin aradan qaldırılması, mal, xidmət, kapital və işçi qüvvəsinin hərəkətinin sərbəstliyinin təmin edilməsini, ümumi xarici tarifi, malların mənşəyinin müəyyən edilməsini vahid qaydaların təyin olunmasını nəzərdə tuturdu. Xüsusi həssas mallar ticarətinin tam liberallaşdırılmasının müddəti Argentina və Braziliya üçün 1989-cu ilin yanvarın 1-dən, Paraqvay və Uruqvay üçün isə 2000-ci ilin əvvəlindən müəyyən olundu.

Son illər MERKOSUR yüksək inteqrasiya dinamikasını nümayiş etdirir. MERKOSUR-n daimi nümayəndələr Komitəsi, Texniki katibliyi, Arbitraj məhkəməsi yaradılmışdır. Gömrük ittifaqının möhkəmləndirilməsi istiqamətində iş davam etdirilir. MERKOSUR-un üzvü olan ölkələr artıq makroiqtisadi siyasətin koordinasiyasına tam yaxınlaşmışlar.

2000-ci ilin sonunda MERKOSUR ölkələri CAR ilə azad ticarət müqaviləsi imzaladılar. CAR ilə razılaşma regional inteqrasiya lahiyəsinə yeni transatlantik bir miqyas verə bilər.

MERKOSUR hələ ABŞ-a tam bağlanmayan bir sıra Latın Amerikasına ölkələri üçün cazibə mərkəzinə də çevrilə bilər. 1968-ci ildə təsis edilmiş Karib azad ticarət assosiasiyasının varisi kimi 1973-cü ildə Çaquaramas müqaviləsi əsasında Karib birliyi (KARİKOM) yaradılmışdır. KARİKOM-a Karib hövzəsinin 14 ölkəsi daxildir: Antiqua və Barbuda, Baqam adaları, Barbados, Beliz, Qayana, Qrenada, Dominikan, Montserrat, Sent-Kits və Nevis, Sent-Lüsiya, Sent-Vinsent və Qrenadin, Surinam, Trinidad və Tobaqo, Yamayka. Assosiasiya üzvləri isə Virjiniya Britaniya adaları və Terks və Kaykos adalarıdır.

KARİKOM-un məqsədi vahid xarici tarifi, əmtəənin mənşəyi qaydalarının tətbiqini nəzərdə tutan ümumi bazarı yaratmaq, üzv olan dövlətlərin iqtisadi inteqrasiyasına nail olmaqdır. Kənd təsərrüfatı, infrastruktur, turizm, valyuta və kredit sferalarında siyasətin koordinasiya edilməsi, həmçinin üzv olan ölkələrin xarici siyasətinin koordinasiya edilməsi və

texniki, sosial, mədəni sahələrdə əməkdaşlıq da nəzərdə tutulur. KARİKOM çərçivəsində bir sıra müstəqil təşkilatlar fəaliyyət göstərir: ticarət əməkdaşlığı üzrə – Karib ümumi bazarı (KÜB); kredit əməkdaşlığı üzrə – Karib inkişaf bankı, Karib inkişaf korporasiyası və b.

1990-cı ildə Latın Amerikasında gedən inteqrasiya proseslərinin xarakteri keyfiyyətcə dəyişmişdir ki, bu da əsasən inteqrasiya etmiş qruplaşmalar arasındakı münasibətlərdə geniş partnyorluq və açıq regionalizm prinsiplərinin qavranılması ilə əlaqədardır.

Latın Amerikasını ölkələrində gedən inteqrasiya proseslərinin daha yüksək formalarına keçid üçün obyektiv əsaslar olmasa, əsil inteqrasiya münasibətləri yarana bilməz. Məhz, buna görə LAAT, LAİA kimi qruplaşmalar zamanın sınağından keçməmiş və səmərəsiz olmuşdur.

Asiyanın regionalizm modelləri əsasən inteqrasiya effektinin təsiri altında formalaşmışdır. Lakin bu prosesin «ağ ekstremizmə» qarşı yönəldilən «böyük Şərqi Asiya çiçəklənmə sferası» şüarının yarandığı dövrə gedib çıxan dərin tarixi kökləri var. Sonralar Sakit okean azad ticarət zonası planı irəli sürülmüşdür. Bu plan da az sonra Sakit okean ticarət və inkişaf təşkilatının yaradılması haqqında təklifə transformasiya etmişdir.

Asiya regionalizminin qruplaşmaların müasir modelləri qruplaşmaların daxilində gedən inteqrasiya proseslərinin dərinliyi və qüvvəsinə görə fərqlənsə də onları Şərqi Asiya iqtisadi çiçəklənmə zonasını yaratmaq məqsədi ilə bağlı olan vahid təhrikədiç stimullar birləşdirir. Bundan əlavə, burada qonşu ölkələr üçün qüdrətli iqtisadi cazibə mərkəzi olan və az inkişaf etmiş autsayderlərə lazımi yardım göstərmək üçün maliyyə, maddi və kadr ehtiyatlarına malik olan bir nüvə də vardır.

Asiya regionalizmini SOİƏT (Sakit okean iqtisadi əməkdaşlıq təşkilatı) və ACEAH misallarında nümayiş etdirək.

Hökumətlərarası Asiya – Sakit okeanı iqtisadi əməkdaşlıq təşkilatı beynəlxalq forumu – (ASOİƏT), iştirakçı ölkələrin iqtisadi artımını dəstəkləmək, o cümlədən Asiya – Sakit okeanı regionu ölkələrinin xidmətlər, kapital və texnologiyalar sahəsində iqtisadi qarşılıqlı asılılığına müsbət təsiri gücləndirmək məqsədilə 1989-cu ildə təsis edilmişdir. Bu təşkilat müxtəliflik, könüllülük, konsensus prinsipləri əsasında təsis edilmişdir. Hal - hazırda təşkilata 21 dövlət və ərazi, o cümlədən, Amerikanın 5 ölkəsi (Kanada, ABŞ, Meksika, Peru, Çili), Asiyanın 13 ölkə və ərazisi (Bruneı, Vyetnam, İndoneziya, ÇXR, Malaziya, Papua-Yeni Qvineya, Koreya Respublikası, Sinqapur, Syanqan (honkonq), Tayvan, Tailand, Filipin, Yaponiya), habelə Rusiya, Avstraliya və Yeni Zelandiya daxildir.

ASOİƏT formal məsləhət statusuna malikdir. 1993-cü ildən başlayaraq hər il ASOİƏT-nın «iqtisadiyyat liderlərinin» görüşləri adlanan sammiti keçirilir ki, bu da birliyə qeyri – formal xarakter verir. Buna baxmayaraq faktiki olaraq regional ticarət, investisiya və maliyyə fəaliyyəti qaydalarının işlənilib hazırlanmasına da cəhdlər edilir. ASOİƏT-nın əksər üzvləri ÜTT-na daxildir. ASOİƏT regionunda 2 mlrd.- dan çox insan yaşayır, üzv olan Ölkələrin ÜMM 16 trln. dollar (1998) təşkil edir, dünya ticarətində onların payına 42% düşür. Regiondaxili ticarətin həcmi hal - hazırda ASOİƏT iştirakçılarının xarici mal dövriyyəsinin 70%-ni aşır. ASOİƏT-nın üzvü olan ölkələr təsərrüfatlarının miqyas və səviyyəsinə görə bir-birindən fərqlənir ki, bu da təşkilatın fəaliyyətinə öz təsirini göstərir. Məhz buna görə də, məsələn, 1990-cı illərdə ASOİƏT elə bir əhəmiyyətli nailiyyətlər əldə edə bilməmişdir. ASOİƏT-nın sammitlərində Asiya – Sakit okeanı regionu ölkələrində gömrük rüsumlarının endirilməsində maraqlı olan ABŞ, Kanada, Yaponiya ilə (ABŞ Şərqi Asiya ilə ticarətdə ən yüksək mənfi saldoya malikdir) idxalın liberallaşmasından ehtiyat edən inkişafda olan ölkələr arasında mübarizə gedirdi.

İkinci sammitdə (Boqor şəhəri, İndoneziya 1994-cü il) ASOİƏT iqtisadi liderlərinin qətnaməsi qəbul edilmişdir. Bu qətnamədə birliyin strateji məqsədi kimi 2020-ci ilə ASOR-da azad ticarət və investisiyalar sisteminin formalaşması göstərilirdi.

Ticarət və investisiyaların liberallaşdırılması yolunda irəliləyiş templərinin zəif olduğundan ASOİƏT bəzən qrupun inkişaf etmiş ölkələrdən olan üzvləri tərəfindən (ABŞ, Kanada) tənqidlərə məruz qalır. İnkişaf etməkdə olan ölkələr isə ondan narazı olduqlarını bildirirlər ki, ASOİƏT onların spesifik problem və tələbatlarını nəzərə almır.

Ekspertlər hesab edirlər ki, təsisat baxımdan ən inkişaf etmiş struktur kimi ASOİƏT-nin Sakit okeanı hövzəsində iqtisadi inteqrasiyanın bazası olmaq iddiası üçün bütün əsasları var¹.

Daha bir nüfuzlu təşkilat Cənubi – Şərqi Asiya dövlətləri assosiasiyasıdır - (ACEAH). Qurum 1967- ci ildə Banqkok qətnaməsi əsasında yaradılmışdır. Bu qətnaməyə əlavə olaraq 1976-cı ildə Cənubi – Şərqi Asiya (CŞA) dostluq və əməkdaşlıq haqqında müqavilə imzalanmışdır. 1992-ci ildə Sinqapur qətnaməsi imzalanmışdır. Bu qətnamənin əsas məqsədi regionda iqtisadi və siyasi əməkdaşlığı genişləndirməkdir.

ACEAH-a Bruney, Vyetnam, İndoneziya, Kamboca, Malaziya, Filippin, Sinqapur, Tailand daxildir. Beləliklə, ACEAH CŞA-nın demək olar ki, bütün dövlətlərini birləşdirir. ACEAH ölkələrində əhalinin sayı 480 mln-dan çoxdur, məcmu ÜMM 630 mlrd. dollara yaxındır.

Qarşılıqlı ticarət əlaqələrinin qədim tarixi ənənələri ACEAH çərçivəsində inteqrasiya əməkdaşlığının inkişafı üçün səmərəli şərait yaradır.

ACEAH-n fəaliyyət istiqamətləri aşağıdakılardır:

¹ Вах: Семенов К. А. Международная экономическая интеграция. М.: Логос, 2001. С. 74.

- İqtisadi, elmi-texniki, sosial, mədəni sahələrdə əməkdaşlığın inkişafına yardım göstərilməsi,
- Azad ticarət zonasının yaradılması (ilk əvvəl bu işin 2003-cü ilə qədər başa çatdırılması nəzərdə tutulurdu, lakin 1999-cu ildə təşkil olunmuş Manila sammitində qarşılıqlı ticarətdə tarif maneələrinin aradan qaldırılmasının müddəti 2010-cu ilə qədər uzadılmışdır; gömrük ittifaqının yaradılmasından hələ ki, söhbət getmir).

1998-ci il oktyabr ayının 6-da imzalanmış investisiya məkanı haqqında razılaşmaya əsasən kapital qoyuluşları resipiyentləri olan ölkələrin vətəndaşlarına verilən hüquqlar 2010-cu ilədək xarici investitorlara təklif olunmamışdır. ACEAH-a daxil olmayan dövlətlərdən olan investitorlar belə hüquqları 2020-ci ildə əldə edə biləcəklər.

ACEAH çərçivəsində regional iqtisadi inteqrasiya «açıq regionalizm» prinsipi əsasında həyata keçirilir. Şərqi Asiya azad ticarət zonasının (ŞAATZ) formalaşdırılması planı işlənib hazırlanmışdır. Bu zonaya ACEAH ölkələrindən başqa Yaponiya, Çin, Koreya Respublikası qoşulacaqlar. Yeni qruplaşmanın iştirakçıları onun kifayət qədər açıqlığını təmin etməli və bir sıra əsas prinsiplərə (insan hüquqları, ətraf mühitin mühafizəsi sahəsində fəal siyasət və s.) riayət edilməsinə zəmanət verməlidir.

ŞAATZ-nın formalaşdırılması yolunda bir neçə ciddi maneələr var. Bu maneələr ilk növbədə Yaponiya və Koreya Respublikasının kənd təsərrüfatı məhsulları bazarının liberallaşdırılması problemi, regionun kiçik dövlətləri olan Kamboca, Laos və b. ilə qarşılıqlı münasibətlər konsepsiyasının olmaması ilə əlaqədardır.

ACEAH ölkələrinin regional inteqrasiyasının yeni formalarından biri də «iqtisadi artım üçbucaqlarının» yaradılmasıdır. Bu əməkdaşlıq formasının əsas ideyası TMK-nı ucuz işçi qüvvəsinə; yüksək dərəcəli mütəxəssis və nisbətən inkişaf etmiş infrastruktura malik olan üç dövlətin

sərhədyanı sahələrini birləşdirən zonalarının iqtisadiyyatına cəlb etməkdir. «Artım üçbucaqlarının» bir neçə layihəsi, o cümlədən, cənub üçbucağı (Sinqapur), Coxor ştatı (Malaziya), Riau əyaləti (İndoneziya), şimal üçbucağı, platin üçbucağı və s. layihələri işlənib hazırlanmışdır.

Digər regional qruplaşmalar ACEAH və ASOİƏT kimi sürətli inkişafa nail ola bilmədiklərindən nə iştirakçı dövlətlərin iqtisadiyyatına, nə də bütövlükdə regionlaşma prosesinə əhəmiyyətli təsir göstərə bilmirlər.

Şərqi Asiyanın təcrübəsi göstərir ki, regional inteqrasiya dinamik ola bilər. Bazar proseslərinə əsaslanan bu inteqrasiya modelini formal razılaşmaların köməyi ilə yaratmaq mümkün deyil. Bu razılaşmalar inteqrasiya modelini yalnız sürətləndirə bilər. Odur ki, Asiya regionalizminin inkişafını formal regional birliklərlə izah etmək düzgün olmazdı. Bəzən regional birlikləri «təbii bloklar» kimi də təsvir edirlər. Bu arqument ciddi olsa da, bütün hallara şamil edilə bilməz.

İndi də Afrika qitəsi ölkələri üçün səciyyəvi olan formal inteqrasiya modellərini nəzərdən keçirək. Bu ölkələri bir-birinə yaxınlaşdıran cəhət qarşılıqlı faydalı əmək bölgüsünün məhdud olmasında, sərt proteksionizmdə, maliyyə yardımının göstərilməsi üzrə səmərəli dövlətlərarası fondlar mexanizmlərinin olmamasında, bank-maliyyə sferasının zəifliyində və nəyahət, siyasi və iqtisadi mədəniyyətin yetkin olmamasındadır.

Afrika qitəsində inteqrasiya prosesləri 1960-cı illərdə başlamışdı. Sonralar burada çoxlu sayda subregional qruplaşmalar yaradıldı. Lakin obyektiv və subyektiv səbəblərdən bu qruplaşmalar gözlənilən inteqrasiya effektivinə nail ola bilmədilər. Afrika ölkələrinin iqtisadi inkişaf səviyyəsinin aşağı olması inteqrasiyanın xarakterinə öz təsirini göstərir. Rusiya tədqiqatçısı Y.V. Şişkov yazır: «Aqrar və sənayeləşmə yolunda ilk addımlar atan ölkələrin iqtisadi inteqrasiya imkanları daha azdır. Onların iqtisadiyyatları ya bir - birini, ümumiyyətlə qarşılıqlı tamam-

lamır, ya da çox dar bir diapazonda bir-birini tamamlayır. Buna görə də onlar bir-birinə can atmır, əksinə, dünya bazarındakı rəqiblər kimi özlərini bir-birindən uzaqlaşdırır. Onların sənaye ölkələri ilə ticarət əlaqələrinə can atması da bu ölkələrlə inteqrasiyaya aparmır. Bu isə başqa səbəblə, yəni, texniki – iqtisadi və sosial - mədəni inkişaf səviyələrindəki, təsərrüfat modelləri və hüquq sistemlərindəki, hətta insan kapitalının keyfiyyətindəki dərin fərqlərlə izah olunur».¹

Bütün bunlara baxmayaraq Afrika ölkələri regional əməkdaşlığın fəallaşdırılmasına can atır və onun adekvat modelini axtarmaqda davam edirlər. 1994-cü ildə Qərbi Afrika iqtisadi və valyuta ittifaqı (UEMOA) yaradıldı. Bu ittifaq 1973-cü ildən fəaliyyət göstərən Qərbi Afrika Valyuta İttifaqının varisi oldu. Onun tərkibinə 7 ölkə daxildir: Benin, Burkina-Faso, Kot-d'İvuar, Mali, Niger, Sineqal, Toqo. UEMOA-nın məqsədləri və fəaliyyətinin əsas istiqamətləri aşağıdakılardır:

- Coxtərəfli nəzarət sistemi vasitəsilə üzv olan ölkələrin iqtisadi inkişaf və iqtisadi siyasətini koordinasiya etməklə iqtisadi inteqrasiyaya nail olmaq;
- Ümumi gömrük tariflərinin tətbiqi, birgə ticarət siyasətinin həyata keçirilməsi, mal, xidmət və insanların azad hərəkətini təmin etməklə əsasında ümumi bazarı inkişaf etdirmək.

Qərbi Afrika dövlətləri iqtisadi birliyi (EKOBAC) 1976-cı ildə qüvvəyə minmiş Qərbi Afrika dövlətləri iqtisadi birliyi haqqında müqaviləyə əsasən 1975-si ildə yaradılmışdır. EKOBAC - nin tərkibinə 16 ölkə daxildir: Benin, Burkina-

¹ Шишков Ю. В. Интеграционные процессы на пороге XXI века. Почему не интегрируются страны СНГ. М.: ИП «III тысячелетие». 2001. С. 74.

Faso, Kot-d'İvar, Kabo-Verde, Qambiya, Qana, Qvineya, Qvineya-Bisau, Liberiya, Mali, Mavritaniya, Niger, Nigeriya, Seneqal, Syerra-Leone, Toqo. EKOBAC-ın məqsədi ümumi bazarı, iqtisadi və valyuta ittifaqını yaratmaq, valyuta əməkdaşlığı və regional ticarətin liberallaşdırılması üzrə sahəsində proqramları həyata keçirməkdir.

1966-cı ildən Mərkəzi Afrika Gömrük və iqtisadi ittifaq (UDEAK) fəaliyyət göstərir. Ekvatoriya gömrük ittifaqının varisi olan bu təşkilatın tərkibinə 6 dövlət daxildir: Qabon, Kamerun, Konqo Respublikası, Mərkəzi Afrika Respublikası, Çad, Ekvatoriya Qvineyası. İttifaqın məqsədləri sırasına Mərkəzi Afrika ölkələrinin ümumi bazarının yaradılması və möhkəmləndirilməsi daxildir.

UDEAK ölkələrinin ümumi bank və valyutası vardır, üzv olan ölkələrin üzvlük haqqından formalaşan həmrəylik fondu da yaradılmışdır. UDEAK çərçivəsində bəzi ümumi iqtisadi layihələr, məsələn, Qabonda nefti destillə edən zavodun tikintisi həyata keçirilir.

1992-ci ildə **Cənubi Afrika inkişaf birliyi (SADK)** təsis edilmişdir. Onun tərkibinə 11 ölkə - Anqola, Botsvana, Zambiya, Zimbabve, Lesoto, Malavi, Mozambik, Namibiya, Svazilend, Tanzaniya, CAR - daxildir. Təşkilatın əsas fəaliyyəti kapital, işçi qüvvəsi, mal və xidmətlərin sərbəst hərəkəti yolunda maneələrin tədricən ləğv edilməsinə yönəlidir. SADK-ın inkişafında «lokomotiv» rolu CAR-na verilir, üzv olan ölkələrin iqtisadi və sosial infrastrukturundakı fərqlər əməkdaşlıq proqramının həyata keçirilməsini mürəkkəbləşdirir.

1994-cü ildə **Cənubi və Şərqi Afrikanın ümumi bazarı (KOMESA)** yaradıldı. Müqavilədə KOMESA-nın inkişaf edərək iqtisadi birliyə də çevrilməsi nəzərdə tutulur. KOMESA-nın tərkibinə Anqola, Burundi, Konqo Demokratik Respublikası, Cibuti, Misir, Zambiya, Zimbabve, Keniya, Komor adaları, Lesoto, Mavriki, Madaqaskar, Malavi, Mozambik, Namibiya, Ruanda, Svazilend, Seyşel

adaları, Sudan, Tanzaniya, Uqanda, Eritreya, Efiopiya daxildir.

KOMESA-nın fəaliyyətinin əsas istiqamətləri aşağıdakılardır: ticarətin liberallaşdırılması, maliyyə-valyuta və gömrük əməkdaşlığı, o cümlədən qarşılıqlı hesablamalar üçün Şərqi və Cənubi Asiyanın vahid valyutası olan yesakunun yaradılması, nəqliyyat və rabitə, sənaye, kənd təsərrüfatı, elm və texnika, turizm və s. sahələrdə əməkdaşlıq.

Göstərilənlərdən başqa müxtəlif illərdə Afrikada digər qruplar da yaradılmışdır:

- Maqrib iqtisadi birliyi (KEM). İştirakçılar – Əlcəzair, Mavritaniya, Mərakeş, Tunis;
- Ümumi Afrika – Mavriki təşkilatı (OKAM). İştirakçı ölkələr - Benin, Kot-d'İvuar, Burkino-Faso, Mavrikiya, Niger, Ruanda, Seneqal, Toqo, Mərkəzi Afrika Respublikası;
- Mərkəzi Afrika ölkələri ittifaqı (UEAK). İştirakçılar – Zair, Çad;
- Böyük göllər iqtisadi ittifaqı (SEPQL) ölkələri. İştirakçılar – Burundi, Zair, Ruanda.

Afrika qitəsinin bütün ölkələrini birləşdirən təşkilat 1963-cü ildə yaradılmış Afrika birliyi təşkilatıdır (ABT). Onun vəzifələrinə siyasət və diplomatiya, müdafiə və təhlükəsizlik, iqtisadiyyat (o cümlədən nəqliyyat və rabitə), təhsil və mədəniyyət, səhiyyə və ərzaq təminatı, elm və texnika sahələrində əməkdaşlığın koordinasiya etdirilməsi daxildir. ABT təkcə iqtisadi təşkilat deyil, onun funksiyaları daha genişdir.

Beləliklə, Afrikada müxtəlif illərdə yaradılmış regional təşkilatların sayı kifayət qədərdir və bu təşkilatlara qitənin, demək olar ki, bütün ölkələri daxildir. Lakin bu ölkələrin dünya iqtisadiyyatına tezliklə inteqrasiya etməsi bir sıra səbəblər üzündən sual altında qalmaqdadır. Yalnız ticarət və birbaşa investisiyalar, telekommunikasiya və infrastruktur sahələrində əsas islahatlar aparmaqla bu ölkələr dünya iqtisadiyyatına inteqrasiya edə bilərlər. Bəzi alimlər inves-

tisiya prosesinin makroiqtisadi stabilliyi və insan kapitalının formalaşdırılması üçün daxili iqtisadi siyasətin əhəmiyyətini vurğulayırlar. Beləliklə, inkişaf etməkdə olan ölkələrin dünya iqtisadiyyatına inteqrasiyası problemi aşağıdakılardan ibarətdir: inkişafda olan bütün ölkələr belə islahatları bərabər səviyyədə aparmaq iqtidarındadırmı? Son illərin diskussiyaları göstərdi ki, bəzi ölkələrdə belə islahatların aparılması yolunda ciddi siyasi və sosiomədəni maneələr mövcuddur. Mövcud olan maneələrin davamlı olması ona işarə edir ki, qloballaşma prosesi inkişaf etməkdə olan ölkələrin inkişaf səviyyələrindəki fərqləri daha da artıracaqdır.

1990-cı illərdə regional iqtisadi birliklər özünün zirvə nöqtəsinə çatmışdı. Bu mərhələdə «yeni regionçuluq», «ikinci regionçuluq», «blokların yaranması» kimi anlayışlar səciyyəvi idi. Odur ki, belə sual yaranır: regionlaşmanın bu ikinci dalğası inkişaf etməkdə olan ölkələrin iqtisadi geriliyinin azalması üçün nə dərəcədə imkanlar yaradır? Hesab olunur ki, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə «birinci» və ya «köhnə» regionçuluq məğlubiyətə uğradı. Bunun səbəbləri isə ilk növbədə bu ölkələrin iqtisadi strukturlarının oxşarlığında, iqtisadiyyatlarının zəif dinamikasında və qarşılıqlı öhdəliklərinin olmamasında idi.

Beləliklə, məşhur rus alimi V.Y.Şişkovun fikrinə görə, «XXI əsrin ilk 20-30 ilinin dünya iqtisadi məkanı ticarət-siyasi mənada mürəkkəb və ən azı dörd qatdan təşkil olunan bir struktur kəsb edir. Birincisi tərəflərin davranışını tənzimləyən və regional və yaxud qlobal razılaşmalarla əhatə olunmayan aspektlərdə onların qarşılıqlı preferensiyalarını müəyyən edən çoxsaylı ikitərəfli iqtisadi razılaşmalar qatıdır. İkincisi XX əsrdən qalmış və ya yenidən əmələ gəlmiş kiçik və orta regional ticarət qruplaşmaları qatıdır. Bu qruplaşmalar əsasən dünyanın inkişaf etməkdə olan regionlarına aiddir. Üçüncü qatı Qərbi Avropa, Şimali Avropa və Cənubi-Şərqi Asiyanın qüdrətli postsənaye dövlətlərinin başçılıq etdiyi üç nəhəng ticarət-siyasi bloku təşkil edir. Bu blok çərçivəsində

milli təsərrüfatların konvergensiyası və onların iri polidövlət iqtisadi orqanizmlərə çevrilməsi prosessləri çox fəal cərəyan edəcəkdir. Nəhayət, dördüncü qatı üç superblok arasındakı ticarət-siyasi razılaşmaları təşkil edir».¹

Bununla əlaqədar Rusiyanın qarşısında mürəkkəb bir vəzifə durur: çoxqütblü dünya ilə qarşılıqlı təsirlərin prioritetlərini müəyyən etməlidir. Yaxın gələcəkdə Rusiyanı Aİ və Asiya-Sakit okeanı regionu ölkələri ilə qarşılıqlı iqtisadi təsirləri daha optimal görünür. Eyni zamanda Rusiya MDB ölkələri ilə birlikdə söylərini inteqrasiya birliklərinin formalaşdırılmasında cəmləşdirməlidir.

Yoxlama sualları

1. Beynəlxalq iqtisadi inteqrasiyanın əsas cəhətləri. Tərifini söyləyin.
2. Hansı milli təsərrüfatlar hansı yollarla inteqrasiya etmək qabiliyyətinə malikdirlər?
3. Dövlətlərarası birləşmələrin əsas modellərini səciyyələndirin.
4. Yeni regionçuluğun səciyyəvi cəhətlərini göstərin.
5. Dünya iqtisadiyyatında qloballaşma və regionlaşmanın nisbəti.
6. İnteqrasiya prosesslərinin inkişaf şəraitində dünya iqtisadi məkanı hansı konfigurasiyanı ala bilər?

¹ Шишков Ю. В. Интеграционные процессы на пороге XXI века. Почему не интегрируются страны СНГ. М.: НП « III тысячелетие», 2001. С. 356-366.

Fəsil VI

QLOBAL KÖRPORASIYALAR

Beynəlmiləşmə prosessinin mühüm tərkib elementini və eyni zamanda qloballaşmanın əsas mənbələrindən birini transmilliləşmə təşkil edir. Transmilliləşmə çərçivəsində istehsal, istehlak, ixrac, idxal və gəlirin böyük bir hissəsi bu dövlətin hüdudlarından kənardakı beynəlxalq mərkəzlərdən asılı olur. Aparıcı qüvvə kimi burada transmilli kompaniyalar (TMK) çıxış edir. Eyni zamanda onların özü də beynəlmilləşmənin həm nəticəsi, həm də əsas hərəkətverici qüvvəsidir. Beləliklə, müasir qlobal iqtisadiyyatda onun əsas iştirakçısı olan dövlətlərlə yanaşı, TMK da böyük rol oynayır.

«Trans» önlüyü o deməkdir ki, TMK mal və xidmətləri milli sərhədlərdən kənarında satır; onlar ideya, zövq, standart və texnologiyaları bütün dünya boyu yayır; onlar öz əməliyyatlarını qlobal miqyasda planlaşdırır, lakin bu arada öz milli xarakterini qoruyub saxlayır. TMK dedikdə adətən, sənaye aktivlərinə birdən artıq ölkədə nəzarət edən firmalar nəzərdə tutulur. Ana kompaniyalar qəbul edən ölkələrdəki firmalara investisiya etməklə yerləşdiyi ölkələrdə xarici aktivləri əldə edir. Investisiya etmənin bu tipi idarəetmə və nəzarət hüquqlarını nəzərdə tutur və birbaşa xarici investisiyalar kimi nəzərdən keçirilir. Portfel investisiyaları isə, əksinə, nəzarət hüququnu vermir, onlar adətən, gəlir əldə etmək məqsədilə, xarici qiymətli kağızlar və pul bazarı alətlərinin alışımlı kəsb edir.

Əgər kompaniyalar sadəcə xaricdə alqı satqı aparırsa, və ya xarici firmaların partnyorları kimi çıxış edirsə, onda onlar TMK hesab olunmur. TMK statusunu almaq üçün bir neçə yol var. Məsələn:

1) kompaniyanın xaricdə çoxlu sayda filial və firmaları varsa;

2) dünyanın bir çox ölkələrində fəaliyyət göstərsə;

3) bütün gəlirlərlə müqayisədə xaricdə əldə edilmiş gəlir payı daha yüksəkdirsə;

4) onun işçiləri, səhmdarları və menecerləri müxtəlif ölkələrin nümayələridirsə;

5) onun xarici əməliyyatları təkcə satışdan deyil, həm də istehsaldan, tədqiqatlardan və elmi işləmələrdən ibarətdirsə, o, TMK statusunu ala bilər.

Lakin beynəlxalq kompaniyaların statistikasını bir çox çətinliklərlə üzləşir. Özəl firmalar kimi, onlar öz fəaliyyəti haqqında informasiya verməkdə ehtiyat edirlər, informasiyanın bir hissəsi gizli saxlanılır. Beynəlxalq korporasiyaların şərtlərində də fərqlər mövcuddur. Onları adətən, ikidən çox ölkədə aktivlər üzərində nəzarət hüququna malik olan firmalar kimi səciyyələndirirlər. Lakin bəzi müəlliflər xarici istehsalın həcmi kimi mühüm bir meyarı da qeyd edirlər. Görünür TMK-nın birmənalı tərifini vermək çətindir. Çünki TMK-nın təşkilat strukturu beynəlxalq iqtisadi münasibətlərdəki dəyişikliklərə uyğunlaşaraq, daimi dəyişir. Bir vaxtlar TMK üzrə BMT komissiyası TMK-a belə bir tərif vermişdir. Bu:

- hüquqi forması və fəaliyyət sahəsindən asılı olmayaraq iki və ya ikidən artıq ölkədə vahidləri olan;
- razılaşdırılmış siyasəti aparmaq imkanı verən qərarların qəbul edilməsi sistemi çərçivəsində əməliyyat aparan;
- ayrı-ayrı vahidləri bir-birilə mülkiyyət vasitəsilə və bir vahidin digər vahidin fəaliyyətinə əhəmiyyətli təsir göstərə biləcəyi hansısa başqa yolla əlaqədə olan kompaniyalara deyilir.

Beynəlxalq korporasiyaların iki növünü qeyd etmək olar:

1. Kapitalına görə milli (yəni baş kompaniya bir ölkəyə məxsusdur), fəaliyyət sferasına görə beynəlxalq olan (investisiyalar dünyanın bir çox ölkələrinə edilir) transmilli korporasiyalar (TMK);
2. Həm kapitalına, həm də fəaliyyət sferasına görə beynəlxalq (baş kompaniya bir neçə ölkənin kapitalına məxsusdur, investisiyalar da bütün dünya boyu edilir) olan multimilli korporasiyalar (MMK).

Müasir beynəlxalq korporasiyaların böyük əksəriyyəti TMK formasında mövcuddur. Bununla belə, müasir şəraitdə bu fərqlər tədricən yox olmaqdadır. ABŞ və bəzi digər ölkələrdə «transmilli korporasiyalar» termininə üstünlük verirlər, çünki həqiqətdə mülkiyyət və nəzarət multimilli deyildirlər. Əksər multimilli korporasiyalar etnosentrik səciyyə daşıyır, çünki qərargahları yerləşən xaricdəki filial və elmi-tədqiqat bölmələrinə göstərişlər gələn ölkəyə yönəldirlər. Buna baxmayaraq, MMK-in müəyyən hissəsi daha geosentrik xarakter almaqdadır.

Müxtəlif ölkələrin TMK-ı arasındakı strateji alyanslar TMK-in hansısa konkret bir ölkə ilə əlaqələndirmə məsələsini daha da mürəkkəbləşdirir. Bu alyanslar məhsulun bölgüsü haqqında razılaşmalar formasını, (*production sharing*), birgə tədqiqatlar və s. formasını ala bilər. Nəzarət qəbul edən ölkələr TMK-ı özlərinin tələblərinə uyğun olan fəaliyyətə qoşulmağa məcbur edə bilərlər. Məsələn, TMK ölkəyə yalnız yerli firmalarla birgə müəssisələr formasında daxil ola bilərlər. İki və ya daha çox firmanı birləşdirən bu kimi birgə müəssisələr Şərqi Avropa və inkişafda olan ölkələr üçün səciyyəvidir.

Beləliklə, «transmilli korporasiyalar» termini o faktı əks etdir ki, baza ölkəsi əksər beynəlxalq kompaniyalar üçün mühüm olaraq qalmaqdadır. Buna baxmayaraq, geomərkəzi firmaların, strateji alyansların və birgə müəssisələrin mövcud

olması onu göstərir ki, korporasiyalar milliyyətinin əhəmiyyət dərəcəsinə görə bir-birindən fərqlənir.

Kompaniyaların transmilliyə çevrilməsinin səbəbini daha aydın dərk etmək üçün, şaquli və üfüqi inteqrasiyanı bir-birindən fərqləndirmək lazımdır. Üfüqi inteqrasiya etmiş TMK özünün xaricdəki bölgələrində də həmin məhsulu istehsal edərək öz əməliyyatlarını milli sərhədlərin hüdudlarından kənara çıxarır. Üfüqi inteqrasiya etmiş TMK yaşam dövrünün müxtəlif mərhələlərində olan mal və xidmətləri istehsal edir, onun xarici bölmələrindən birinin fəaliyyət nəticələri digər bölgələrdə emal edilir.

Firmalar şaquli inteqrasiyaya öz bazar payını stabilləşdirmək və ya genişləndirmək məqsədilə qoşulurlar. Birbaşa bazarda istehsal etməklə firma onun spesifik xüsusiyyətlərinə və istehlakçıların tələblərinə daha asanlıqla uyğunlaşa bilər.

Şaquli inteqrasiyanın daha mühüm bir səbəbi xarici hökumətlərin siyasətidir. Hökumətlər xarici idxal üçün tarif və qeyri - tarif məhdudiyyətlərini tətbiq etdikdə, firmalar buna istehsalı bu maneələr «daxilində» təşkil etməklə cavab verə bilər. Məsələn, 80-ci illərin əvvəllərində Yapon ixracatında Amerika avtomobil bazarının ən böyük hissəsi Yaponiyanın Honda konserninin payına düşürdü. ABŞ 1981-ci ildən 1985-ci ilədək Yaponiya avtomobilləri üçün könüllü ixrac məhdudiyyətlərini tətbiq edəndə, Honda ABŞ-da istehsal etməyə başlayan ilk Yapon avtomobil kompaniyası oldu. Bundan əlavə, milli hökumətlər 1970-ci illərin əvvəllərindən birbaşa xarici investisiyaları daha fəal cəlb etməyə başladılar.

Üfüqi inteqrasiyadan daha çox vəziyyəti aydınlaşdırmaq məqsədi ilə istifadə olunur. Üfüqi inteqrasiya etmiş firmalar xammal və digər lazımi materiallar əlçatmaz olduqda əks inteqrasiya haqqında qərar qəbul edirlər. Bu kimi inteqrasiyaya misal olaraq poladəritmə kompaniyalarının çuqunun hasilinə, rezin-texniki məhsullarının – təbii kauçukun hasilinə, neft emalı kompaniyalarının – neftin

hasilinə qoyuluşlarını göstərmək olar. Belə əks inteqrasiya xammalın keyfiyyətinə nəzarət etməyə imkan verə bilər.

Birbaşa inteqrasiyanın da motivi, qeyri - müəyyənliyi aradan qaldırmaq, mal və xidmətlərin keyfiyyətini artırmaqdır.

Üfüqi inteqrasiyanın daha bir səbəbi rəqabəti məhdudlaşdırmaq cəhdidir. Xammal mənbələrinə az sayda TMK-lar nəzarət edərsə, onda onlar bazara yeni rəqiblərin daxil olmasına maneçilik törədə bilərlər. Özəl kompaniyalar olan TMK üfüqi inteqrasiyanı dövlətin onların əməliyyatlarına nəzarətini məhdudlaşdırmaq məqsədilə həyata keçirirlər. Məsələn, TMK bəzən hökumətlərin xəbəri olmadan transfert qiymətləri ilə manipulyasiya edirlər. Transfert qiymətləri firmadaxili tədarüklərin həyata keçirildiyi qiymətlərə deyilir. Onlar firmadaxili əməliyyatları səmərəli idarə etməyə və xarici bölgələrin fəaliyyətinə nəzarət etməyə imkan verirlər. TMK qarşılıqlı əməliyyatlarda qiymətləri süni şəkildə azaltmaqla və ya artırmaqla elan edilmiş gəlirləri vergi qoyulması yüksək olan ölkələrdən nisbətən aşağı olan ölkələrə göndərə bilərlər.

TMK-a çevrilməkdə olan firmaların buna həm istəyi, həm də imkanı olmalıdır. Kommunikasiya, nəqliyyat və texnologiyalardakı yeniliklər təsərrüfat fəaliyyətinin beynəlmiləşməsini asanlaşdırır. Həm qlobal bazara çıxışdan, həm də öz daxili bazarındakı fəaliyyətindən faydalanan firmalar daha uğurla beynəlxalq səviyyəyə nail olur. Bir tərəfdən, TMK milli dövlətlər dünyasında fəaliyyət göstərir. Onlar yerli istehlakçıların tələb və zövqlərinə uyğunlaşmalı, milli qanunvericiliyə tabe olmalıdırlar. Digər tərəfdən, TMK qlobal bazarda iştirakdan irəli gələn çoxsaylı üstünlüklərə, o cümlədən, miqyasda qənaət, qlobal maliyələşdirmə imkanı, xammal və materiallara xüsusi çıxış və s. malikdirlər.

Yüksək ixtisaslı kadrların, elmi - texniki bilik və təcrübənin cəmləşməsi idarəetmənin qlobal təşkili bu kompaniyalara maddi – texniki təchizat, istehsal və satış mənbələrini optimal tərzdə yerləşdirməyə imkan verir. Transmilli struktura malik

olduqlarına görə onlar bazarın konyukturasındakı, iqtisadi siyasətdəki, vergi səviyyələrindəki, texniki və ekoloji standartlardakı ölkə fərqlərindən faydalana bilərlər.

Dünya iqtisadiyyatında TMK iştirakının artması onu sübut edir ki, TMK qloballaşmanın agentləri rolunu yerinə yetirirlər. Onlar bu gün beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin praktiki olaraq bütün sferalarında üstünlüyə malikdirlər. Onların sayı isə durmadan artır. 1988-ci ildə dünyada 19 min TMK mövcud idi. Bütün bazar iqtisadiyyatı ölkələrinin ÜDM – nun 25-30%-i TMK nəzarəti altında idi. 90-cı illərin əvvəllərində onların sayı 37 minə, xarici filiallarının sayı isə 206 minə qədər artmışdır. TMK haqqında BMT-nin məlumatlarına görə, 90-cı illərin ortalarında 276 mindən çox filiallara nəzarət edən 44508 belə struktur mövcud idi. Bu arada inkişaf etmiş ölkələrin ərazisində 80%-dən çox ana kompaniyalar yerləşdirilmişdi. UNCTAD-ın hazırladığı 2004-cü ilin dünya investisiyaları haqqında məruzədə bildirilir ki, hazırda dünyada 61 minə yaxın TMK və təxminən 900 min xarici filiallar fəaliyyət göstərir. 4,8 trilyon dolları aşan xarici investisiyalar 17,7 trilyon dollar məbləğində xarici aktivlər yaratmağa imkan vermişdir. Bu ekspansiyanın nəticəsində bu gün dünyadakı mal və xidmətlər axınlarının təxminən 40%-i korporasiyadaxili xarakter daşıyır.¹

Müasir dünya təsərrüfat sistemində mərkəzi yeri tutan TMK beynəlxalq münasibətlərə və bütövlükdə dünya iqtisadiyyatına getdikcə daha çox təsir göstərməkdədir.

TMK dünya iqtisadiyyatının qloballaşmasının əsasını təşkil edən biznesin transmilliləşməsinin əsas subyektidir. TMK və transmilli banklardan (TMB) dünya iqtisadiyyatının inkişafını şərtləndirən maliyyə və mal axınları keçir. Obyektiv baxımdan transmilliləşmə müxtəlif ölkələrin iqtisadi şəraitlərinin bərabərləşməsinə aparır.

¹Bax: World Investment Report 2003. UNCTAD,2003. P. 187

TMK birbaşa xarici investisiyalar (BXİ) formasında əsas kapital ixracçısıdır. Elə kapitalın çıxarılması da kompaniyaya transmilli xarakter verir. Ayrı – ayrı illərdə bəzi fərqlərə baxmayaraq, beynəlxalq ticarətlə müqayisədə BXİ-nin daha sürətlə artırdı. Belə ki, 1973-cü ildən 1995-ci ilə qədər BXİ – nin orta illik axını 12 dəfədən çox artmışdırsa (25 mlrd. dollardan 315 mlrd. dollara qədər), beynəlxalq ticarətin dövriyyəsi cəmi 8,5 dəfə artmışdır. Dünya ticarətin 2/3 hissəsi TMK tərəfindən həyata keçirilir: dünya mal dövriyyəsinin təxminən 40%-i TMK-ın tərəfindən həyata keçirilir. Firmadaxili tədarüklərin daha 1/3 hissəsini - TMK-n üçüncü firmalara satışları, yerdə qalan hissəsini TMK-a aid olmayan firmalar arasındakı ticarət təşkil edir. Onu da qeyd etmək ki, TMK dünyada fəaliyyət göstərən lisenziya və patentlərin təxminən 80%-nə, yəni, malların rəqabətqabiliyyətini şərtləndirən mühüm amilə sahibdirlər. Firmadaxili ticarətin təhlili göstərir ki, TMK-ın məşğul olduğu firmadaxili ticarətin xüsusi çəkisi arasında sıx əlaqə var. Məsələn, bir tərəfdən, əczaçılıqda elmi tədqiqat işlərinə yönəldilən xərclər istehsal xərclərinin 12%-ini aşır. Burada xarici ticarətin təxminən 90% -i firmadaxili şəbəkənin köməyi ilə həyata keçirilir. Digər tərəfdən isə, elmi – tədqiqat işlərinə cəmi 1% xərc qoyulan paltar istehsalında firmadaxili şəbəkə xarici ticarət əməliyyatlarının cəmi 5%-ni təşkil edir.¹

Dünya təsərrüfat sisteminin nüvəsini təxminən 500 ən iri korporasiyalar təşkil edir. Bu arada inkişaf etmiş ölkələrdə hər sahədə cəmi 2-3 belə supernəhəng üstünlük edir. Ən iri TMK dövriyyəsi bu gün bir çox ölkələrin ÜDM-nu aşır. Hesablanmışdır ki, məsələn, dünyanın 100 ən iri iqtisadi sistemlərindən 52-si korporasiyalar, 48-i isə milli

¹ С. Дюмулен И. И. Международная торговля услугами. М., 2001. С. 22.

təsərrüfatlardır.¹

Ən iri TMK-n beşi uzunmüddətli istifadə məhsullarının, təyyarələrin, elektron avadanlıqlarının, avtomobillərin və digər məhsulların istehsalının təxminən yarısına nəzarət edirlər. İnformasiya texnologiyaları ilə əlaqədar olan sahələrdə cəmləsmə dərəcəsi daha yüksəkdir. Məsələn, telekommunikasiyaların beynəlxalq şəbəkəsi praktiki olaraq 2-3 kompaniyanın nəzarəti altındadır. Həmi təxminən 1 trln. dollar və ya ildə 16 min yeni təyyarə məbləğində qiymətləndirilən mülki təyyarələr bazarında Avropanın Airbus Industry və ABŞ-nın Boeing kompaniyaları hakimlik edirlər.²

Tipik TMK bir neçə xarici firmalara nəzarət edir, bütün qitələrdə başqa kompaniyalarla işgüzar əlaqədə olur. Belə korporasiya istənilən yerdə işgüzar ideya, məhsul, kadr, kapital xammal mənbələrindən faydalanmaq şansını əldən buraxmır. Satış sahələrində də onun siyasəti analoji şəkildə qurulur. Belə təşəbbüskarlıq bu korporasiyalara öz milli sərhədlərindən uzaqlarda da yeni əlaqələri qurmağa imkan verir.³

Əksər TMK üçün milli sərhədlər çərçivəsində istehsal etməkdən daha çox xaricdə istehsal etmək vacibdir. Lakin bu o demək deyil ki, kapitalın ixracı mal və xidmətlərin ixracının azalmasına aparır. Əksinə, kapitalın ixracı mal ixracının həvəsləndirilməsinin çox səmərəli bir vasitəsidir; cənibə, bu və ya digər ölkələrə mal axını adətən oraya kapital axını müşayiət olunur. Bu və ya digər kompaniyanın xarici istehsalında iştirakını qiymətləndirmək üçün transmilliləşmə indeksindən istifadə olunur. Bu, milli sərhədlər çərçivəsində təsərrüfat

¹ Вах: Глобализация мирового хозяйства и место России. М., 2000. С. 132.

² Мовсесян А. Г, Огневцев С. Б. Мировая экономика: Учебник. М.: Финансы и статистика, 2001. С. 97.

³ Вах: Шимаи М. Глобализация как источник конкуренции, конфликтов и возможностей // Проблемы теории и практики управления. 1999. №1.

fəaliyyətinin ölçülərini bu çərçivədən kənardakı təsərrüfat fəaliyyətinin ölçüləri ilə müqayisə etməyə imkan verir.

Bu indeksi hesablamaq üçün UNCTAD: 1) kompaniyanın aktivlərinin ümumi həcmində xaricdəki aktivlərin payı; 2) xaricdə edilən satışların payı; 3) kompaniyanın heyətinin ümumi sayında xarici müəssisələrdə çalışan heyətin payı kimi üç göstəricinin orta hesabını götürür.

Dünyanın bütün regionlarındakı TMK üçün transmilliləşmənin orta indeksi XX əsrin son 2 on illiyi ərzində və XXI – ci əsrin əvvəllərində tədricən artmaqdadır. Məsələn, dünyanın 100 ən iri qeyri – maliyyə TMK üçün bu indeks 1990- cı ildə 51%-dən 2001-ci ildə 59%- dək artmışdır. ¹

Kanadanın Thonson nəşriyyat-informasiya korporasiyasının transmilliləşmə indeksi 2001-ci ildə 97,7%, ABB İsveç-İsveçrə maşınqayırma konserninin 95,6%, Hollandiyanın Phillips Elektronika elektrotexnika konserninin 88,4% təşkil edirdi. Royal Dutch Shell və Phillips kompaniyalarında üçün xarici investisiyalar daxili investisiyaların 70%-ni, ABŞ Exxon konsernində 80%-ni, İBM-də -50%-ni təşkil edirdi. 90-cı illərdə Belçika, Hollandiya və İsveçrə TMK-nın kapital qoyuluşlarının 2/3 hissəsi xaricə göndərilirdi.

Beləliklə, müasir TMK beynəlxalq ticarətdən çox beynəlxalq istehsalı üstün tuturlar. Bu ondan görünür ki, beynəlxalq istehsalın həcmi beynəlxalq ticarətin həcmindən daha sürətlə artır. Belə ki, 1999-cu ildə dünyadakı bütün xarici firmaların sayının həcmi (bazar qiymətinə görə) 13,6 trln. dollara çatmışdır ki, bu da həmin ildə 6,9 trln. dollar məbləğində qiymətləndirilən mal və xidmətlərin dünya həcmindən 1,5 dəfə çox olmuşdur. Nəticədə TMK üçün beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin əsas formasını kapitalın beynəlxalq hərəkəti, daha doğrusu, onun ixracı təşkil edir. TMK üçün beynəlxalq istehsal və xarici ticarət bir-birini əvəz

¹ Вах: Лучко М. Л. Конкурентные стратегии транснациональных компаний в 90 –е гг. XX- начале XXI в. М.: ТЕИС, 2004. С. 37.

edən yox, bir-birini tamamlayan təsərrüfat üsullarını kəsb edir.

TMK sənaye mallarının ixracında çox mühüm rol oynayır. Burada texniki cəhətdən mürəkkəb olan bütün əsas malların ixracı adətən iri TMK-nın əlində cəmlənir. Bu malların satışı isə bu firmaların xaricdəki filialları vasitəsi ilə həyata keçirilir. Belə ixrac sistemi avtomobil, məişət və sənaye texnikası, kimyəvi və dərman məhsulları üçün səciyyəvidir.

Xammal və sənaye məhsullarının istehsalı və satışında TMK-ın rolu olduqca böyükdür. İqtisadiyyatın qloballaşmasının nəticəsi kimi belə malların satışının iri TMK-ın əlində cəmlənmə dərəcəsi durmadan artır.

Bütün bunlar o deməkdir ki, ən iri TMK qlobal karakter almaqdadır. Xarici bazarlarda əməliyyat aparən bütün kompaniyalardan TMK fərqləndirən bir neçə xüsusiyyətləri göstərmək olar;

- milli zəmindən aralanma, firmadaxili planlaşdırmanın və təhciz, satış üzrə əməliyyatlarına qlobal xarakterli mərkəzləşdirilmiş xüsusi nəzarət;
- qeyri – kommersiya, transfert qiymətləri üzrə sona çatdırılmamış məhsullarla mübadilə edən, bir – biri ilə texnoloji cəhətdən qarşılıqlı bağlı olan müəsisələr sistemi çərçivəsində beynəlxalq əmək bölgüsündən istifadə etmə;
- bazarların filiallar arasında bölüşdürülməsi və onların mərkəzləşdirilmiş texnoloji təchizatı¹.

TMK-ın fəaliyyətinin təhlili onların bir neçə tipini qeyd etməyə imkan verir:

¹ Вах: Градобитова Л. Д., Исаченко Т. М. Транснациональные корпорации в современных международных отношениях. Учеб. пособие. М.: АНКИЛ, 2002. С. 11.

- etnosentrik TMK xaricdə öz filiallarını yaradır, lakin xarici bazarlar onlar üçün ilk növbədə daxili bazarlarının davamıdır;
- polisentrik TMK-ın fəaliyyətində xarici bazar daxili bazardan daha mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Onların buraxdıqları məhsulun əsas hissəsi xarici firmalarda istehsal olunur;
- regiosentrik TMK daha çox inteqrasiya qruplaşmalarında papulyardır. Onlar artıq ayrı – ayrı ölkələrin bazarlarına deyil, bütövlükdə regiona, məsələn, bütün Qərbi Avropaya oriyentasiya edir, buna baxmayaraq xarici firmalar bu halda da ayrı – ayrı ölkələrdə yerləşdirilir;
- geosentrik TMK TMK-ın daha yetkin tipidir. O, regional filialların əksmərkəzləşdirilmiş federasiyasına bənzəyən TMK üçün səciyyəvidir.

1990-cı illərdə TMK-n ekspansiyası daha da gücləndi.

Bu aşağıdakı səbəblərlə izah olunur:

1. SSRİ-nin dağılması, sosialist təsərrüfatçılıq sisteminin parçalanması, keçmiş sosialist ölkələrinin bazar iqtisadiyyatına keçməsi, onların bazarlarının xarici kapital üçün açılması TMK-ın fəaliyyət sahəsini genişləndirdi;
2. Maliyyə sektorunun qloballaşma və inteqrasiya templəri kəskin dərəcədə artdı. Qlobal maliyyə axınları beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin mühüm amilinə çevrildi. TMK və TMB-nin məcmu valyuta ehtiyatları dünyanın bütün mərkəzi banklarının maliyyə ehtiyatlarından bir neçə dəfə çoxdur;
3. Bütün inkişaf etmiş və əksər inkişafda olan Ölkələrdə dövlət sektorunun özəlləşdirilməsi kampaniyası TMK-nın mülkiyyətinin artmasına gətirib çıxartdı, onlara yeni sahə və bazarlara yol açdı;

4. Texnoloji yeniliklərin geniş yayılması, yüksək keyfiyyətli malların meydana çıxması nəticəsində rəqabət də gücləndi. Hal - hazırda əsas rəqabət istehsal və idarəetmə texnologiyaları arasında gedir;
5. İnformasiya inqilabı, müasir texniki yeniliklər sahibkarlıq üçün geniş imkanlar açdı;
6. Ayrı – ayrı bazarlar və milli təsərrüfatlar bir - birindən daha da asılı vəziyyətə düşdülər;
7. Özünün rəqabət qabiliyyətini qoruyub saxlamaq üçün TMK məhsulun keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması, istehsalın yeniləşdirilməsi uğrunda daimi mübarizə aparır;
8. Yeni idarəetmə texnologiyaları hesabına TMK ehtiyatların, işçi qüvvəsinin daha səmərəli istifadəsinə, səmərəli investisiya iqliminə nail olur.

Öz qüvvəsini daha da möhkəmləndirmək məqsədilə müasir TMK qlobal strategiyaları tətbiq edir. V.Kuznetsovun fikrinə görə, «firma dünya bazarında davranışa verilən bəzi tələbləri nəzərə alırsa, məsələn, öz rəqibləri ilə yaxından tanışdırsa, öz əməliyyatlarına ümumdünya miqyasında nəzarət edərsə, sənayenin yüksək texnoloji sahələrində əməliyyat aparırsa, öz istehsalını daha səmərəli yerləşdirsə, öz fəaliyyətini çevik informasiya texnologiyaları və inteqrasiya edilmiş firmadaxili mühasibat uçotunun köməyi ilə koordinasiya edərsə, öz zavod və filiallarını digər ölkələrlə razılaşmalar şəbəkəsinə qoşulmuş vahid beynəlxalq idarəetmə şəbəkələrinə inteqrasiya edərsə, onun strategiyası qlobal hesab oluna bilər».¹

Müasir qlobal iqtisadiyyatda firmalar arasında həm sərt rəqabət, həm də sıx əməkdaşlıq halları müşahidə olunur. Firmalararası kooperasiyalar 80-ci illərdə inkişaf etməyə başlamışdır. Görünür, inkişaf etmiş ölkələrdəki son 20 ilin ən

¹ МЭиМО. 1998. №3. С. 16.

əhəmiyyətli dəyişikliklərindən biri 90-cı illərin II yarısından transsərhədli xarakter almış qovuşma və hopdurmaların artması olmuşdur. BXİ-n illik həcmnin $\frac{1}{2}$ hissəsindən $\frac{3}{4}$ hissəsində qovuşma və udulmalarla həyata keçirilirdi. Bunun səbəbləri aşağıdakılar olmuşdur: milli sərhədləri aradan qaldıran və iri bazarın üstünlüklərindən istifadə etmək üçün şərait yaradan qloballaşma və regional integrasiya prosesləri; yüksək texnoloji məhsul bazarında rəqabətin kəskinləşməsi; özəlləşdirmə və əkstənzimləmə prosesləri. Qovuşma və udulmalarda iştirak edən kompaniyalar bu yolla gəliri artırmağa, öz bazar payını yüksəltməyə, yeni texnoloji və bazar imkanlarından faydalanmağa, inkişafda olan qlobal bazarlarda üstünlük qazanmağa can atırlar.

Qovuşma və udulmalar intensiv olaraq sənayenin müxtəlif sahələrində - neft və neft – kimya, avtomobil, poladəridən, yeyinti, yüngül sənaye, kompüter istehsalı və s., həmçinin idarəetmədə məsləhətləşmələr sahəsində, sığorta və bank işində də gedir.

Transsərhədli qovuşmalar və udulmalar xarici bazarlara daxil olmanın ən səmərəli üsulu hesab olunur. Bununla da istehsal avadanlıqlarının tikintisinə, elmi tədqiqat işlərinin təşkilinə, heyətin təlimləndirilməsinə, satışın qaydaya salınmasına edilən xərclərə qənaət olunur.

Qovuşma və hopdurmalar çox vaxt fəaliyyətin rasionallaşmasına səbəb olur. Bu, idarəetmə funksiyalarının, rəhbərliyin sayının və elmi tədqiqat işlərinə və istehsal heyətinə xərclərin azalmasında elmi tədqiqat bölmələrinin bir ölkədən başqa ölkəyə keçirilməsində öz ifadəsini tapır.

Lakin, çox vaxt udulmalar ardınca rəqibi aradan qaldırmaq məqsədilə istehsalın dərhal bağlanması da baş verə bilər. Almaniyanın Böyük Britaniyadakı və Mərkəzi Avropanın bəzi ölkələrindəki kompaniyaları bu təcrübədən istifadə edirlər. İnkişafda olan postsovet ölkələrində isə TMK çox vaxt burada gedən özəlləşdirmə prosesinin

gedişatında yerli firmaları alır. Braziliya və Rusiyanı buna misal gətirmək olar.

Müasir şəraitdə TMK təkcə qovuşma və udulmalardan istifadə etmir. Onlar strateji alyans və digər firmalararası kooperasiya razılaşmalarından da fəal istifadə edir. Belə ittifaqların aktivlərini almadan TMK onların bütün iştirakçılarının rəqabət üstünlüklərindən faydalanmaq imkanını əldə edirlər. Alyanslar xidmətlər sferasında da, məsələn, avianəqliyyatda, həmçinin, sənayenin aparıcı sahələrində (mikroelektronika, telekommunikasiyalar, biotexnologiya, aerokosmik sənaye) də yaradılır. Məlumdur ki, burada rəqabət daha sərt xarakterlidir. Bəzi qiymətlərə görə, strateji alyansların sayı ildə 25% artır.

Alyanslar adətən Qərbi Avropa və ABŞ TMK-ı arasında təşkil olunur. Buna baxmayaraq onların sayı Qərbi Avropada da artır, məsələn, onlar «Evrıka» proqramı və Avropa kosmik agentliyi çərçivələrində də fəaliyyət göstərirlər.

Strateji alyansların köməyi ilə firmalar texnologiyalarındakı dəyişikliklərə daha tez uyğunlaşır, xarici bazarları daha yaxından öyrənir. Belə alyanslar iştirakçılara strateji məsələləri öz təsərrüfat və hüquqi müstəqilliyini saxlamaqla həll etməyə imkan verir. Sənaye sahələrində firmalararasında strateji alyanslar, adətən, məhsulun həyat tsiklinin erkən mərhələsində, ilk növbədə təyinat mərhələsində bağlanır. Halbuki hazır məhsul bazarlarında öz söylərini birləşdirən kompaniyalar barışmaz rəqib kimi çıxış edirlər.

Kompaniyaların alyansa daxil olmasının texnoloji və innovasiya motivləri aşağıdakılardır:

- partnyorluq qabaqcıl biliklərin sabit ötürülmə kanallarını yaratmağa imkan verir;
- müasir texnologiyalar daha çox elm və ya sahələrin qovuşuğunda yaranır. Alyanslar kompaniyaların üfüqlərini genişləndirir və əvvəllər məlum olmayan texnologiyalara çıxışı asanlaşdırır;

- texnoloji liderlik yüksək risklə bağlıdır. Birgə işləmələr və innovasiya layihələri innovasiya proseslərinin mümkün risklərini azaltmağa imkan verir;
- birgə səylərlə yeni standartları daha səmərəli tətbiq etmək mümkün olur. ¹

Qəbul edən dövlətlərin TMK-a münasibətində də ciddi dəyişikliklər baş vermişdi. Qəbul edən ölkələrlə TMK arasındakı münasibətlər çox mürəkkəb və ziddiyyətlidir. Bu onunla əlaqədardır ki, onların maraqları əksər hallarda üst-üstə düşmür, həmçinin qüvvələri də müxtəlifdir.

Tərəflər öz xeyrini maksimallaşdırmağa cəhd edərkən, bu fərqlər dərhal üzə çıxır. İqtisadi baxımdan TMK onları qəbul edən ölkələrin əksəriyyətindən daha güclüdür. Buna görə də TMK öz qüvvəsindən istifadə edərək bəzən yerli hökumətlərə təsir göstərir, onları vergi tələblərini endirməyə məcbur edir, maliyyə sferasında, infrastrukturda, bazarın müdafiəsində və s. xüsusi güzəştlərə nail olurlar.

Bir çox ölkələr iqtisadiyyatın, bəzi sektorlarında XI müsbət qarşılıyırlar. Bununla belə bu ölkələrin hökumətləri bir sıra sektorlara onların çıxışını məhdudlaşdırırlar (məsələn, milli müdafiə ilə bağlı olan sahələrdə). Hətta bəzi mərkəzi hökumətlər xarici investisiyalara münasibətdə restriktiv siyasət yürüdürlər, halbuki regional hökumətlər (ştatların, əyalətlərin) xarici investorların cəlb edilməsində bir – biri ilə rəqabət aparırlar.

Bəzən belə hallar da olur ki, TMK yerli hökumətlərin siyasətinə müdaxilə edir, onların tələblərinə daha yaxşı cavab verən yeni hökumətlərin formalaşması üzrə kampaniyalara başlayırlar. Xüsusi güzəştlər əldə etmək üçün onların yerli məmurlara rüşvət verməsi bir çox ölkələrdə dəfələrlə istifadə olunan alətlərdən biridir. Buna misal olaraq demək olar ki, bəzi postsosialist ölkələrində gedən özəlləşdirmə

¹ Вах: Бобина М. Стратегические альянсы в глобальной экономике // МЭиМО. 2001. №11. С. 107.

prosesslərində TMK yerli kompaniyaları əldə edərkən rüşvət və korrupsiyadan geniş miqyasda istifadə edirdi.

İnkişaf etməkdə olan və inkişaf etmiş ölkələrin siyasətində mühüm fərqlər var. Birinci dünya müharibəsinə qədər «üçüncü dünyada» TMK-a çox az məhdudiyət qoyulurdu. Müstəmləkələr, təbii ki, xarici investisiyalar üçün açıq idi. Müstəqilliyini əldə etmiş ölkələr isə, məsələn, Latın Amerikasının ölkələri BXİ-a dair liberal qanunvericilik qəbul edir, iqtisadi modernləşmə və inkişaf üçün onları özlərinə faydalı hesab edirdilər. Müharibələrarası dövrdə bəzi inkişaf etmiş ölkələr millətçilik siyasətinə doğru təkamül etmişdilər. Oktyabr inqilabından sonra Rusiyanın neft sənayesində xarici mülkiyyətin milliləşdirilməsi bunun səbəblərindən biri idi. İranda, Argentinada, Venesuelada və Boliviya da xarici neft kompaniyaları ilə qarşılıqlı hallarının olmasına baxmayaraq, inkişafda olan ölkələrin çox az qismi xarici aktivləri həqiqətən ekspropriasiya etmişdilər. Buna baxmayaraq, Meksika öz neft sənayesinin böyük bir hissəsini 1938-ci ildə milliləşdirmişdir. Qərbi ölkələrinin şikayətlərindən isə onu yalnız ikinci dünya müharibəsinin başlaması xilas etmişdir.

İkinci dünya müharibəsindən sonra siyasət daha da sərtləşdirildi. Məsələn, kommunizm qurmağa başlayan ölkələrdə (Çin, Şimali Koreya, Vyetnam, Kuba) xarici aktivlər milliləşdirildi. «Üçüncü dünyanın» bəzi digər ölkələrində müstəqilliyi möhkəmləndirmək məqsədi ilə BXİ üçün məhdudiyətlər tətbiq olundu. BXİ-a olan bu münasibət onunla izah olunurdu ki, bu yolla keçmiş metropoliyalar inkişafda olan ölkələrin təbii ehtiyatlarına nəzarəti öz əllərinə keçirə bilirdi. Buna baxmayaraq inkişafda olan ölkələr BXİ-lərdən daha çox pay almaq uğrunda mübarizədə elə güclü təzyiqli göstərə bilmirdilər, çünki birincisi, TMK-la davranış sahəsində onların təcrübəsi az idi, ikincisi, alternativ maliyyə mənbələri də çatışmırdı: 1946-cı ildən 1959-cu ilədək

«üçüncü dünya»dakı xarici firmaların $\frac{2}{3}$ -si ABŞ TMK-nın payına düşürdü.

60-70-ci illərdə inkişafda olan ölkələrin TMK-ra münasibətində ciddi dəyişikliklər baş verdi. Buna bir çox amillər səbəb olmuşdur. Çoxlu sayda qeyri-Amerika TMK-nın meydana çıxması inkişafda olan ölkələrdə xarici maliyyə mənbələrini təmin etdi; inkişafda olan ölkələr artıq TMK təkcə milli ehtiyatların axın kanalı kimi deyil, həm də gəlir mənbəyi kimi nəzərdən keçirdilər. TMK-ın fəaliyyətini tənzimləmək üçün onlar idarəetmə, inzibati və texniki imkanları inkişaf etdirməyə başladılar. Beləliklə, 60-cı illərin sonu - 70-ci illərin əvvəllərində neft və mədən sənayesində xarici firmaların milliləşdirilməsi adi hadisəyə çevrildi. Sənaye ölkələrinin etirazına baxmayaraq, BMT-nin Baş Assambleyasında inkişafda olan ölkələrin TMK-a münasibətini ifadə edən «Grup 77» qətnaməsi qəbul edildi. Məsələn, yeni beynəlxalq iqtisadi qaydalar haqqında 1974-cü il bəyannaməsi qeyd edirdi ki, qəbul edən dövlətlər onların ərazisində fəaliyyət göstərən TMK-ın davranış qaydalarını müəyyən etməlidirlər.

70-ci illərin sonuna yaxın inkişafda olan ölkələr TMK-ra daha rahat münasibət bəsləməyə başladılar. Bir sıra milliləşdirilmiş kompaniyalar iflasa uğradı. Birincisi, 1976-cı ilə yaxın sənayenin irimiqyaslı neftçixarma və mədən sahələrinin milliləşdirilməsi başa çatdırılmışdır. İkincisi, əksər inkişafda olan ölkələrin təcrübəsi çox acınacaqlı idi. Problemlər məhsuldarlığın azalmasında, yeni texnologiyaların olmamasında, məhsulun satışında TMK-dan asılı olmaqda idi. 90-cı illərin əvvəllərinə yaxın inkişafda olan ölkələr xarici investisiyaları daha fəal cəlb etməyə başladılar.

Dünya miqyasında xarici maliyyə ehtiyatlarına olan tələbat müvəqqəti azad olan kapitalların təklifindən qat-qat çoxdur. Buna görə də inkişafda olan ölkələr müəyyən güzəştlər etmək məcburiyyətindədirlər. Xarici kapital ilə qarşılıqlı təsirlərin sərfəli olduğunu dərk etmiş bu ölkələr

onun üçün güzəştli şərait, o cümlədən, güzəştli vergi, kredit və s. şəraitini yaratmağa başladılar.

Beləliklə, müasir dünya təsərrüfatı sistemində TMK mərkəzi yer tutdu. Onların beynəlxalq münasibətlərə və beynəlxalq iqtisadiyyata təsiri durmadan artır. Onlar kapitalın beynəlxalq yerdəyişmələrində vacib rol oynayır, qloballaşmaqda olan dünya iqtisadi məkanının əsas subyektini təşkil edir, bu və ya digər dərəcədə dünya sənaye istehsalının təxminən yarısına nəzarət edirlər. Mal, xidmət və xüsusən də texnologiyaların əhəmiyyətli hissəsi TMK-nin firmadaxili kanalları üzrə hərəkət edir. Dəyişkən iqtisadi şəraitə uyğunlaşaraq TMK daimi daha səmərəli strategiyaların axtarışındadırlar. Bu işdə onlar belə strategiyaların (sahədaxili rəqabətdən transmilli strategiyalara qədər) bütün spektrindən istifadə edirlər. Qəbul edilən ölkələr və baza ölkələri ilə qarşılıqlı təsirlər strategiyası TMK üçün xüsusi əhəmiyyətə malikdir. ¹

Yoxlama suallar

1. Dünya iqtisadiyyatı və ayrı – ayrı ölkələr üçün TMK və MMK-ın yaranması və inkişafının müsbət və mənfi cəhətlərini nədə görürsünüz?
2. Kompaniyaların TMK-ra çevrilməsi prosesini səciyyələndirin və bu prosesin iki növünü bir - birindən fərqləndirin.
3. XX əsrin 90-cı illərində – XXI-ci əsrin əvvəllərində TMK-nin rolunu gücləndirən bir neçə səbəbi göstərin.
4. Transmilliləşmə indeksi hansı iqtisadi mənə daşıyır?
5. TMK-la inkişafda olan ölkələrin milli iqtisadiyyatlarının bir – biri ilə qarşılıqlı təsirinin tarixini təsvir edin.

¹ Вах: Мовсесян А. Г. Транснационализация в мировой экономике: Учеб. пособие. М.: Финансовая академия при Правительстве РФ, 2001.С. 308.

Fəsil VII

QLOBALLAŞMA PROSESİNDƏ İNFORMASIYA SAHƏSİNİN ROLU

7.1 ELEKTRON KOMMERSİYASINDA MÖVCUD OLAN MEYLLƏRİN XARİCİ KOMPANİYALARIN FƏALİYYƏTİNƏ TƏSİR GÖSTƏRMƏSİ

Xarici kompaniyaların fəaliyyəti təkcə elmi biliyin forması, metodologiyası kimi sözün dərin mənasında informasiyaya arxalanmır.

Sözün dar mənasında da əlaqə kanallarından keçən, yadda saxlanılan, bazar problemlərinin həlli və rəqabət üstünlüklərinin əldə edilməsi üçün zəruri olan informasiya proseslərinin öyrənilməsi sahəsi kimi də informasiya böyük əhəmiyyətə malikdir.

İnkişaf etmiş informasiya texnologiyaları və kompüter şəbəkələrinə malik olan dövlət, region və kompaniyaların əldə etdikləri real üstünlüklər iqtisadi, siyasi və sosial münasibətlərin xarakterinin dəyişməsinə gətirib çıxarır.

Eyni zamanda fəaliyyətin bütün sferalarının informasiyalaşdırılması mövcudluğun yeni, əvvəlki dövrlərə məlum

olmayan virtual reallığı doğurur, adət edilmiş təbii ritm və tsiklləri dağıdır, canlı ünsiyyət və anlama dəyərlərini sıxışdırır, kütləvi və fərdi şüurla manipulyasiya etmək imkanlarını gücləndirir.

Xarici kompaniyaların iqtisadi siyasətinin həyata keçirilməsi, marketinq tədbirlərinin səmərəliliyinin təhlili, planlaşdırılması, həyata keçirilməsi və nəzarəti prosesində bazarlar, tələb, müştərilər, rəqiblər, dillər haqqında müxtəlif növdə informasiya tələb olunur ki, bu da kompaniyanın informasiya mühitini formalaşdırır. Kompaniyanı operativ və səmərəli idarə etmək üçün onun gələcəyini əvvəlcədən təyin etmək tələb olunur, bunun üçün isə informasiya lazımdır.

Xarici kompaniyaların siyasətinin həyata keçirilməsində elektron komməriyası böyük rol oynayır. 1990-cı illərin ortalarından başlayaraq bütün dünyada onlayn ticarəti sahəsində fəallıq artmaqdadır. Kompüter avadanlığı istehsal edən iri şirkətlərin ardınca şəbəkəyə əməvə əmtəə ticarətçiləri çıxmağa başladılar. Çoxlu sayda kitab mağazaları, kompakt-disk və videokasset mağazaları açıldı. İndi şəbəkə vasitəsilə praktiki olaraq istənilən malı almaq mümkündür.

İnternet sənayesinin ümumi dövriyyəsi 2004-cü ildə 7 trln. dollardan çox təşkil etmişdir. Şəbəkədə artıq onlayn birjalari da daxil olmaqla 10 minə yaxın iri komməriya layihələri, həmçinin portal xidməti və texniki dəstəkdə ixtisaslaşan çoxsaylı firmalar fəaliyyət göstərir.¹

Müxtəlif ölkələrdə internet qeyri-bərabər inkişaf etdiyindən, kəmiyyət göstəricilərini müqayisə etmək çətinidir. Misal üçün İnternet sənayesinin yüksək inkişaf etdiyi ABŞ-nin göstəricilərini götürək.

ABŞ-da internet saytlarının təşkili və dəstəyi ilə bilavasitə bağlı olan iş yerlərinin sayı hal-hazırda 2,5 milyona

¹ Bax: Measuring the Internet Economy. University of Texas. 2000. June.

çatır. 1999-cu il üçün ABŞ-da internet bazarının ümumi dövriyyəsi 525 milyard dollar təşkil etmişdir. 2000-ci ilin ortalarında bu göstərici 830 milyard dollara çatmışdır (58% artım). 2003-cü ildə İnternet texnologiyaları əsasında fəaliyyət göstərən intraşəbəkələrdən ABŞ müəssisələrinin 80%-i istifadə etmişdir.

Hazırda dünyada Şəbəkə istifadəçilərinin sayı 350-375 mln. təşkil edir. Analitiklərin proqnozlarına görə, 2005-ci ildə onların sayı 800 milyondan çox olacaqdır.

İnternetin inkişaf səviyyəsi ölkənin telekommunikasiya və kompüterləşmə infrastrukturunun ümumi səviyyəsi ilə bağlıdır. Təsadüfi deyil ki, bu mənada ən inkişaf etmiş ölkə hal-hazırda ABŞ-dır. 12 yaşdan yuxarı olan amerikalıların 65%-nin İnternetə çıxışı var, onların da yarısı hər gün şəbəkəyə çıxır və 1 saatdan az olmayaraq burada vaxtlarını keçirirlər.

Avropada Şəbəkə istifadəçilərinin sayı hələ ki, az olsa da, durmadan artır. 2004-cü ildə Avropa əhalisinin 80%-nin İnternetə çıxışı var idi. Burada Şəbəkə istifadəçilərinin sayına görə İngiltərə liderdir: ölkənin 6,4 milyon ailəsi İnternetə qoşulmuşdur ki, bu da əhalinin təxminən 27%-ni təşkil edir. İkinci yerdə 7,1 milyon ailə ilə (əhalinin 20,7%-i) Almaniya, üçüncü yerdə 3 milyon ailə ilə (əhalinin 12,1%-i) Fransa durur. Belə ki, təkcə 1999-cu il ərzində Fransada Ümumdünya hörümçək toruna qoşulmuş istifadəçilərin sayı 47%, Almaniya 22%, İngiltərədə isə 33% artmışdır. Ümumilikdə bu ölkələrdə 9 milyon insan Şəbəkəyə qoşulmuşdur.¹

İnternetin Asiya bazarı da durmadan inkişaf edir. Məsələn, Yaponiyada İnternet istifadəçilərinin sayı ildə 10 milyon artır. Analitiklərin fikrinə görə, 2005-ci ildə onların sayı 76 milyona çatacaq. Şəbəkəyə həmçinin Yapon

¹ Bax: The European Internet Report. Morgan Stanley Dean Witter. 1999. June.

müəssisələrinin təxminən 78%-i qoşulmuşdur.

Belə ki, 1998-ci il üçün şəbəkə istifadəçiləri aşağıdakı kimi paylanmışdır: ABŞ – 50%, Avropa – 23%, Asiya – 18%, digər ölkələr – 9%; 2004-cü il üçün: ABŞ – 30%, Avropa – 28%, Asiya – 25%, digər ölkələr – 17%.²

7.1. cədvəldə İnternetdən istifadə edən insanların sayına görə ilk 15 ölkə göstərilmişdir (2000-ci ilə olan məlumat).

Cədvəl 7.1

**İnternetdən istifadə edən insanların sayına
görə aparıcı ölkələr***

Yer	Ölkə	İstifadəçilərin sayı, mln.	%
1.	ABŞ	135,7	36,2
2.	Yaponiya	26,9	7,18
3.	Almaniya	19,1	5,10
4.	İngiltərə	17,9	4,77
5.	Çin	15,8	4,20
6.	Kanada	15,2	4,05
7.	Cənubi Koreya	14,8	3,95
8.	İtaliya	11,6	3,08
9.	Braziliya	10,6	2,84
10.	Fransa	9,0	2,39
11.	Avstraliya	8,1	2,16
12.	Rusiya	6,6	1,77
13.	Tayvan	6,5	1,73
14.	Hollandiya	5,4	1,45
15.	İspaniya	5,2	1,39
	<i>Cəmi</i>	374,9	100

* Mənbə: eTForecasts. 2000. June.

Gördüyümüz kimi, bütün dünyada İnternet texnologiyaları kompaniyaların fəaliyyətinə və insanların məişətinə çox yüksək tempərlə daxil olmaqdadır. İnternet istifadə-

² Bax: The Boston Consulting Group. 2000.

çilərinin sayı artdıqca, əksər kommərşiya kompaniyaları öz ənənəvi fəaliyyətini İnternet şəbəkəsinə keçirmək və ya Şəbəkənin imkanlarından ənənəvi biznesə əlavə kimi istifadə etmək haqqında düşünür.

Elektron kommərşiyası şirkətlər və ayrı-ayrı şəxslər arasında informasiya mübadiləsi və işgüzar fəallığın bütün formalarını əhatə edir. Elektron kommunikasiya vasitələri arasında İnternet daha geniş yayıldığından, əksər insanlar belə düşünülər ki, elektron və İnternet kommərşiyası sinonim anlayışlardır. Əslində İnternet kommərşiyası elektron kommərşiyasının yalnız bir, özü də böyük bir hissəsidir. Buna baxmayaraq biz əksər hallarda bu anlayışların eyniləşdirilməsini mümkün hesab edirik, çünki məhz İnternet elektron biznesinə daha çox imkanlar açır və mahiyyət etibarilə o, onlayn iqtisadiyyatının inkişafının bünövrəsini təşkil edir.

Son bir neçə il ərzində İnternet texnika və texnologiyasının sürətlə inkişaf etməsi onun auditoriyasının intensiv inkişafı ilə yanaşı elektron kommərşiyasının geniş yayılmasına səbəb olmuşdur. İnternetin populyarlığı biznesin təşkilinin yeni imkanlarından istifadə etmək istəyən sahibkar və istehlakçılarını getdikcə daha çox cəlb edir.

Ənənəvi kommərşiya ilə müqayisədə onlayn kommərşiyasının aşağıdakı xüsusiyyətlərini göstərmək olar:

- coğrafi, zaman və müəyyən dərəcədə dil maneələrinin olmaması əmtəə və xidmətlərin yeni satış bazarlarına çıxarılmasına imkan verir;
- istehsal və tədavül xərcləri səviyyəsinin nisbətən aşağı olması ki, bu da şirkətlərin bütün fəaliyyət sferalarına yeni texnologiyaların tətbiqi yolu ilə əldə edilir;
- xammal və materialların alınmasından başlayır və hazır məhsulun distributsiyası və satışdan sonrakı xidməti ilə başa çatır;
- bir mağaza digər mağazadan müvafiq saytı yükləmək üçün tələb olunan bir neçə saniyəlik məsafədə yerləşdiyindən rəqabət çox yüksək səviyyədədir;

- ambar və ticarət yerlərinə fiziki məhdudiyətlərin olmaması üzündən elektron mağazasının potensial tutumu ənənəvi mağazaların tutumundan daha çoxdur.

Struktur baxımından onlayn kommersiyası dörd əsas istiqamətdən ibarətdir. (Cədvəl 7.2)

Cədvəl 7.2

Onlayn kommersiyanın strukturu*

Biznes – istehlakçı (B2C)	Ev təsərrüfatları təmsalında son istehlakçılara malların satışı və xidmətlərin göstərilməsini nəzərdə tutan pərakəndə satışın onlayn forması
Biznes – biznes (B2B)	Şirkətlərlə, mal göndərənlər arasında mal və xidmətlərin istehsalı və satışı mərhələsində həyata keçirilən razılaşmalar
İstehlakçı – istehlakçı (C2C)	Ayrı-ayrı istehlakçılar arasında, məsələn, hərrac bazarları vasitəsilə həyata keçirilən razılaşmalar
İstehlakçı – biznes (C2B)	Alıcılar tərəfindən mallara verilən qiymət sifarişlərinin emal etmə sistemi

*Mənbə: The Boston Consulting Group. 2000. Business-to-Business e-commerce. Durlacher, 2000.

Elektron kommersiyanın məcmu həcmində B2B sektorunun xüsusi çəkisi daha çoxdur, çünki biznesin məhz bu segmentində yeni informasiya texnologiyalarının istifadəsi fəaliyyət səmərəliliyini əhəmiyyətli dərəcədə artırmağa imkan verir.

Bir neçə il əvvəl Şəbəkədə ilk olaraq, son istehlakçıya yönəldilmiş B2C (Business-to-customers) tipli elektron pərakəndə satış mağazaları meydana çıxdı. Sonra korporativ alıcılar üçün nəzərdə tutulmuş B2B saytları (business-to-business) sürətlə inkişaf etməyə başladı. Hal-hazırda alıcıların İnternet vasitəsilə sifarişlərinin həcmi sürətlə artmaqdadır.

İndiyə kimi bütün İnternet istifadəçilərinin təxminən 40%-i (100 mln.-dan çox insan) onlayn mağazalarında heç

olmasa 1 dəfə alış-veriş etmişdir. 1999-cu ildə Şəbəkədə pərakəndə satışların həcmi təxminən 20 milyard dollar təşkil etmişdir.

2000-ci ildə elektron kommersionının gəlirləri 42 milyard dollara çatmışdır ki, bu da dünya satışlarının təxminən 0,1%-ni təşkil edir (31 trilyon dollar). Emarketer kompaniyasının hesablamalarına görə, onlayn satışlarının həcmi 2001-ci ildə təxminən 65,9 milyard dollar təşkil etmişdir.¹

Şəbəkə istifadəçilərinin sayının artması ilə yanaşı bu artıma çoxlu sayda yeni İnternet mağazalarının da meydana gəlməsi səbəb olacaqdır.

2002-ci ildə Fortune siyahısında olan kompaniyaların 70%-i öz biznesində İnternetdən istifadə etmişdir. Elektron razılaşmalarının həcmi 500 milyard dollar təşkil etmiş? korporativ sektorun payı isə 70-80 %-dən artmışdır.

Bu gün elektron kommersionının gəlirlərində kiçik biznesin payı təxminən 30% təşkil edir.

Müxtəlif kompaniyaların 2006-cı il üçün verdikləri proqnozlar elektron kommersionının sürətli inkişaf templərinə işarə edir (ildə 60%-dən 150%-dək). Şəbəkədə həmin ildə illik satış həcmi 1,5-7 trilyon dollara çatacağı proqnozlaşdırılır. Beləliklə, iqtisadiyyatda elektron sektorunun payı proqnozlara görə 10% təşkil edəcəkdir. Bu razılaşmaların həcmi təxminən yarısı ABŞ-ın payına düşür. İkinci yerdə isə Asiya bazarı olacaqdır. Onların ardınca az fərqlərlə Avropa, xüsusən də Almaniya, İngiltərə və Fransanın elektron kommersionı gəlir.¹ Cənubi Amerika, Afrika və Yaxın Şərqlə bazarlarının həcmi hələ ki, aşağı olaraq qalacaqdır. Korporativ sektorda da sürətli inkişaf templəri

¹ Bax: Measuring the Internet Economy. University of Texas. 2000. June 6.

¹ Bax: The European Internet Report. Morgan Stanley Dean Witter. 1999. June.

proqnozlaşdırılır. Belə ki, proqnozlara görə, elektron gəlirlərinin 90%-i korporativ sektorun payına düşəcəkdir. 5 ildən sonra Şəbəkədə istehlak mallarının satış həcmi 600-800 milyard dollara çata bilər.¹

Elektron kommersiyası bazarının inkişaf amillərini nəzərdən keçirək.

Gəlirlərinin yüksək tempə artmasına baxmayaraq, elektron kommersiyası bazarını sabit adlandırmaq düzgün olmazdı. Bəzi firmalar nəhəng gəlir əldə etdikləri halda, digərləri heç olmasa minimal qazanclarını saxlamaq üçün öz biznes-planlarına yenidən baxmağa məcbur olurlar. Ənənəvi formadan fərqli olaraq elektron mağazasının yaradılması və fəaliyyətə verilməsi üçün cəmi bir neçə həftə tələb olunur. Buna görə də bu sektora çoxları can atır. Buna baxmayaraq, yeni bazarda uğur əldə etmək üçün biznesin hər bir konkret seqmentində düzgün marketinq siyasəti və müvafiq biznes strategiyasının qurulması tələb olunur.

Onlayn bazarına çıxışın nisbətən etibarlı yollarından biri biznesin yeni istiqamətini özünü yaxşı tövsiyə etmiş kompaniyada inkişaf etdirməkdir. Məsələn, Dell, Sony, Wal-Mart və Barnes&Noble kimi nəhənglər, bu yolla inkişaf edirlər. Bu kompaniyalar üçün həvəsləndirici amillərdən biri bazarın kənarlaşdırılmış istifadəçilərinin hesabına genişləndirilməsi, sifarişin qəbul və emalını elektron mağazalarında tam avtomatlaşdırmaqla bu proseslərə əlavə xərclərin azaldılmasıdır. Məsələn, bir bank transaksiyasının emalının orta dəyərini 1 dollardan 1 sentədək, yəni 100 dəfə azaltmaq mümkün olur. İnternet texnologiyalarını istifadə etməklə ənənəvi kompaniyalar xərclərini 5-10% azalda bilirlər ki, bu da gəlirin 50-100% artması deməkdir. Buna görə də kompaniyalar elektron satışlarının təşkilində maraqlıdırlar. Məsələn, Ford avtomobilinin son modellərindən biri məhz elektron satış üsulunun populyarlığını artırmaq məqsədi ilə

¹ Bax: Yenə orada.

yalnız Şəbəkədən satılır.

Lakin biznesi tamamilə başqa sxem üzrə də qurmaq mümkündür. Analitiklər qeyd edirlər ki, əmtəə marketinqi, İnternet texnologiyaları və onlayn xidmətlərinin meydana çıxması tədricən müxtəlif kompaniyalar arasında istehsal və satış funksiyalarının bölgüsünə gətirib çıxara bilər. Hazırda əksər xarici istehsalçılar malların satışının yeni texnologiyalarını tətbiq edən kompaniyalarla müqavilələr bağlayırlar.

Bununla yanaşı, elektron bazarında digər tendensiya da baş alır. Bu, kompaniyaların birləşməsi və birinin digəri tərəfindən udulması tendensiyasıdır. Məlumdur ki, ilkin mərhələdə istənilən bazar xırda kompaniyalar çoxluğunu kəsb edir. Daha güclülər tədricən öz rəqiblərini udaraq yeni zirvələri fəth edirlər. Belə firmalara Yahoo, Microsoft, Gateway, Amazon və s. aid etmək olar. Uduşmuş firmaların ehtiyatları işə itməyib şəklini dəyişir və daha uğurlu modelə inteqrasiya edir.

Elektron kommersiyanın texniki tərəfi hələ ki, inkişaf mərhələsindədir. Bu bazardakı kompaniyaların heç də hamısı mal, alış, çatdırma şərtləri haqqında dolğun informasiya almaq üzrə mükəmməl xidmətlər yığını təklif etmir. Saytların təxminən 30%-i ekspertlər tərəfindən sadəcə qeyri-münasib hesab edilir.

Şəbəkədə ilk addımlarını atanlar üçün belə cüzi şeylər hərdən həlledici rol oynaya bilər. Bəzi tədqiqatların nəticələrinə görə, yalnız hər beşinci istifadəçi ilk cəhddən Şəbəkədən alış etməyə nail olur. 5 nəfərdən dördü məlumatların ləng çatdırılması və çatdırmaya görə əlavə xərclərin yüksək olması üzündən alışdan imtina edir.

Qeyd etmək lazımdır ki, bu pozuntuların təxminən 10%-i yalnız satıcıların günahı üzündən baş verir. Alıcılar isə buna çox həssasdırlar: çətinliklərlə üzləşənlərin təxminən 28%-i alışdan imtina edir. Nəticədə təkcə 1999-cu ildə 6 milyard dollar həcmində gəlir itirilmişdir. Mütəxəssislər belə hesab edirlər ki, xidmətin keyfiyyətini yaxşılaşdırmaqla mağazalar gəlirlərini təxminən 40% artırabilir. 1999-cu ildə

elektron kompaniyalarının yalnız 37%-i qəza saytlarına malik idi, kommersiya saytlarının fəaliyyətində nasazlıqların qarşısını almaq üçün isə təxminən 40 milyard dollar xərclənmişdir.

Bəzi elektron kompaniyalarının saytları isə müştəriləri üçün hətta təhlükə kəsb edir. 1999-cu ildə kompaniyaların yalnız 63%-i elektron biznesində çatdırılan informasiyanın məxfiliyini təmin edirdilər. 2000-ci ildə onların payı 85%-dək artmış, kompaniyaların 80%-i isə öz mağazalarının təhlükəsizliyini təmin etmək məcburiyyətində qalmışdılar.

Elektron mağazalarının digər zəif yeri malların çatdırılması ilə bağlıdır. Malların çatdırılması xərclərinin yüksək olması İnternet alıcılarının 82%-i üçün mühüm amildir. Sorğu zamanı istifadəçilərin yalnız 7%-i qeyd etmişlər ki, onlar üçün çatdırmanın qiyməti hansısa bir əhəmiyyət kəsb etmir. Bununla bağlı olaraq mağazalar qiymətlərin endirilməsi üçün müxtəlif tədbirlər görürlər, məsələn, sifariş olunan malların miqdarından asılı olmayaraq alıcılar üçün çatdırmağa güzəştlər edirlər. Çatdırmanın keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması İnternet ticarətinin inkişafında böyük rol oynayır. Alıcılar malı heç olmasa 2 gün ərzində əldə etmək istəyirlər, lakin hazırda orta çatdırma müddəti 4 gün təşkil edir, göndərmələrin 20%-i isə gecikir.¹

Buna baxmayaraq, alıcılar elə də tələbkar deyildirlər: yalnız 15% alıcı servisdən narazıdır, 20-70% alıcı onu yaxşı, qalanları isə kafi qiymətləndirmişdir. 1999-cu ildə onlayn alışları edənlərin 90-95%-i gələcəkdə də belə alışları davam etdirməyi planlaşdırırlar. İnformasiyanın ötürülməsi və məxfiliyi problemi alıcıların az hissəsini narahat edir. Lakin Şəbəkədən istifadə etmək təcrübəsini qazandıqca, müştərilərin tələbləri də tədricən artır. Bunu həm elektron kommersiyanın üçün proqram təminatını yaradan kompaniyalar, həm də elektron kommersiyanın bazarına hələ indi-indi çıxmağı

¹ www.magazin.ru

planlaşdıran kompaniyalar nəzərə alınmalıdır.

Ticarətə bu və ya digər aidiyyəti olan bütün iri beynəlxalq təşkilatlar global informasiya infrastrukturunda elektron kommersiyanın hüquqi təminatı məsələləri ilə məşğul olur. Onların sırasına ilk növbədə BMT, İqtisadi əməkdaşlıq və inkişaf təşkilatı (*Organization for Economic Cooperation and Development*), Beynəlxalq ticarət palatası (*International Chamber of Commers*), Ümumdünya ticarət təşkilatı (*World Trade Organization*) və Ümumdünya intellektual mülkiyyəti təşkilatı (*World Intellectual Property Organization - WIPO*) daxildir.

Məlum səbəblərdən bu məsələlərdə ABŞ liderlik edir. Bir qayda olaraq, məhz bu ölkə beynəlxalq təşkilatlarda müvafiq təşəbbüslərlə çıxış edir.

Hələ 1996-cı ildə BMT-nin Baş Assambleyası BMT-nin beynəlxalq ticarət hüququ üzrə komissiyasının (*United Nations Commission on International Trade Law*) hazırladığı elektron kommersiya haqqında qanunu təsdiq etmişdi. Bu qanun elektron kommersiyasında beynəlxalq kontraktların bağlanması üçün hüquqi bazanı formalaşdırır və lazımi normativləri:

- elektron vasitələri tərəfindən yaradılmış kontraktların həqiqiliyini təsdiqləyən qaydaları;
- müqavilənin icrasına nəzarət qaydalarını;
- həqiqi elektron mətninin və orijinal sənədin xarakteristikalarını;
- hüquqi və kommersiya sənədlərində istifadə olunan elektron imzasına verilən tələbləri;
- adi və arbitraj məhkəmələrində elektron sənədlərin baxılması üçün qəbul edilməsinin hüquqiliyini təyin edən qaydaları özündə əks etdirir.

Dünya birliyi elektron kommersiyası üçün vahid hüquqi normaları tərtib etməyə cəhd edir. Onlar intellektual mülkiyyətin müdafiəsi, məlumat bazalarının müdafiəsi məsələlərini əhatə edəcək təhlükəsizlik və məxfiliyi təmin edəcəkdir.

İnternet kommersiyası intellektual mülkiyyətin satışı və ya lisenziyalaşdırılması ilə əlaqədardır. Satıcılar əmin olmalıdırlar

ki, onların mülkiyyəti oğurlanmayacaq, alıcılar isə əsl məhsul alacaqlar. Odur ki, müəllif hüquqları, patent və ticarət nişanlarının səmərəli müdafiəsini təmin edən və beləliklə də fırıldaqçılıq və quldurluğun qarşısını alan beynəlxalq sazişlər tələb olunur.

1996-cı ilin dekabrında Ümumdünya intellektual mülkiyyəti təşkilatı (ÜİMT) 2 sənədi:

- ÜİMT-nin müəlliflik hüququ haqqında sazişi (*WIPO Copyright Treaty*);
- ÜİMT-nin ifaçılıq sənəti və fonogrammalar haqqında sazişi (*WIPO Performance and Phonograms Treaty*) imzalamla bədii və ədəbi işlərin müdafiəsi haqqında Bern konvensiyasını yeniləşdirdi.

Bu sənədlər informasiyanın İnternet şəbəkəsi boyu ötürülməsi zamanı müvafiq müdafiə formalarının istifadəsini yüngülləşdirir.

Hazırda ÜİMT-da intellektual mülkiyyətin ticarətlə bağlı aspektlərinə dair razılığın hazırlanması və imzalanması sahəsində (*Agreement on Trade-related Aspects of Intellectual Property*) iş aparılır.

Qlobal elektron kommersiyanın inkişafı ilə bağlı Şəbəkənin informasiya məzmununun tənzimlənməsi məsələsi də nəzərdən keçirilir. Buraya aiddir:

- məzmunun tənzimlənməsi;
- əcnəbi mənşəli məzmunun kvotlaşdırılması;
- reklamın tənzimlənməsi;
- İnternetdə fırıldaqçılığın qarşısının alınmasına dair fəaliyyətin tənzimlənməsi.

Bu problemlərin müzakirəsində və lazımi tənzimləmə mexanizmlərinin yaradılmasında ABŞ və digər ölkələrin çoxsaylı milli təşkilatları, eləcə də beynəlxalq təşkilatlar iştirak edir. Məsələn, ABŞ-da arzuolunmaz reklamın göndərilməsinin qadağan etdirilməsi və domen adlarından qeyri-qanuni istifadə edilməsinə görə cinayət məsuliyyətinin təyin edilməsi haqqında qanun qəbul edilmişdir.

Həmçinin ABŞ-da ilk dəfə olaraq 2000-ci il iyunun 30-da elektron rəqəm imzası haqqında qanun qəbul edilmişdir.

Lakin mütəxəssislərin rəyinə görə, elektron imzasının geniş istifadəsinə hələ çox vaxt var. Onun istifadəsi ilə bağlı çoxlu məsələlər, ilk növbədə elektron sövdələşmələrinin təhlükəsizliyi məsələsi meydana çıxır. Lakin elektron-rəqəm imzalarının tətbiqi təkcə İnternet texnologiyaları sferasında çalışan firmaların deyil, həm də istənilən firmanın həyatını yüngülləşdirir. Belə ki, ABŞ-da ilk dəfə olaraq kağız variantı olmadan elektron imzası əsasında pul ssudası verilmişdir.

Çoxlu sayda kağız sənədlərini tez bir zaman ərzində yoxlamaq mümkün olmadığından əvvəllər buna təxminən 1,5 ay tələb olunurdu. Elektron-rəqəm imzasını istifadə etməklə isə 5 saatdan az vaxt sərf olunur, çünki sənədlər avtomatlaşdırılmış rejimdə yoxlanılır.

ABŞ-dan sonra rəqəm imzasının qanuniliyini təsdiqləyən ikinci ölkə İrlandiya olmuşdur. ABŞ qanunundan fərqli olaraq İrlandiya qanunu istifadəçini güclü şifrlənmiş alqoritmlər vasitəsilə müdafiə edir, hüquq-mühafizə orqanlarına istifadəçilərdən şifrə açarlarını tələb etməyə icazə vermir. Bundan başqa, şəxsiyyətin identifikasiyası üçün rəqəm imzası ilə yanaşı istifadə olunan rəqəm sertifikatlarını təqdim edəcək təşkilatların – “provayder sertifikatı xidmətləri” şəbəkəsinin yaradılması prinsiplərinin təyin edilməsində də İrlandiya qanunu ABŞ qanunundan fərqlənir. Milli poçt xidməti və ticarət palatası kimi təşkilatlar artıq İrlandiyada bu kimi xidmətləri göstərir.

Almaniya hökuməti də elektron imzaları ilə adi əlyazma imzalarının hüquqlarının bərabərləşdirilməsi haqqında qanun layihəsini müzakirə etmişdir. Bu qanun layihəsi 2001-ci ilin fevral ayının 16-da Almaniya parlamenti tərəfindən təsdiq edilmişdir. Bundan sonra İnternet vasitəsilə müxtəlif maliyyə əməliyyatlarının aparılması çox sadələşdi. Bundan başqa, maliyyə sənədlərinin kağız arxivləri də azalacaq və vahid Avropa elektron ticarəti bazarı yaradılacaqdır.

Elektron kommersiyanın fəaliyyətinin tənzimlənməsində daha bir mühüm aspekti vergi məsələləri və xarici iqtisadi məsələlər təşkil edir. Virtual iqtisadiyyatda müxtəlif

vergi rejiminə malik olan ərazilər arasında sərhədlərin olmaması onlayn sahibkarlarına daha sərfəli yurisdiksiyaların seçimində geniş imkanlar açır. Bunu rəqəm formatında satılan mal və xidmətlərin misalında daha aydın görmək olur, çünki onların yerdəyişmələrini izləmək praktiki olaraq mümkün deyil. Nəticədə dövlətlər vergi və gömrük gəlirlərinin bir qisminin itirilməsi və müxtəlif ölkələrdən olan kompaniyalar arasında rəqabət üçün bərabər şərtlərin təmin edilməsi problemləri ilə üzləşir. Belə problemlərlə, məsələn, ABŞ və Avropa İttifaqı ölkələri üzləşmişdir. Məlum olduğu kimi, Aİ-dan fərqli olaraq, ABŞ-da rəqəm mallarına əlavə dəyər vergisi qoyulmur ki, bu da bu kimi mallara Aİ ərazisində satan ABŞ kompaniyalarına daha əlverişli şərait yaradır. Təbii ki, bu sahədə müvafiq tədbirlər görülməlidir.

Deyilənlərə yekun vuraraq qeyd edək ki, inkişaf etmiş ölkələr qloballaşma şəraitində elektron bazarında hüququ tənzimlənmənin zəruri olduğunu artıq dərk etmişlər, lakin bu problemin həllinə çox ehtiyatla yanaşmalı, vahid beynəlxalq qanunları işləyib-hazırlamalıdır.

Elektron kommərsiya çərçivəsində tərəflər arasında yaranan münasibətlərin spesifikliyi onların qanuniləşdirilməsinə də təsir göstərir. Onlayn biznesinin əsas xüsusiyyətlərindən biri həm sövdələşmənin predmetinin, həm də iştirakçıların virtuallaşmasıdır ki, bu da sövdələşmənin özünün riskliyini artırır, çünki tərəflərdən biri öz vəzifələrini yerinə yetirməkdən imtina edə bilər. Məsələn, virtual vitrindən predmet haqqında yanlış məlumat almış alıcının o maldan imtina etməsi mümkündür.

Hal-hazırda onlayn ticarətinin pərakəndə sektorunda ən geniş yayılmış ödəmə vasitələri (nəgd ödəmə və kredit kartları) ödəmələrə zəmanət vermir ki, bu da satıcıların nəqliyyat xərcləri və ödəmə sistemlərinin cərimələri ilə bağlı olan əlavə xərclərə gətirib çıxarır (VISA və Master-Gard-ın yeni qaydalarına əsasən qaytarılmış ödəmələrin miqdarı bütün transaksiyaların 1%-ni və ya aylıq dövriyyənin 2,5%-ni aşarsa, İnternet mağazası ayda 25-100 min dollar cərimə

verməli olur). Hazırda ödəmələrdən imtina etmə halları nisbətən azdır, lakin onlayn sifarişləri artdıqca, situasiya dəyişə bilər.

Rusiyaya gəldikdə isə, burada elektron kommersiyası sahəsində fəaliyyət adı onlayn ticarət təşkilatlarının fəaliyyətini tənzimləyən mülki, vergi, gömrük, xarici iqtisadi sahə və digər normativ sənədlərini əhatə edən qanunverici bazaya əsaslanır. Son illərdə bu sənədlərdə bəzi dəyişikliklər edilsə də, onlar elektron biznesi qarşısında duran hüquqi problemləri həll etmir. Məsələn, RF Mülki məəcəlləsində müəyyən hallarda elektron rəqəm imzasını istifadə etməklə sövdələşmələrə icazə verən düzəlişlər edildi. Rusiyada “Elektron rəqəm imzası haqqında” qanun 2001-ci ilin sonunda qəbul edildi.¹ Qanun elektron iqtisadiyyatında elektron rəqəm imzasının istifadəsinin genişləndirilməsini təmin edəcəkdir.

ERİ-nin B2B sektoru üçün də əhəmiyyəti çox böyükdür, çünki kompaniyalara sövdələşmələrin rəsmiləşdirilməsi ilə bağlı olan ənənəvi vaxt və maliyyə xərclərini endirməkdə geniş imkanlar açır.

Beləliklə, gənc Rusiya elektron kommersiyası hələ indi onlayn ticarəti problemləri ilə üzləşir. Göstərilən qanundan başqa RF-nın Rabitə Nazirliyində elektron kommersiyasının federal inkişaf proqramı da hazırlanır.

Elektron kommersiyası sahəsində cərəyan edən yeni tendensiyalar haqqında bir neçə söz demək lazımdır. Elektron kommersiyasındakı tendensiyalar B2G, G2C, G2G abreviaturların yaranması ilə səciyyəlidir. Onlar dövlətlərin bu və ya digər yolla qoşulduqları yeni biznes sahələri deməkdir (Government)–Business–to–Govenment, Govenment–to–Citizens, Govenment–to–Govenment. Dövlət həmçinin elektronlaşma prosesinə qoşulmuşdur. Bu sahədə də lider ABŞ-dır.

¹ Вах: Известия. 2001. 30 октября.

Electronic Government konsepsiyası ABŞ-da ən yüksək hökumət səviyyəsində səsəndirilmişdir. 1 iyul 1997-ci ildə elektron kommersioniyasına dair prezident göstərişinin sonuncu 13-cü bəndində deyilir: “Mən ümumi xidmətlər rəisinə federal qulluqçuları üçün növbəti 12 ay ərzində 4 mln. çeşiddə onlayn alış xidmətlərinin genişləndirilməsi yolu ilə federal hökumətinin elektron kommersioniyası dövrünə keçirilməsini tapşırıq verirəm”. İki il sonra, 17 dekabr 1999-cu ildə bütövlükdə elektron hökuməti konsepsiyasına həsr olunmuş və hökumət departamentləri və agentliklərinə ünvanlandırılmış daha bir göstəriş meydana çıxdı. 11 bənddən beşi idarəetmənin müxtəlif proseslərinin onlayn texnologiyasına keçirilməsinə dair konkret göstərişləri kəsb edir: “Ümumi xidmətlər rəisi agentliklər deyil, xidmət tipi üzrə təşkil edilmiş hökumət informasiyasına və ya vətəndaşların axtara biləcəkləri informasiyaya çıxışı inkişaf etdirməlidir”, “departament başçıları 2000-ci ilin dekabrına vətəndaşlara lazım olan 500 hökumət xidmətlərinin onlayna çıxışını təmin etməlidir. 2003-cü ilin oktyabrına federal hökumətləri transaksiyalarının onlayna çıxışı olmalıdır...”departament başçıları zəruri mal və materiallarla daha tez təmin olunması üçün, mümkün qədər elektron kommersioniyasının istifadəsini təmin etməlidir ki, bu da vergiödəyənlərin xərclərinin azalmasına səbəb olacaqdır”.

Bu sənədlərdən aydın olur ki, ABŞ dövlət orqanlarının fəaliyyətinin təşkilində elektron kommersioniyası ikili rol oynayır. Bir tərəfdən, bu, vergi ödəyənlərin dövlət aparatının fəaliyyətini maliyyələşdirilməsi vəsaitlərinə, şərti olaraq B2G, qənaət edir. Digər tərəfdən, bu, idarəetmə orqanlarının şəffaflığının artması, vətəndaşların bütün lazımı dövlət informasiyasına sərbəst çıxışının təmin edilməsi, yəni G2C deməkdir. Yeni industriyanın B2G və G2C sektorlarına bölünməsi sifir funksional səciyyə daşıyır. Ehtimal edilir ki, hər iki sahədə lazımı infrastruktur və xidmət özəl kompaniyalar tərəfindən təklif edilə bilər.

İlk növbədə dövlətin əsas funksiyaları – vergilərin

yığılması, nəqliyyat vasitələrinin qeydə alınması, patentlərin qeydə alınması, lazımi informasiyanın verilməsi, müqavilələrin bağlanması və s. elektronlaşdırılacaqdır. Nəticədə, kağız işlərinin həcmi azalacaq, lazımi prosedurların aparılması sürətlənəcəkdir. Əvvəllər vətəndaşlardan növbələrdə dayanmağı, hökumət məmuru ilə ünsiyyətdə olmağı tələb edən bu işə indi bir neçə dəqiqə kifayət edəcəkdir.

Hökumət informasiya və əmtəə onlayn transaksiyalar bazarının həcmi 3 trilyondan 50 trilyonadək ABŞ dəyərinədir. Təkcə lazımi malların alınmasına hökumət ildə 225 milyard dollardan çox pul xərcləyir ki, bunun da 40 milyard dolları kiçik və orta biznes məhsullarının payına düşür.

Cartner Group-un tədqiqatlarına görə, 2000-ci ildə federal xidmətləri, ştatlar xidmətləri və yerli hökumət orqanları elektron kommersiyası sistemindən təxminən 1,5 milyard dollar xərcləmişdir, 2005-ci ildə isə bu rəqəm 6,2 milyard dollar səviyyəsinə çatmışdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, B2G kommersiyasının problemləri də var. Özəl kompaniyaların toplaya biləcəkləri informasiyanı heç də həmişə gəlir əldə etmək üçün vergidəyənlərə və ya özəl kompaniyalara satmaq mümkün olmur. Bu çətinliklər əslində hökumət sektoru üçün spesifik deyil. Elektron bazarında vasitəçinin əlavə dəyərini necə ölçməli? Bu suala dəqiq cavab tapmadan industriyanın sürətli inkişafından söhbət gedə bilməz. Hökumət və vətəndaşlar arasında vasitəçi xidmətləri bu halda həm də siyasi və etik xarakter alır. Vətəndaşların özəl informasiyaya çıxışı, dövlətin xarici investorların mülkiyyətinə keçə biləcək özəl kompaniyalardan asılılığı – bütün bu məsələlər öz həllini tapmalıdır.

Potensial müştəri olan dövlətin spesifikliyi üzündən B2G sektoru daha çox müdafiə sənayesinə bənzəyir. Biznesin mühüm elementini dövlət orqanları ilə razılıqlar təşkil edir. Əvəzində elektron qərarlarının yüksək etibarlılığı və keyfiyyətinə zəmanət verilir.

Bununla bağlı güman etmək olar ki, bu sahədə birləşmə

B2B və B2C-dən daha tez baş verəcəkdir.

Əgər hökumət proseslərinin kommersiya əsasında elektronlaşdırılması inkişaf edərsə, onda, məsələn, hökumət saytında gizli onlayn səsvermə yolu ilə mühüm qanunların qəbul edilməsini də təsəvvür etmək olar.

Federal saytıda hər hansı bir qanundan narazı olan şəxs öz rəyini qeydə ala bilər. Müəyyən sayda “qara şarlar” toplandıqda belə qanun avtomatik olaraq qanunvericilərin gündəliyinə daxil edilir. B2G korrupsiya ilə mübarizədə səmərəli silaha çevrilə bilər. Tam əminliklə demək olar ki, eGovernment proqramı uğurlu olsa, hakimiyyətin mahiyyətinin özü dəyişəcəkdir.

Beləliklə, son illərdə informasiya sənayesindən olan İnternet sənayesinin sürətli inkişafı haqqında qərar vermək olar. Bu artım ildə 100-200% təşkil edir. Bu, xarici kompaniyaların həm korporativ sektoru və marketinq siyasəti üçün, həm də sırayı istifadəçi üçün yeni imkanlar açır. İnternet texnikası və texnologiyasının tərəqqisi kompaniyalar, istehlakçılar və dövlət arasında yeni münasibətlərin inkişafına, hesablamaların sürətlənməsinə, xərclərin azalmasına, kompaniya və dövlətin fəaliyyətinin səmərəliliyinin artmasına səbəb olur.

Lakin elektron bazarının durmadan inkişafı dövləti bu bazarı hüquqi tənzimləmək zərurəti qarşısında qoyur. İlk növbədə bu, bir sıra ölkələrdə elektron-rəqəm imzası haqqında qanunun qəbul edilməsidir. Daha sonra ödəmələrin həyata keçirilməsinin beynəlxalq təhlükəsizlik standartlarının hazırlanması, elektron bazarda fəaliyyətə verginin qoyulması ilə bağlı məsələlər öz həllini tapmalıdır. Buna baxmayaraq, bu yeni bazarın dövlət tənzimlənməsi məsələsinin həllinə çox ehtiyatla yanaşmaq lazımdır.

İlkin inkişaf mərhələlərində İnternet yalnız ünsiyyət və qeyri-kommersiya informasiyasının yayılmasına xidmət edirdisə, bu gün artıq hamıya məlumdur ki, şəbəkə texnologiyalarından kommersiya məqsədlərində də uğurla istifadə etmək olar. Statistika görə, 1999-cu ildə öz mal və

xidmətlərini İnternet vasitəsilə satan firmaların sayı təxminən 600 min təşkil etmişdir ki, bu da 1998-ci il ilə müqayisədə 65% çoxdur.¹ E-Marketer agentliyinin məlumatlarına görə, 1999-cu ildə dünya elektron kommersionasının həcmi 98,4 milyard dollar təşkil etmişdir.²

Elektron kommersionasının inkişafında əsas amillərdən biri müvafiq kommunikasiya vasitələrinin geniş yayılmasıdır. Kommunikasiya vasitələrindən biri kimi İnternet daha çox ABŞ-da inkişaf etmişdir. Buna görə də təsadüfi deyil ki, elektron kommersionasının dünya dövriyyəsində ABŞ-ın payı daha çoxdur.

Bütün bu kifayət qədər təəssüratlandırıcı göstəricilərə baxmayaraq, elektron kommersionasını hələ ki ənənəvi kommersiona ilə müqayisə etmək çətindir. Belə ki, ABŞ Ticarət Departamentinin statistik məlumatlarına görə, 2000-ci ildə pərakəndə elektron kommersionasının həcmi (25,8 milyard dollar) ənənəvi pərakəndə ticarətinin dövriyyəsinin cəmi 0,8 %-ni təşkil etmişdir (3,23 trilyon dollar).

B2C ticarətinin öyrənilməsindən aydın olmuşdur ki, onlayn ticarətinin strukturu tədricən oflayn pərakəndə formasını alır. Bu, İnternet auditoriyasının keyfiyyət tərkibindəki dəyişikliklərlə izah olunur. İnternet cəmiyyətin müxtəlif təbəqələrinə daxil olduqca orta statistik İnternet istifadəçisi – alıcı getdikcə öz oflayn-nümunəsinə bənzəməyə başlayır.

e-Marketer agentliyinin məlumatlarına görə, 2000-ci ilin əvvəllərinə dünya onlayn kommersionasının pərakəndə dövriyyəsində turizm xidmətlərinin (29%), kompüter və hissələrinin satışlarının (13%), hərrac satışların (10%), paltar (9%) və kitab məhsullarının (7%) xüsusi çəkisi daha yüksək olmuşdur.

Rusiya kompaniyaları üçün informasiya texnologiya-

¹ Bax: E-Marketer, 2000.

² Bax: E-Marketer, 2000.

ları və elektron kommersiyasının inkişafı marketing üstünlüklərinin inkişafının ən mühüm əsaslarından biridir.

Rusiyada elektron kommersiyasının gələcəyi bir çox amillərdən, xüsusən də şəbəkə ticarətinin inkişaf yolunda duran aşağıdakı problemlərdən asılı olacaqdır:

- əhalinin rifah səviyyəsinin aşağı olması (Rusiyada adambaşına YDM ABŞ-dan 20 dəfə azdır);
- geniş İnternet auditoriyasının olmaması (Rusiyada 2001-ci ildə İnternetə baş çəkən insanların sayı əhalinin 2%-ni təşkil etmişdir); bu amil informasiya texnologiyalarının inkişafına çox ciddi təsir göstərir, ona görə də Rusiyada marketingin inkişafında informasiya amilindən hələ ki, geniş istifadə olunmur;
- nəqliyyat infrastrukturunun zəif olması, yəni virtual məkanda sifariş edilmiş malların çatdırılması üçün kompaniyaların hələ ki, şəraiti yoxdur, bundan başqa mövcud çatdırma formalarının tarifləri də çox yüksəkdir;
- sərfəli ödəmə vasitələrinin olmaması; Rusiyada hələ ki, İnternet vasitəsilə satın alınmış malları 50% alıcı çatdırma zamanı kuryerə nəğd ödəyir. Kredit kartları vasitəsilə ödəmələr geniş yayılmadığından çox da populyar deyil.

Bundan başqa istifadəçilər mal və xidmətlərin İnternet mağazalarında əldə edilməsinin aşağıdakı əsas mənfi tərəflərini qeyd edirlər:

- 1) çatdırma müddətinin çox olması (bəzən alınmış mallar alıcılara bir neçə həftə sonra çatdırılır);
- 2) əyaniliyin olmaması (alış zamanı onlayn-alıcı mala toxunmaq, geymək, iyləmək və s. imkanına malik deyil. Paltar, ayaqqabı, qida məhsullarının alışı bu amil çox vacib rol oynayır);
- 3) malların baha olması (bəzən şəbəkə mağazalarının piştaxtalarında mallar ənənəvi pərakəndədən daha baha satılır).

Beləliklə, IBR jurnalının hesablamalarına görə,

Rusiyada elektron kommersiyasının hazırkı vəziyyətini və onun inkişaf tempələrini məhdudlaşdıran amilləri nəzərə almaqla, 2005-ci ilə elektron kommersiyasının ümumi dövriyyəsi 560 milyon dollara çatacaq.

Cədvəl 3

Rusiyada elektron kommersiyasının inkişafı*

Göstəricilər	İllər					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
1	2	3	4	5	6	7
İnternet auditoriyası, mln.adam	3,00	4,50	5,85	7,02	8,07	9,28
İnternet-alıcıları, %	9	14	16	18	19	20
İnternet-satıcılarının sayı, mln.	0,26	0,63	0,94	1,26	1,53	1,86
İldə alış miqdarı	5	8	11	13	15	15
Alışın orta qiyməti, doll.	14,5	15	16	17	18	19
Rusiya daxili pərakəndə e-kommersiyası, mln. doll.	19	76	165	278	413	530
İxrac pərakəndə satışlarının həcmi, mln. doll.	6	10	15	20	25	30
Pərakəndə e-kommersiyasının ümumi həcmi, mln. doll.	25	86	180	298	438	560
Pərakəndə ticarətin dövriyyəsi, mlrd. doll.	82	96	109	120	125	131
Pərakəndə ticarətdə e-kommersiyası, %	0,03	0,09	0,17	0,23	0,35	0,43

*Mənbə: IBR, ГОСКОМСТАТ.

Rusiyada elektron kommersiyası bazarının müasir vəziyyətini təhlil edərək ölkənin elektron bazarının inkişafına kəskin tələbatın olması haqqında qərar vermək olar. Bunun üçün əhalinin həyat səviyyəsini qaldırmaq, telekommunikasiya infrastrukturunu və vahid bank sistemini inkişaf etdirmək, bank çekləri və kredit kartları ilə ödəmə mexanizmlərindən istifadəni genişləndirmək tələb olunur. Öz növbəsində elektron kommersiyası və bütövlükdə informasiya texnologiyalarının inkişafı Rusiyada bazar münasibətlərinin və Rusiya kompaniyalarının marketinq siyasətinin inkişafına

səbəb olacaqdır.

Elektron kommersiyasının korporativ sektorunu da inkişaf etdirmək yaxşı olardı. Bunun üçün sövdələşmə subyektləri arasındakı qarşılıqlı münasibətləri nizamlayan bir sıra qanunlar, o cümlədən ERİ haqqında, elektron sövdələşmələri haqqında qanunlar qəbul edilməlidir. Rusiya kompaniyalarının biznes-modelini qurarkən xarici təcrübədən geniş istifadə etmək, xarici investisiya kapitalını cəlb etmək lazımdır.

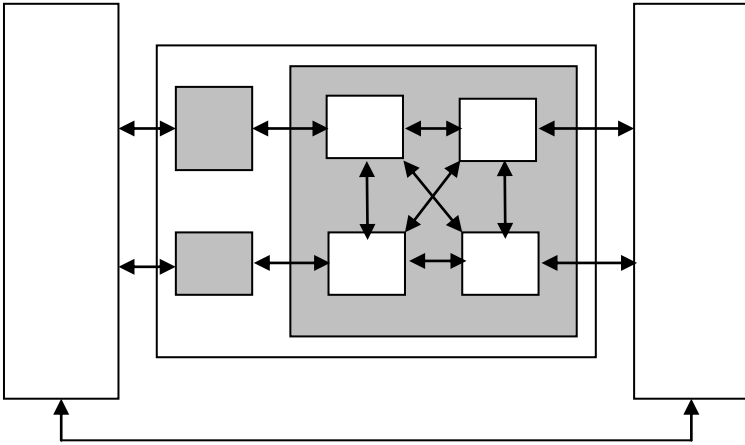
Bu məsələləri həll etmədən Rusiyada elektron kommersiyasının, bazar münasibətlərinin və marketinq siyasətinin tez və keyfiyyətli inkişafından söhbət gedə bilməz. Qarşılıqlı təsirdə olan informasiyalaşma və qloballaşma bu proseslərin inkişafına səbəb olur.

7.2. İNFORMASIYA TEXNOLOGİYALARI VƏ XARİCİ KOMPANİYALARIN FƏALİYYƏTİNDƏ LOGİSTİKANIN İNKİŞAF ETMƏSİ

Marketinq informasiya sistemləri insanlardan, avadanlıqdan və kompaniyaların marketinq siyasəti sahəsində qərarların qəbul edilməsi üçün aktual və dəqiq informasiyanın toplanması, təsnifləşdirilməsi, təhlili, qiymətləndirilməsi, yayılması və saxlanması üçün istifadə olunan çoxtərəfli priyomlardan ibarətdir.¹

F.Kotlerin marketinq informasiya sistemi konsepsiyası 7.1-ci şəkildə göstərilmişdir.

¹ Bax: Kotler Ph. Principles of Marketing. N.Y., 1999; Kotler Ph. Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control. N.Y., 1998; Glazer R. Marketing in an Strategic Implications of Knowledge as an Asset. N.Y., 1999.



Şəkil 7.1. Marketing informasiya sistemi

İnformasiya texnologiyalarından, elektron kommersiyasından xarici kompaniyaların marketing siyasətinin logistika sahəsində, yəni əmtənin hərəkəti sferasında geniş istifadə olunur.

İstehlakçını, nəqliyyatı və mal göndərəni bir sistemdə birləşdirən logistika xarici kompaniyaların marketing siyasətini tamamlayır. Müasir logistika inkişaf etməkdədir. O, bazarı öyrənir, eyni zamanda onun tələblərinə də uyğunlaşır. Logistikanı informasiya marketing siyasəti kimi səciyyələndirmək olar.

Marketing logistikasının dörd inkişaf mərhələsini qeyd etmək olar:

Birinci mərhələ yalnız hazır məhsulun saxlanması və daşınmasının təşkilini əhatə edir. Bu mərhələdə loqistikanın idarəetmə formaları hələ ki, mükəmməl deyil.

İkinci mərhələdə logistika sifarişçiyə xidmət göstərilməsi, sifarişlərin emalı, hazır məhsulun saxlanması, ehtiyatların idarəedilməsi, yəni istehsal xətti məntəqəsindən başlayaraq istehlakçıya qədər məhsulun hərəkətinin idarə edil-

məsini nəzərdə tutan fəaliyyət kimi şərh edilir.

Üçüncü mərhələdə logistika anlayışına həmçinin xammalın alınması və çatdırılması, satışın proqnozlaşdırılması daxildir, lakin müəssisənin gündəlik idarəetmə məsələsinə nəzarət edilmir.

Logistikanın dördüncü inkişaf mərhələsində marketing siyasəti logistikanın, planlaşdırma və əməliyyatlara nəzarət proseslərini marketing, satış, istehsal, maliyyələşdirmə əməliyyatları ilə inteqrasiya etdirmək məqsədini güdür, yəni marketing siyasəti əmtənin hərəkətinə geniş miqyasda yanaşmağa başlayır.

İnkişaf etmiş ölkələrdə logistika artıq iqtisadi mühitin həddlərindən çıxaraq sosial, ekoloji, siyasi amilləri nəzərə alır, istehlakçının hüquqlarına, ətraf mühitin mühafizəsinə böyük diqqət yetirir.

Müasir marketing siyasəti nəzəriyyəsində logistika sistem kimi öyrənilir. Sistemli yanaşma ayrı-ayrı obyektləri bir məqsəd ətrafında birləşən sistemlər kimi nəzərdən keçirir. Logistikaya sistemli yanaşmanın əsasında aşağıdakı əsas prinsiplər durur:

- logistik sistemin həm ətraf mühitlə qarşılıqlı münasibətdə, həm də öz strukturu daxilində öyrənilməsi;
- ayrı-ayrı sistemlərin, eləcə də bütövlükdə sistemin məqsədləri arasında ziddiyyətlərin olmaması;
- sistemin informasiya, ehtiyat və digər göstəricilərinin bir-biri ilə uzlaşması.

Sistemli yanaşma konkret problemin həlli reseptini verməsə də, qarşıya qoyulmuş problemlərin həlli üçün xüsusi təhlil metodlarından düzgün istifadə etməkdə köməklik edir. Belə təhlil zamanı sistemin bütün elementləri, həmçinin bu elementlərin daxili və xarici əlaqələri nəzərə alınmalıdır.

İstənilən sistem, o cümlədən logistik marketing sistemi aşağıdakı xüsusiyyətlərə malik olmalıdır:

- tamlıq, yəni elementlər yalnız sistemdə mövcuddur;
- logistik sistem daxilində sistemin keyfiyyətini şərtləndirən elementlər arasında müəyyən əlaqələr

olmalıdır. Sistemin daxilində əlaqələr xarici mühitlə əlaqələrdən daha güclü olmalıdır;

- təşkilinin nizamlılığı, yəni logistik sistemin əmələ gəlməsi və inkişafı üçün nizamlı əlaqələri formalaşdırmaq lazımdır;
- hər hansı bir keyfiyyətin sistemin ayrı-ayrılıqda elementlərinə deyil, ona bütövlükdə xas olması.

Bu prinsiplərə əsasən belə qərara gəlmək olar ki, marketing siyasətində logistik sistemlər eyni, yaxud başqa funksiyaları və logistik əməliyyatları yerinə yetirən bir neçə sistemaltılardan ibarət, xarici mühitlə intensiv əlaqədə olan əks əlaqəli adaptiv sistemlər kimi nəzərdən keçirilir. Bundan başqa, logistik sistemdə təchizat, satış, paylaşdırma və nəqliyyat proses və sistemləri sintez edilir. Beləliklə, logistik sistemlər dedikdə, funksional əlaqədə olan elementlərin – sistemaltıların məcmusu nəzərdə tutulur. Belə sistemaltılar kimi maddi, maliyyə, informasiya axınları, mərkəzi, ərazi və yerli təşkilat strukturları, vasitəçi kompaniyalar, anbarlar, bazalar, ticarət müəssisələri, informasiyanın toplanması, işlənməsi və ötürülməsi vasitələri, nəqliyyat bölmələri və s. çıxış edə bilər.

Logistik sistemlər istənilən fəaliyyət sferasında yaradıla bilər. Logistik sistemin elementlərinin səviyyəsinin təhlili onu makro və mikrologistikaya bölməyə imkan verir. Makrologistika mal göndərənlər, istehlakçılar bazarının təhlili ilə məşğuldur, anbarların yerləşdirilməsi, nəqliyyat növünün seçilməsi konsepsiyasını hazırlayır. Mikrologistika ayrı-ayrı kompaniyaların marketing siyasətinin qaldırdığı konkret məsələləri həll edir. Burada da bir firma çərçivəsində istehsal, alış və anbar logistikasını qeyd etmək olar.

Logistika xarici kompaniyaların müasir marketing siyasətində xüsusi yer tutur. O, bazar münasibətlərində kompaniyaların rəqabətqabiliyyətliliyinə, bazarda payının artmasına əsaslı təsir göstərə bilər.

Beləliklə, logistikanın funksiyası tələb və təklifi koordinasiyaşdırmaqdan ibarətdir. Kompaniyanın marketing

siyasəti tələbi formalaşdırır, logistika isə onu həyata keçirir. Bundan başqa o, iki sferanı – bazarın tələbi ilə kompaniyanın bazar və tələb haqqında müvafiq informasiyaya əsaslanan təklifini bir-biri ilə əlaqələndirir.

Müasir logistika iqtisadiyyatın mühüm tərkib hissəsini kəsb edir. Məsələn, ABŞ-da milli miqyasda logistikaya sərf olunan vəsait ÜDM-un təxminən 15-23%-ni təşkil edir.

Marketinq siyasətində informasiya sistemləri mühüm rol oynayır. Məhz informasiya axınlarının hesabına sistemin ayrı-ayrı elementləri vahid bir tam kimi fəaliyyət göstərir. İnformasiya texnologiyaları, kompüterlərdən, hesablayıcı kassa qurğularından, standartlaşdırılmış əmtəə kodlarından, elektron ödəmələr sistemlərindən geniş istifadə etməklə xarici kompaniyalar ehtiyatların emalı sistemini, nəqliyyat daşıma-
larının marşrutu və cədvəlinin işlənilib-hazırlanması sistemini yaratmaq imkanını əldə edə bilirlər. Bu texnoloji üstünlüklər təkcə istehsalçılara deyil, həm də kanalın digər səviyyəli iştirakçılarna fayda verir.

İnformasiya texnologiyaları, elektron kommersiyasının inkişafı logistika zəncirinin müxtəlif həlqələrinin daha sıx inteqrasiyasına səbəb olur. Xarici kompaniyaların marketinq siyasətindəki bu istiqamətə nəzər salaq.

İnformasiya sistemləri əsasında bir logistika zənciri ilə bağlanmış müxtəlif kompaniyaların marketinq inteqrasiya siyasətindən danışmadan öncə, başlıca əməliyyatların əksər hallarda bir-birindən asılı olmayaraq fəaliyyət göstərdiyi bir kompaniyanın daxili təsərrüfat proseslərinə nəzər salmaq lazımdır, çünki bu, bütün prosesin səmərəliliyini aşağı salır.

Təşkilat özünü logistik zəncirin digər agentləri ilə əməliyyat və maliyyə inteqrasiyasına hazır etməlidir. Necə? Məhz bu işdə kompüter texnologiyaları köməyə gəlir. Kompüter texnologiyaları istehsal resurslarının planlaşdırılması metodologiyası əsasında təsərrüfat proseslərinin idarə edilməsi üçün kompleks kompüter proqramlarını kəsb edir.

İstehsal resurslarının planlaşdırılması xarici kompaniyaların marketinq siyasətində çox gözəl vasitədir. Bu, bütün

müəssisənin fəaliyyətinin yaxşılaşdırılması üçün marketing xidmətinin, təchizat şöbəsinin, istehsal və konstruktor şöbəsinin müxtəlif funksiyalarını bir yerə birləşdirməyə imkan verir.

Belə sistemlər, daha doğrusu, onların əsaslandığı metodologiyalar dərin dəyişikliklərə məruz qalmışdır. 1960-cı ildən başlayaraq, xarici kompaniyalar istehsal resurslarının planlaşdırılmasından biznes-planlaşdırma sisteminədək uzun yol keçmişlər. Məhz həmin ildə kompüterlər təsərrüfat həyatına daxil olmağa başlamışdı. Planlaşdırma prinsiplərinə verilən tələblərin dəyişməsinə rəqabətin artması səbəb olmuşdur.

İstehsal resurslarının planlaşdırılması proqramları istehsal avadanlıqlarını optimal şəkildə yükləməyə və cari sifariş planlarının yerinə yetirilməsi üçün lazımı qədər material və xammal almağa imkan verirdi.¹

Materiallara olan cari tələbatın planlaşdırılması anbarlarda yükü – həm xammal, həm də hazır məhsulu azaltmağa imkan verirdi.

Yeni planlaşdırma proqramları reklam və marketing xərclərinin artdığı, məhsulların həyat tsiklinin azaldığı bir dövrdə meydana gəlmişdi. Bütün bunlar kommersiya fəaliyyətinin planlaşdırılması məsələlərinə yenidən baxmağı tələb edirdi. “Nəyi isə istehsal edib sonra onu satmağa çalışmaq yox, satıla biləcək bir şeyi istehsal etmək lazım idi”. Beləliklə, marketing və satışların planlaşdırılması bilavasitə istehsalın planlaşdırılması ilə əlaqələndirilməlidir. Bu şərtlərə əsasən yeni korporativ planlaşdırma konsepsiyası¹ meydana gəlmişdir.

¹ Вах: Гаджинский А.М. Логистика. М.: Маркетинг, 1998; Дегтяренко В.Н. Основы логистики и маркетинга. М.: Гардарика, 1996.

¹ Вах: Christopher M, Marketing Logistics. Oxford, 1997; Emmelhainz M.A. Logistics Perspectives. Cleveland, 1998; Fearon H.E., Leenders M.R. Purchasing Organization Roles and Responsibilities. Toronto, 1999.

Beləliklə, korporativ planlaşdırma konsepsiyası aşağıdakı funksional modullardan ibarətdir:

- 1) proqnozlaşdırma;
- 2) satışların idarə edilməsi;
- 3) istehsalın planlaşdırılması;
- 4) məhsulların strukturunun idarə edilməsi;
- 5) ehtiyatların idarə edilməsi;
- 6) korporativ planlaşdırma konsepsiyası;
- 7) Müştərilərlə münasibətlərin planlaşdırılması;
- 8) seriya, sifariş, layihə və ya fasiləsiz istehsal sexlərinin idarə edilməsi;
- 9) bazarlıq;
- 10) maliyyə/mühasibat;
- 11) maliyyə təhlili.

Korporativ planlaşdırmanın yeni konsepsiyasına əsasən planlaşdırma 2 mərhələdən ibarətdir:

- global planlaşdırma mərhələsi – istehsal planının layihəsinin yaradılması ilə başa çatır;
- yerinə yetirmə mərhələsi – planların icraçı sistemaltılara çatdırılmasını nəzərdə tutur.

Planlaşdırma prosesi 3 “sifariş çantasının” formalaşdırılmasından başlayır.²

Bu, birincisi, uzunmüddətli sifarişlərlə təmin olunmuş standart sifarişlər çantasıdır. Lakin aydındır ki, söhbət uzaq perspektivdən gedərsə (korporativ planlaşdırmanın yeni konsepsiyasının tam tsikli üzrə planlaşdırma, bir qayda olaraq, bir illik, il yarımlıq və ya bəzən bir kvartallıq həyata keçirilir), əksər müəssisələr üçün belə sifarişlər çantası kifayət etmir. Bundan başqa o, bəzi sənaye sahələri üçün tipik deyil.

İkincisi, bu sifarişlər çantasına əlavə olaraq proqnoz formalaşdırılır. Proqnoz yeni korporativ planlaşdırma

² Bax: Fearon H.E., Leenders M.R. Purchasing and Supply Management. Toronto, 1999.

sisteminin konseptual komponenti olmaqla, öz satışlarının statistik tədqiqatlarının, bazarın kənar firmalar tərəfindən öyrənilməsinin əsas istehlakçısını kəsb edir.

Üçüncüsü, bu, buraxılan məhsulun çeşidliyi ilə bağlı olan və yalnız firmaya məlum olan dəyişikliklərdir. Əgər malın bir modelini digər modelə əvəz etmək lazım gələrsə, onda nəzərə alınmalıdır ki, bu, bütövlükdə satışlar sistemi üçün müəyyən nəticələrə gətirib çıxara bilər. Bütün bunlar biznes-planını tərtib edərkən nəzərə alınır. Bu strateji satış planının həyata keçirilməsinin müvafiq maliyyə nəticələri ola bilər. Odur ki, onlar ən azı pul vəsaitlərinin məqbul axını baxımından təhlil edilməlidir. Biznes-plan əsasında maliyyə və marketinq planları tərtib edilir, çünki satışların bir hissəsi marketinq tədbirləri ilə dəstəklənməlidir və ya proqnozlaşdırma hansısa bir marketinq dəstəyini nəzərə almalıdır. Bəzi proqram sənədləri şəbəkə təhlili və ya digər təhlil növlərinin köməyi ilə proqnozları, planları və marketinqi bir-biri ilə əlaqələndirir.

Maliyyə planı tərtib edilərkən biznes-plandan çıxış etməklə pul vəsaitlərinin hərəkəti planlaşdırılır. Planlaşdırma uğurlu olarsa, istehsal planı tərtib edilir. Belə planlaşdırmada illik satış həcmi (tələbin sezon xarakterini nəzərə almaqla) aylıq dövrlərə bölünür. Bu dövrlər üzrə maliyyə indikatorları hesablanır. Əgər onlar normadadırsa, plan qəbul edilmiş hesab olunur və planlaşdırma sisteminə ötürülür. Indikatorlar məqbul olmadıqda planlaşdırmanı təkrar etmək lazım gəlir.

Bu yolla aylıq usta-planı formalaşır. Onun əsasında kalendar-həcm planı yerinə yetirilir, yəni aylıq plan həftəlik, günlük, növbəlik dövrlərinə bölünür və nəticədə kalendar-həcm planına çevrilir. Bu, artıq konkret kompaniyanın hər planlaşdırma dövründən nə istehsal edəcəyini nəzərdə tutan dəqiq istehsal planıdır.

Əgər hər şey qaydadadırsa, onda kalendar-həcm planı əsasında maddi tələbatların standart planlaşdırılması həyata keçirilir.

İki növdə sifariş formalaşdırılır:

- 1) əldə olunan materiallar üzrə bazarlığa;
- 2) istehsal olunan komponentlər üzrə istehsala.

Bundan başqa, planlaşdırma sistemləri və ehtiyatların idarə edilməsi arasında əlaqə yaranır və həyata keçirilir ki, bu da mövcud ehtiyatları təhlil etməyə imkan verir.

Daha sonra material və komponentlərə olan xalis tələbat formalaşır. İstehsal sifarişinə əsasən sexin idarə olunmasına dair tapşırıqlar verilir. Prosedur uğurla başa çatdıqdan sonra hazır planlar icra sistemində ötürülür.

Yeni korporativ planlaşdırma konsepsiyası sistemləri Finance Requirements Planning (FRP) maliyyə planlaşdırması modulu ilə birlikdə Enterprise Requirements Planning (ERP) biznes-planlaşdırma sistemləri adını almışdır. Bu sistemlər müasir müəssisənin bütün kommertiya fəaliyyətini, o cümlədən avadanlığın yeniləşdirilməsi layihələrinə maliyyə xərclərini və yeni məhsulların istehsalına investisiyaları planlaşdırmağa imkan verir.

Korporativ planlaşdırmanın yeni konsepsiyasının standart sistemi aşağıdakı funksiyaları yerinə yetirir:¹

- 1) satış və istehsalın planlaşdırılması (*Sales and Operation Planning*);
- 2) tələbin idarə edilməsi (*Demand Management*);
- 3) istehsal planının tərtib edilməsi (*Master Production Scheduling*);
- 4) maddi tələbatların planlaşdırılması (*Material Requirement Planning*);
- 5) məhsulların spesifikasiyasının təyin edilməsi (*Bill of Materials*);
- 6) anbarın idarə edilməsi (*Inventory Transaction Subsystem*);
- 7) plan tədarüklərinin həyata keçirilməsi (*Scheduled*

¹ Q. & W. Stacuch Logistics Competitiveness Framework-Assessment of the Competitiveness of Canadian Supply Chains. Distribution Service Industrial Directorate. Ottawa, 26 November, 1997.

- Receipts Subsystem*);
- 8) istehsal sexi səviyyəsində idarəetmə (*Shop Flow Control*);
 - 9) istehsal avadanlıqlarının planlaşdırılması (*Capacity Requirement Planning*);
 - 10) giriş/çıxışa nəzarət (*Input/Output Control*);
 - 11) maddi-texniki təchizatın həyata keçirilməsi (*Purchasing*);
 - 12) bölgü ehtiyatlarının planlaşdırılması (*Distribution Resource Planning*);
 - 13) istehsal əməliyyatlarının planlaşdırılması və nəzarət (*Tooling Planning and Control*);
 - 14) maliyyənin idarə edilməsi (*Financial Planning*);
 - 15) modelləşdirmə (*Simulation*);
 - 16) fəaliyyətin nəticələrinin qiymətləndirilməsi (*Performance Measurement*).

İstehsal və qeyri-istehsal əməliyyatlarının modelləşdirilməsi təcrübəsi toplandıqca bu anlayışlar dəqiqləşdirilir, daha çox funksiyaları əhatə etməklə xarici kompaniyalarının fəaliyyətini daha da səmərəliləşdirir.

Yeni korporativ planlaşdırma konsepsiyasının inteqrasiya etmiş standart sistemlərinin istifadə edilməsinin nəticələrini nəzərdən keçirək:

- müəssisənin cari fəaliyyət nəticələri haqqında həm bütövlükdə, həm də ayrı-ayrı sifarişlər, ehtiyat növləri, planların yerinə yetirilməsi üzrə operativ informasiyanın əldə edilməsi;
- kompaniyanın fəaliyyətinin uzunmüddətli, operativ planlaşdırılması;
- istehsal və maddi axınlarının optimallaşdırılması məsələlərinin həll edilməsi;
- anbarlarda maddi ehtiyatların real surətdə azaldılması;
- istehsalın bütün tsiklinin planlaşdırılması və buna nəzarətin təmin edilməsi;
- ödəmələrə, məhsulun boşaldılmasına və müqavilə

öhdəliklərinin yerinə yetirilməsi müddətinə tam nəzarət etməklə müqavilə şəbəkəsinin işinin avtomatlaşdırılması;

- bütövlükdə müəssisənin maliyyə vəziyyətinin əks etdirilməsi;
- qeyri-istehsal xərclərinin əhəmiyyətli dərəcədə azaldılması;
- informasiya texnologiyalarına qoyulmuş investisiyalarının müdafiə edilməsi;
- konkret müəssisənin investisiya siyasətini nəzərə almaqla sistemi mərhələ-mərhələ tətbiq etmək imkanının əldə edilməsi.

Bütün problemləri biznes-planlaşdırma sisteminin köməyi ilə həll etmək mümkün deyil. Yeni korporativ planlaşdırma sistemi keyfiyyət, ekoloji monitoring, servis və satışdan sonrakı xidmət, mürəkkəb istehsal obyektlərinin (kompleks logistik zəncirlərin kross-planlaşdırılması və idarə edilməsi) idarə edilməsi problemlərini həll edə bilmir.

Beləliklə, biz maddi tələbatların planlaşdırılması sistemlərinin və informasiya texnologiyaları əsasında korporativ planlaşdırmanın yeni konsepsiyasının köməyi ilə təşkilatın daxili təsərrüfat problemlərinin bəzi idarəetmə məsələlərini nəzərdən keçirdik. Lakin müasir sərt rəqabət şəraitində virtual təşkilatlar yaranır, qloballaşma tendensiyaları üzə çıxır. Bütün bunlar idarəetmənin yeni standartlarının yaradılmasını tələb edir. Bu gün müştərilərlə qarşılıqlı münasibətlər konsepsiyası getdikcə daha çox aktual əhəmiyyət kəsb etməyə başlayır.

İndi də daxili inteqrasiyadan bir logistik həlqənin təşkilatları arasındakı inteqrasiyaya keçidə nəzər salaıq. Artıq bizə məlumdur ki, biznes-planlaşdırma sistemi kompaniyasının ehtiyatlarının ənənəvi idarəetmə sistemlərinin konseptual modelində müştəri xarici aləmin sistemin xidmət göstərdiyi biznes-proseslərinə inteqrasiya etməmiş bir elementi kimi nəzərdən keçirilir. Kompaniyanın idarəetmə sisteminin belə quruluşu onunla şərtlənirdi ki, biznes müəs-

sisənin yalnız daxili fəaliyyətinin optimallaşdırılmasında cəmləşirdi. Hal-hazırda bu, o qədər də aktual deyil, amma inteqrasiyanın yeni, daha yüksək səviyyəsinə keçid zamanı çox əhəmiyyətlidir. Müəssisənin əksər bölmələri bəzən eyni kontragentlərlə işləsələr də, bir çox hallarda bir-birindən rabitəsiz olur. Müştərilərlə iş sisteminə vahid yanaşmanın olmaması bazarda işin səmərəliliyinə dərhal təsir göstərir – kompaniya satışları artırmaq imkanını itirir. Bu arada isə müasir marketinq tədqiqatları göstərir ki, kifayət qədər loyallıq müştərilərin olması biznesin sabitliyinin və çiçəklənməsinin əsas, bəlkə də yeganə amilidir. Müştərini kompaniyaya daxilinə inteqrasiya etməyə, ona real fərdi xidmət göstərməyə, başqa sözlə, növbədə onu birinci etmək – yeni standartları düşünərkən dünya biznes-birliyi bu məsələni həll etməyə çalışır. Bu məsələ çərçivəsində yeni bir strategiya meydana gəlmişdir. Bu strategiyaya əsasən, söylər kompaniyaya daxilindəki nizam-intizamda deyil, müştərilərə xidmət göstərilməsində cəmləşməlidir.

Müştərilərlə qarşılıqlı münasibətlərin idarəetmə sistemi müştərilərlə qarşılıqlı təsirləri müəyyən edən kompaniya strategiyasını kəsb edir. O, reklam, satış, çatdırma, xidmət, yeni məhsulların istehsalı və dizaynı və s. məsələlərə aiddir. Bu strategiya aşağıdakı şərtlərin yerinə yetirilməsinə əsaslanır:

- informasiya və sistemin vahid bazasının olması. Buraya müştərilərlə bütün qarşılıqlı təsirlər haqqında dərhal məlumatlar yerləşdirilir;
- qarşılıqlı təsirlərin çoxsaylı kanallarının idarə edilməsinin sinxronlaşdırılması (yəni kompaniyanın hər bölməsində bu sistemin və informasiyanın istifadəsini reqlamentləşdirən təşkilati prosedurlar mövcuddur);
- müştərilər haqqında toplanmış informasiyanın daimi təhlili və müəyyən qərarların qəbul edilməsi (məsələn, müştərilərin spesifik tələblərinə uyğun olan fərdi yanaşmanın işlənməsi).

Müştərilərlə qarşılıqlı münasibətlərin idarəetmə sistemi kompüter sisteminin bir növü deyil. Bu strategiyanın həyata keçirilməsinə dəstək olan bir sıra sistem var, lakin biznes-planlaşdırma sistemindən fərqli olaraq bu sistemlərdə hazır qərarlar verilməmişdir. Burada müştərilərlə qarşılıqlı münasibətlərin idarəetmə strategiyasını həyata keçirərkən istifadə oluna biləcək alətlər toplusu var. Firmadaxili ehtiyatların planlaşdırılması sistemi təklifdən, istehsal tsiklinin parametrlərindən çıxış etməklə tələbatın hazır hesablama alqoritmlərinin köməyi ilə anbarda malların ehtiyatını azaltmağa imkan versə, CRM sistemi öz-özlüyündə müştərilərin xidmətin keyfiyyətindən razı qalmasını təmin edə bilmir.

Müştərilərə göstərilən xidmətin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması imkanları məlumdur – bu, müştərilərlə qarşılıqlı təsirlər prosesini avtomatlaşdıran kompüter sistemləridir.

Son bir neçə ildə qərb bazarında bir sıra dəyişikliklər baş vermişdir. Bu dəyişikliklər müştərilərlə qarşılıqlı münasibətlərin idarə edilməsi strategiyasına marağın artmasına səbəb oldu. Bu, aşağıdakılarla izah edilir:

- əksər sahələrdə rəqabət yüksək olduğundan əsas problem yeni müştərilərin cəlb edilməsində yox, köhnələrini qoruyub saxlamaqdadır;
- internet-texnologiyaları mal göndərənlərin əvəz edilməsi məsələsinin həllində baryerin aşağı düşməsinə gətirib çıxardı. Real biznesdə rəqibləri bir-birindən kilometrə ayırırsa, virtual biznesdə rəqibin sayına daxil olmaq üçün cəmi bir saniyə tələb olunur;
- müştəri bu gün çox zəngin seçim imkanlarına malikdir. O, bazar haqqında ən müxtəlif informasiyanı asanlıqla əldə etsə də, çoxlu sayda amilləri də nəzərə almalıdır. Kompaniyalar bütün bu amillər haqqında məlumatları toplamalı və öz qərarlarında bunları nəzərə almalıdır;
- müştərinin kompaniya bölmələri ilə qarşılıqlı təsirlərinin çoxlu kanalları var, məsələn, şəxsi görüş, web-sayt, elektron poçtu, adi poçt, telefon, faks və s.

- O güman edir ki, bu kanallardan alınan bütün informasiya kompaniya tərəfindən nəzərə alınacaqdır;
- informasiya texnologiyaları hər qarşılıqlı təsir halları haqqında informasiyanı saxlamaq, emal və istifadə etmək imkanı verir;
 - əksər müəssisələr əsas funksional sahələri avtomatlaşdıran inteqrasiya etmiş sistemlərdən istifadə edir. Bu sistemlərdə müştərilər haqqında ən müxtəlif informasiya toplanır. Bu informasiyanı bölmələr arasında yaymaq həm mümkündür, həm də lazımdır;
 - istehsal edilən malların çeşidləri daim artır. Müştərilərə fərdi qərarları təklif etmək lazım gəldiyindən, dizaynın işlənməsinə və məhsulun istehsalına bir partnyor kimi müştərini cəlb etmək tələb olunur;
 - 10-20 il bundan əvvəl söhbət məhsulun keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasından gedirdi və hamı keyfiyyətin qlobal idarəetməsindən danışırdı (Total Quality Management - TQM). İndi isə əksər kompaniyalar (hər halda Qərbdə) keyfiyyətin yaxşılaşdırılmasına nail ola bilmişdilər. Müştərilər bu halı təbii hesab edirlər. Rəqabət indi servis səviyyəsində, özü də yaxşı yox, əla servis səviyyəsində gedir. Bu da tamamilə başqa texnologiya və yanaşmaları tələb edir.

Bütün bu amillərin təsirinin nəticəsi olaraq müştərilərlə qarşılıqlı təsirlərə konseptual cəhətdən yeni yanaşma formalaşmışdır. Yuxarıda qeyd etmişdik ki, istənilən kanalla təsirlər zamanı müştərilərlə qarşılıqlı münasibətlər haqqında əməkdaşın tam məlumatı olur. Bu qərar haqqında da məlumat öz növbəsində saxlanılır.

Real həyatdan bir neçə misal gətirək:

- Müştəriyə aylıq hesab göndərərkən telefon kompaniyası yeni xidmətə (beynəlxalq danışmaların yeni tarifi) abunə təklif edir. Müştərinin əvvəlki 3 aylıq telefon danışmalarının həcmi və qrafikinin təhlili əsasında onun vəsaitlərinə mümkün qənaəti göstərməklə bu, müəyyən müştəriyə (bir

sıra müştərilərə) təklif olunur.

- Müştəri banka zəng edir. Bank əməliyyatçısı onu adı ilə salamlayır və zəngin ev almaq üçün kreditin verilməsi haqqında ərizə ilə əlaqədar olduğunu dəqiqləşdirir (müştərinin faksla göndərdiyi bu ərizə söhbət zamanı onun adı ilə birgə bank əməliyyatçısının monitorunda görünür). Söhbətin sonunda müştəridən soruşurlar: uşaqların oxuması üçün yeni kredit növləri haqqında informasiya onu maraqlandırır mı? (Nə xoş təsadüf! Oğlumun 17 yaşı tamam oldu və o, universitetə daxil olmaq istəyir. Təbii ki, onun yaşı haqqında da informasiya sistemdə saxlanılır).

- Müştəri web-saytdan gül alır və dostunun ad gününə hədiyyə göndərir. Bundan sonra elektron poçtu ilə ona sifarişin təsdiqlənməsi və göndərilməsi haqqında məlumat gəlir. Məlumatda həmçinin göstərilir ki, müştəri sifarişin çatdırılmasına İnternet və ya avtomatik sistem olan interaktiv nitq qarşılıqlı təsir sistemi vasitəsilə nəzarət edə bilər (Interactiv Voice Response - IVR). Bir il sonra, göstərilən tarixə bir az qalmış müştəri poçtla müxtəlif hədiyyə növləri göstərilən və yeri gəlmişkən dostunun ad gününü də ona xatırladan kataloq alır.

Ümumiyyətlə, müştərilərlə qarşılıqlı münasibətlərin idarəetmə sistemi xidmətin keyfiyyətinin artırılması strategiyasıdır. Bu sistemin bir çox aspektləri artıq çoxdandır ki, mövcuddur.

Müştərilərlə qarşılıqlı münasibətlərin idarəetmə sistemlərinin bir neçə təsnifatı var. Bu sistemin 3 əsas istiqamətdə təsnifləndirilməsinə daha tez-tez rast gəlmək olur:

1. Müştərilərlə qarşılıqlı münasibətlərin operativ idarəetmə sistemi – Customer Relationships Management (CRM). O, adi biznes-prosesləri – satış, xidmət və s. çərçivəsində konkret müştəri ilə qarşılıqlı təsir prosesində onun haqqında informasiyaya operativ çıxışı verən əlavələrdən ibarətdir. O, sistemin yaxşı inteqrasiyasını tələb edir. Hal-hazırda biznes-planlaşdırma sistemlərinin böyük əksəriyyəti bu sistemə əsaslanır.

2. Müştərilərlə qarşılıqlı münasibətlərin analitik idarəetmə sistemi. Səpələnmiş məlumatlar massivinin sinxronlaşdırılmasını və bu massivlərdə daha səmərəli marketing siyasətini yürütmək üçün statistik qanunauyğunluqların axtarılmasını nəzərdə tutur. Sistemlərin yaxşı inteqrasiyasını, böyük həcmdə statistik məlumatları, səmərəli analitik alətləri nəzərdə tutur. Bu sistem əvvəlkinə nisbətən az populyardır. Məlumatların saxlanması, informasiyanın təhlili konsepsiyaları ilə sıx əlaqədədir.

3. Collaborative Customer Relationships Management (CCRM). Bu sistem müştəriyə məhsulun istehsalı, çatdırılması və istismarı proseslərinə təsir etmək üçün daha çox imkanlar verir. Müştərini minimal xərclərlə kompanyadaxili proseslər çərçivəsində əməkdaşlığa qoşmağa imkan verən texnologiyaları tələb edir. CCRM-ə misal kimi aşağıdakıları göstərmək olar:

- məhsulun dizaynının işlənməsində müştərilərin təkliflərinin toplanması;
- məhsulun təcrübə nümunələrinə müştərinin çıxış və əks əlaqə imkanının olması;
- qiymətin əks istiqamətdə əmələ gəlməsi, yəni müştəri məhsula tələbini təsvir edir və ona nə qədər pul verməyə hazır olduğunu təyin edir, istehsalçı isə bu təkliflərə reaksiya verir.

Sonuncu hal müştərilərlə qarşılıqlı münasibətlər sisteminin daha ekzotik aspektini kəsb edir. Onun reallaşması üçün daxili təşkili mexanizmlərin yenidənqurulması tələb olunur. Bunu həyata keçirən kompanyalar artıq investisiyaların bəhrəsini görürlər. CCRM-i dəstəkləyən sistemlər bazarda praktiki olaraq həm də ona görə yoxdur, çünki belə proses əksər hallarda çox fərdi xarakter daşıyır və müştərilərlə qarşılıqlı münasibətlərin həddindən artıq çevik idarəetmə sisteminin hesabına avtomatlaşdırılmalıdır. Bundan başqa, kompanya və onun müştəriləri arasında interfeysin qurulmasına edilən xərclərin azaldılması üçün bu sistem ən ucuz və ən açıq texnologiyalara (İnternet texnologiyalarına) əsaslanmalıdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, biznes-planlaşdırmanın əsas

sistemlərindən fərqli olaraq, müştərilərlə qarşılıqlı münasibətlərin idarəetmə sistemini ölkədən-ölkəyə keçirmək nisbətən asandır – lokallaşdırma üzrə işin 20%-dən çoxu tərcümədən ibarətdir (biznes-planlaşdırmanın baza sistemləri üçün tərcümə - lokallaşdırmanın 10-20%-ni təşkil edir).

Beləliklə, biz marketinq siyasətindəki həm biznes-proseslərin bir təşkilat daxilində inteqrasiyası ilə, həm də inteqrasiya dəyişikliklərinin satış bazarına çıxmaq və müştəriləri daxili proseslərə cəlb etmək cəhdi ilə bağlı olan qərarlar konsepsiyalarını nəzərdən keçirdik. Xarici kompaniyaların müasir marketinq siyasətində bu məsələlər çox mühüm yer tutur.

İnternetin logistika zəncirlərinə təsirini nəzərdən keçirək. Şəbəkə istehsal prosesinin bütün lazımi komponentlərinin bir yerə toplanmasının üstünlüklərini yox edir. Şaquli inteqrasiya etmiş kompaniyalar, tədarüklərin virtual zəncirindən istifadə edən kompaniyalarla müqayisədə uduzmuş olacaqlar. Bunu başa düşmək üçün loqistika zəncirlərinin həlqələrinin bir-biri ilə necə bağlılıqlarına nəzər salmaq lazımdır.

Ən möhkəm bağlayıcı elementlərdən biri transaksiya xərcləridir. Yeni partnyorla qarşılıqlı əlaqələrin qurulmasında bəzən çox xərclər olur. Sərfəli kontragentin sadəcə axtarılması belə, böyük bir problemə çevrilə bilər. Kontraktlar bağlandıqda adi transaksiya xərcləri meydana çıxır: bazarlıq üzrə mütəxəssislərin və tədarükçüdən istehsalçıya gedən əmtəə axınlarını izləmək üçün loqistika menecerləri dəvət etmək tələb olunur. Rəqəm birjalari pərakəndə informasiyanı bir yerə toplayıb onu müştəri üçün əlavə dəyərə malik olan xidmətlər formasında təklif edərək, təchizat zəncirlərinin dezinteqrasiyasını sürətləndirir: onlar praktiki olaraq, transaksiya xərclərini yox edir. Elektron birjalalarının (məsələn, Pitsburqdakı Freemarkets.com) son illər doğurduğu xoş təəssürat ondan irəli gəlir ki, onlar internet-hərracda tədarükçüləri bir-biri ilə “toqquşdurmaqla” maddi xərclərin endirilməsinə nail ola bilmişlər. Lakin bu veb-saytlar daha çox transaksiya xərclərinin aşağı düşməsinə təsir edəcəklər, çünki istehsal etməkdənsə, onları kənar təda-

rükçülərdən almaq daha sərfəli olacaqdır.

Freemarkets.com elektron birjası partnyorun axtarışından başlayıb, hərracda satışların aparılmasına qədər, yəni kontraktın rəsmiləşdirilməsi boyunca öz iştirakçı-alıcılarına dəstək verərək bu istiqamətdə fəaliyyət göstərir.

Uzun illər boyu tədarük zəncirləri həmçinin informasiyanın vaxtında çatdırılması kimi elementlə də möhkəmləndirilirdi. Lakin burada da dramatik dəyişikliklər göz önündədir – İnternetin hesabına nəhəng məlumatlar massivinin göndərilməsinə edilən xərclər əhəmiyyətli dərəcədə azaldı.

Pərakəndə satış firmaları nöqtəyi-nəzərindən onlarla istehsalçı firmalar arasında informasiya axınlarının sürətlənməsi tədarüklərin fasiləsizliyini təmin edən iri distribyutor mərkəzlərinin təminatına vəsaitlərin buraxılması zərurətini azaldır.

Avtomobil kompaniyalarının fəaliyyəti hər modelin məzmunu haqqında nəhəng məlumatlar massivini yaradır. Bu massivlərin birgə istifadə rejiminə keçirilməsi istehsal xərclərinin aşağı düşməsi üçün yaxşı perspektivlər açır. Lakin əvvəllər bunun üçün proqram təminatına və infrastruktura çoxlu investisiyalar tələb olunurdusa, indi bura web-portal vasitəsilə çıxış əldə olundu.

Təchizat zəncirlərinin təşkilinin virtual texnologiyaları həm sifarişlərin hazırlanmasını və malların partnyor firmalarına çatdırılmasını yüngülləşdirir, həm də uçot aparmağa və hazır məhsula görə məsuliyyəti kontragentlərin üzərinə qoymağa imkan verir. Bütün partnyorlara geniş tədarük zəncirlərini görmək, hər kəsin ümumi uğurda xidmətini qiymətləndirmək və müvafiq tərzdə zəncir iştirakçılarını mükafatlandırmaq imkanını verən informasiya portalları ayrı-ayrı tədarükçülərə - həlqələrə özlərini vahid tam kimi görməyə imkan verir.

Beləliklə, tədarükçülərlə qarşılıqlı münasibətlərdə İnternetdən istifadənin üstünlükləri şübhəsizdir. Əsas üstünlük transaksiya xərclərinin azaldılmasındadır. Bundan başqa, informasiyanın yüksək operativliyinə də nail olmaq mümkün olmuşdur.

Məlumdur ki, logistika zəncirini üç əsas tərkib elementlərinə ayırmaq olar:

- tədarüklər;
- istehsal;
- satış.

Müəssisənin yalnız loqistika zənciri üzrə idarə olunması arzuolunan nəticələrə, yəni kompaniyanın rəqabətqabiliyyətliliyinin artmasına gətirib çıxarır. Məhsul satışı sistemləri bu gün, yəni istehlakçı erasında, çox mühüm əhəmiyyət kəsb etməyə başlayır. İnternetin meydana gəlməsi ilə yeni satış kanallarının formalaşması üçün geniş perspektivlər açılır. Ticarətin İnternet vasitəsilə təşkili müxtəlif ölkələrin, o cümlədən Rusiya kompaniyalarının loqistika zəncirində getdikcə daha mühüm yer alır. Lakin ticarətin yeni formasına keçidlə bağlı bəzi çətinliklər də meydana çıxır. Ən təhlükəlisi – bu keçidlə bağlı qarşıda duran xərclərin qeyri-adekvat qiymətləndirilməsidir.

Beləliklə, informasiya texnologiyaları xarici kompaniyaların siyasətində mühüm amilə çevrilmişdir. Bu texnologiyalar bazarda malların istehsalçıdan istehlakçıya irəliləmə zəncirinə, idarəetmə strukturlarına ciddi dəyişikliklər gətirir.

Yoxlama sualları

1. Qloballaşma şəraitində informasiya mühitinin formalaşdırılmasının hansı xüsusiyyətləri var?
2. Elektron kommersiyasının hüquqi əsaslarını göstərin.
3. Informasiya texnologiyalarının pərakəndə, topdan və korporativ sektor və bazarlarının hansı inkişaf tendensiyaları mövcuddur?
4. Qloballaşma şəraitində informasiya texnologiyalarının inkişafında yeni tendensiyaları göstərin.

Fəsil VIII

MÜASİR DÖVRÜN QLOBAL PROBLEMLƏRİ

8.1. QLOBAL PROBLEMLƏRİN MAHİYYƏTİ VƏ ƏSAS TƏZAHÜRLƏRİ

Dünya iqtisadiyyatının qloballaşması – mürəkkəb, çoxaspektli və hələ ki, vahid şərhə olmayan bir problemdir.

Xarici kompaniyaların iqtisadi siyasətinin beynəlxalq istiqamətdə təkamülünü əsaslandırmaq üçün qlobal problemlərin təhlilini aparmaq lazımdır. Dünya iqtisadiyyatının inkişafı bu gün qlobal problemlərin təsiri altında baş verir. Dünya təsərrüfatının müasir inkişaf dövrü qlobal problemlərin inkişafı, qlobal və milli mənafehlərin qarşılıqlı asılılığının güclənməsi ilə səciyyələnir. Bu problemlərin əsasında təsərrüfat həyatının beynəlmilləşməsi prosesinin dərinləşməsi tendensiyası durur.

Qlobal problemlər bütün bəşəriyyətin, ölkələrin, xalqların mənafehinə toxunur, sivilizasiyanı məhv etmək təhlükəsini doğurur. Qlobal problemlərin həlli beynəlxalq əməkdaşlığı, bütün ölkə və xalqların səylərinin birləşməsini tələb edir. Əsas qlobal problemlərə aşağıdakıları aid etmək olar: müharibə və sülh problemi, ekoloji, demografik, enerji, xammal, ərzaq, Dünya okeanının ehtiyatlarının istifadəsi və kosmik məkanın kəşfi problemləri.

Qlobal problemlərin müasir təsnifatı 1980-ci illərdə təşəkkül tapmışdır. Qlobal problemlər bir-biri ilə qarşılıqlı

təsirdədir, məsələn, enerji və xammal problemləri ekoloji problemlə, ekoloji problem demoqrafik problemlə, demoqrafik isə ərzaq problemi ilə sıx əlaqədədir.

Hələ bir neçə il bundan əvvəl qlobal problemlərin meydana çıxması kapitalizmin ziddiyyətlərinin nəticəsi kimi qiymətləndirilirdi. İndi bu proseslər sivilizasiya yanaşmasından izah edilir. Sivilizasiya yanaşması vahid dünya sivilizasiyası ilə yanaşı ayrı-ayrı regional və subregional sivilizasiyaların mövcudluğuna əsaslanır. Buna görə də 1990-cı illərdə qlobal problemlərin təsnifləşdirilməsində yeni məqamlar meydana çıxmışdı. Hal-hazırda tədqiqatçılar aşağıdakı ən ümumi problemləri qeyd edirlər:

- siyasi və sosial-iqtisadi problemlər (nüvə müharibəsinin qarşısının alınması, dünya birliyinin davamlı inkişaf problemi);
- təbii-iqtisadi inkişafıla bağlı olan problemlər (ekoloji, enerji, xammal, ərzaq, Dünya okeanı problemlər);
- sosial problemlər (demoqrafik, millətlərarası, mədəni, səhiyyə problemləri);
- insanların kütləvi məhvinə gətirib çıxaran qarışıq problemlər (hərbi, regional münaqişələr, cinayətkarlıq, texnoloji qəzalar, təbii fəlakətlər);
- elmi problemlər (kosmik məkanın kəşfi, müxtəlif sahələrdə uzunmüddətli proqnozlaşdırma problemləri).

Beləliklə, əsas qlobal problemlərin təsnifləşdirilməsində müəyyən irəliləyişlər müşahidə olunur. Bəzi müəlliflər belə hesab edirlər ki, qlobal problemlərin arasında birinci yerdə əvvəllər də olduğu kimi nüvə müharibəsinin qarşısının alınması durur. Digərləri birinciliyi ekoloji problemə, üçüncüləri isə demoqrafik, ərzaq və ya bəzi ölkələrin geridəqalma probleminin aradan qaldırılmasına verirlər.

Görünür, bu problemlərin hər birini prioritet problem adlandırmaq olar, çünki qlobal problemlər bəşəriyyətin sağ qalıb-qalmaması məsələsinə toxunur. Onlar müxtəlif amillərin, və ilk növbədə təsərrüfat həyatının beynəlmilləşməsi proseslərinin nəticəsi olmuşdur. Vacibliyindən asılı olma-

yaraq, qlobal problemlər müasir xarici kompaniyaların fəaliyyətinə çox mühüm təsir göstərir.

Dünya birliyi bu problemləri həll etməyə çalışır. Bu problemlər dünya iqtisadiyyatı, sosiologiya, hüquq, biologiya, coğrafiya, ekologiya, okeanologiya və b. sahələrin mühüm tədqiqat obyektinə çevrilmişdir. Hazırda bu problemləri qlobal, regional, ölkə səviyyələrində öyrənən geoqlobalistika elmi inkişaf etməyə başlamışdır.

Bütün bəşəriyyət üçün ümumi olan bu qlobal problemlərin kəskinləşməsi, onların həlli yollarını tapmaq zərurətini gücləndirir. Yalnız səy və resursları birləşdirməklə dünya birliyi qlobal problemləri həll edə bilər. Buna görə də beynəlxalq münasibətlərin mövcud sisteminin yenidən qurulması tələb olunur.

Dünya birliyində dünya iqtisadiyyatının inteqrasiyası, vahid bazar məkanının yaradılması tendensiyası müşahidə olunur. Bu tendensiya inkişafın digər istiqaməti ilə – dünyanın regionlaşması tendensiyası ilə tamamlanır ki, bu da öz ifadəsini ayrı-ayrı ölkələrin dünya təsərrüfatında oynadıqları rolunun yenidən bölüşdürülməsində tapır.¹

Qlobal problemlərin həlli maliyyə-iqtisadi cəhətdən əsaslandırılmanı və çox nəhəng xərcləri tələb edir. Bəzi fikirlərə görə, qlobal problemlərin həllinə ildə 1 trln. dollaradək vəsait tələb olunur. Belə miqdarda vəsaiti tapmaq çox çətindir, çünki 1990-cı ildə Ümumdünya məhsulu 13 trln. doll. təşkil etmişdir. Ona görə də qlobal problemlərin həlli maliyyə vəsaitlərini bölüşdürərkən, bu problemlərdən hansının daha mühüm olmasının təyin olunmasından asılıdır. Beləliklə, məhz bu məsələlərə xüsusi diqqət tələb olunur.

Sülhün qorunması problemi, hərbi qəza və münaqişələrin qarşısının alınması bəşər tarixi boyu ən mühüm prob-

¹ Bax: Johanson J. The Mechanism of Internationalization. N.Y., 2000.

lemlərdən biri olmuşdur. Nəhəng hərbi qüvvələrə malik olan hərbi-sənaye kompleksləri silah istehsalına və bu sahədə elmi tədqiqatlara çoxlu vəsaitlər sərf edir. Bəzi hərbi nailiyyətlərin mülki sahədə istifadə olunmasına baxmayaraq, bu elmi tədqiqatları elmin həvəsləndirilməsinin səmərəli yolu hesab etmək düzgün olmazdı. Əksinə, məhz hərbi sahədə baş verən sürətli tərəqqi qlobal problemlərin dərinləşməsinə səbəb olur.

Müasir hərbi problemin mühüm xüsusiyyətlərindən biri regional və lokal münaqişələrin kəskinləşməsidir, lakin bu kimi yeni aspektlər irimiqyaslı hərbi münaqişələrin təhlükəsini azaltmır. Regional və lokal münaqişələrlə çox ciddi sosial və iqtisadi hadisə olan qaçqınlar problemi də sıx əlaqədədir.

Silah satışı iqtisadi münasibətlərin mühüm istiqaməti olaraq qalmaqdadır. Lakin o, müəyyən qədər azalmışdır. Dünya silah ticarətinin yarısı ABŞ-ın payına düşür.

Kimyəvi silah qadağan edilmişdir. Qeyd edək ki, kimyəvi silahın istehsalı Böyük Britaniyada 1950-ci illərin ortalarında, Fransada – 1970-ci illərdə, bizim ölkəmizdə - 1987-ci ildə, ABŞ-da 1990-cı dayandırılmışdı. 1992-ci ildə kimyəvi silahın istehsal və istifadəsini qadağan edən Beynəlxalq Konvensiya qəbul edilmişdir.

Qeyd etmək lazımdır ki, müharibələr bəşəriyyətin mühüm problemlərindən biri olaraq qalmaqdadır.

Ekologiya da mühüm qlobal problemlərdən biridir. Təbiətlə insan arasında gərginliyin artmasında təzahür edən ekoloji böhran məhsuldar qüvvələrin və istehsal münasibətlərinin inkişafının biosferanın resurs-bioloji imkanlarına uyğun gəlməməsi, insanın təbiətə təsirinin güclənməsi və təbiətin ictimai inkişafa təsirinin genişlənməsi ilə səciyyələnir.

Ekoloji problem həmçinin ətraf mühitin çirklənməsində də təzahür edir. Ətraf mühitin mühafizəsi və inkişafına dair Beynəlxalq komissiya ətraf mühitin və ümumi ekoloji durumun keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması proqramlarını işləyib-hazırlayır. Ekoloji problemin həlli üçün bu komissiya və digər beynəlxalq təşkilatlar müvafiq sənədlər hazırlayır.

İnkişaf etmiş ölkələr öz ÜDM-nin orta hesabla 17%-ni ekoloji ehtiyaclara sərf edir, təbiətə vurulan ziyan isə ildə ÜDM-in 6%-ni təşkil edir. 2000-ci ildə təbiətin mühafizəsinə 250 mlrd. dollaradək vəsait sərf edildi ki, bu da 1970-ci ilə nisbətən 6 dəfə çoxdur.

Beynəlxalq səviyyədə ekoloji təhlükəsizlik meyarlarının işlənilib-hazırlanmasına böyük diqqət yetirilir.

Müasir işgüzar iqlim kompaniyanın marketinq siyasətinin ətraf mühitə mühafizəsinə yönəldilməsini tələb edir. Bu gün avtomaşınlardan xaric olunan qazlarda zərərli maddələrin miqdarını təyin edən sərt beynəlxalq normalar var ki, bu da maşınqayırma kompaniyaları qarşısında müəyyən vəzifələr qoyur.

Ətraf mühitin mühafizəsi məsələlərinə Jonson & Jonson, Procter&Camble, Colgate, Palmolive və başqa kompaniyalarının marketinq siyasətinə çox böyük diqqət yetirilir.

Ətraf mühitin mühafizəsi məsələsində regional əməkdaşlığın rolu böyükdür. Belə ki, Avropa Birliyinin sənədlərində ətraf mühitin mühafizəsinin regional strategiyasının inkişaf etdirilməsinin (Avropa ekoloji baxımdan ən böhranlı qitə hesab olunur) Avropa regionunun təbii resurslarının rəşional istifadə edilməsinin zəruri olduğu dəfələrlə qeyd edilmişdi. Avropa Birliyində hətta vergilər sistemi də belə təbiətin mühafizəsinə həvəsləndirən tərzdə qurulur.

Ekoloji problemlər dünya sivilizasiyasının gələcəyini təhlükə altına alır, ona görə də onları ümumi səylərin köməyi ilə beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin beynəlxalq ticarət, elmi-texniki əlaqələr, maliyyə-valyuta əməkdaşlığı, beynəlxalq təşkilatlar kimi formalarından istifadə edərək, tezliklə həll etmək lazımdır.

Qlobal problemlər arasında **demoqrafik problem** də mühüm yer tutur. 1994-cü ildə Qahirədə BMT-nin demoqrafik problemlərə həsr edilmiş V Beynəlxalq konfransında bütün dünyada 2015-ci ilədək demoqrafik siyasətin təyininə dair proqram qəbul edilmişdir. Bu proqramda əhalinin sayı, artımı, strukturu və beynəlxalq miqrasiya

məsələlərinə dair müddəalar göstərilir. Bu məqsədlərə lazım olacaq vəsaitlərin 17 mlrd. doll. təşkil edəcəyi də göstərilir.

Eyni zamanda BMT-nin əhali artımı üzrə Fondu planetin demoqrafik inkişafına dair plan hazırlamışdır. Bu proqramda hətta Vatikan və İslam fundamentalistlərinin də mövqeyinə belə zidd olan bir fikir – yəni praktiki olaraq bütün dünyada əhalinin sayını məhdudlaşdırmaq təklifi də irəli sürülmüşdür. Demoqrafik mühit, onun dinamikası və problemləri istehlakçılar haqqında informasiya verir. Odur ki, bu, xarici kompaniyaların marketinq siyasəti üçün xüsusi maraq kəsb edir. Müxtəlif rayonlarda əhalinin sayı, inkişaf tendensiyaları, yaş strukturundakı dəyişikliklər kimi əsas demoqrafik göstəricilər potensial tələbin öyrənilməsində mühüm rol oynayır.

Energetika və xammal sahəsində də böyük problemlər meydana çıxır. Bu resurslar dünyada son dərəcə qeyri-bərabər paylanmışdır, onların bəziləri isə məhduddur. Cəmiyyət qarşısında yeni enerji mənbələri problemi durur. Çernobil qəzasından sonra bəzi ölkələr atom energetikasından imtina etmək, mövcud atom stansiyalarını ləğv etmək qərarına gəlmişdir. Bu isə dünyada enerji problemini kəskinləşdirə bilər.

Müasir kompaniyalar xammal axınını tam bir sistem kimi nəzərdən keçirirlər. Beynəlxalq marketinq siyasəti xammalın idarə edilməsi funksiyaları ilə bölgü arasında münafişələrdən uzaq olmaq üçün qarşılıqlı təsiri, koordinasiyanı və nəzarəti təmin etməyə çalışır. Ayrı-ayrı xammal növlərinin qıtlığı, qiymətlərinin qalxması kompaniyaların alıcılıq fəaliyyətini, iş ritmini poza bilər.

Ərzaq problemi üzərində də dayanmaq lazımdır. Alimlərin fikrinə görə, dünyada aclıq probleminin həlli üçün ərzaq məhsullarının istehsalını 3 dəfə artırmaq lazımdır. Aydın ki, bu, hal-hazırda mümkün deyil. Buna görə də bu problemin həlli qismən biotexnologiyanın inkişafı, aqrar münasibətlərin təkmilləşdirilməsi, inkişaf etməkdə olan ölkələrə güzəştli kreditlərin həcmnin artırılması yolu ilə

mümkündür.

Beləliklə, qlobal ərzaq problemi təkə açlıqda deyil, həm də iqtisadi münasibətlərin mürəkkəbliyindədir.¹ Onun aradan qaldırılması üçün bu sahədə beynəlxalq addımlar koordinasiya etdirilməlidir.

Dünya okeanı və dəniz təsərrüfatının formalaşdırılması problemi dəniz enerji və bioloji ehtiyatlarının istifadəsi, həmçinin dəniz mühitinin çirkləndirilməsi ilə bağlıdır.

Enerji mənbəyi baxımından çəkilmələrin, yüksəlmələrin, dəniz dalğalarının, dəniz termal elektrik stansiyalarının enerjisinin istifadəsi böyük maraq kəsb edir. «Okeanın istilik enerjisinin dəyişdirilməsi» beynəlxalq proqramına əsasən, dünyanın enerji tələbatının 20%-i dəniz ehtiyatlarının istifadəsi hesabına təmin edilə bilər.

1982-ci ildə BMT Konfransının XI işçi sessiyasında qəbul edilmiş Dəniz hüquqları Konvensiyası (bunu bəzən dənizlər Xartiyası da adlandırırlar) Dünya okeanı ilə bağlı olan qlobal problemləri tənzimləyən çox mühüm bir sənəddir.

Hazırda şimal dənizləri ölkələri Konfederasiyası, Beynəlxalq dəniz təşkilatı və s. beynəlxalq təşkilatların fəallığı durmadan artır: onlar Dünya okeanının kimyəvi və sənaye tullantıları ilə çirklənməsini məhdudlaşdıracaq proqramlar hazırlayırlar. Bu təşkilatların məlumatlarına görə, okeana 20 mlrd. tona yaxın zərərli maddələr atılır.

Bundan başqa, Dünya okeanının dərin hissələrinin ehtiyatlarının kəşfiyyat və istismarına icazə vermək hüququna malik olan Beynəlxalq orqan yaradılmışdır. Beləliklə, bu təşkilat müxtəlif dövlətlərin fəaliyyətinə nəzarət və s. bağlı konkret tədbirləri həyata keçirən Dünya okeanının problemlərini həll etməyə çalışır.

Kosmos da insanın qlobal mühitini kəsb edir. Onun kəşf edilməsi çox ciddi problemdir. Bu problem bütün dövlətlərə

¹ Bax: Nadel O.P. Global Model: The Role of Multinational Enterprises. Foreign Direct Investments and International Trade.

toxunur, çünki bir çox ölkələrin texniki, iqtisadi və intellektual səylərinin cəmləşdirilməsini tələb edir. Kosmik gəmilərin intensiv fəaliyyəti təyyarə qəzalarına səbəb olur, onların tullantıları atmosferi çirkləndirir. Eyni zamanda kosmosun öyrənilməsi ölkələrə yeni materialları, enerji mənbələrini, mühərrikləri, cihazları yaratmaq üçün iqtisadi ehtiyatlarını birləşdirməyə imkan verir ki, bu da, elektronikanın, hesablayıcı texnikanın inkişafına öz təsirini göstərir. Kosmik sənayenin inkişafı hava proqnozu, televiziya və rabitə vasitələrinin inkişafına da müsbət təsir göstərir. Ümumiyyətlə, kosmosun inkişafı bir çox qlobal problemlərin həlli ilə əlaqədardır.

Qlobal problemlərin həllində ən əsas məqam **müasir informasiya sferasının** inkişafı ilə bağlıdır. Artıq Global Custodians beynəlxalq elektron birjası çərçivəsində İnternet sistemi əsasında bu tənzimləmənin yeni imkanları yaradılmışdır. Hazırda dünya iqtisadiyyatının maliyyə sektorunda ciddi keyfiyyət dəyişiklikləri baş verir. Bu sistem hansı ölkədə yerləşməsindən asılı olmayaraq banklara cüzi belə gəlir mənbələrini izləyib dərhal buraya öz vəsaitlərini yerləşdirməyə imkan verir. Sistem bütün risklərdən sığortalayan güclü zəmanət mexanizmləri ilə təchiz olunmuşdur. Bu struktur “Subkastodians” sisteminə, yəni bütün ehtiyat, mülkiyyət, əmlak növlərini idarə edən, sənaye, tikinti, nəqliyyat, ticarət, sığorta və s. sahələri fəal maliyyələşdirən milli və beynəlxalq bankların birləşdirilməsinə arxalanır. Onlar fond valyuta, kredit, əmtəə, ipoteka və s. bazarlarda əməliyyatlar aparırlar.

Əksər ölkələr bu sistemə daxildir. Sistem xaricdən bir neçə ildən bir neçə dəqiqəyədək istənilən müddətə və istənilən qədər resurs cəlb etməyə imkan verir.

Rusiya hələ ki, rəsmi olaraq bu sistemdə iştirak etmir. Lakin ölkəmiz xarici investorları maraqlandırır, qlobal elektron sistemi Rusiya bazarını da öyrənməyə imkan verir. Bəzi Rusiya bankları Global Custodiansa daxil olmaq üçün artıq yetişmişlər. Onlar dünya standartlarını istifadə edir,

müasir bank texnologiyalarına, proqram təminatına, yüksək dərəcəli kadrlara malikdir. Başqa ölkələr kimi Rusiya da qlobal problemlərin həllində, onların maliyyələşdirilməsində iştirak edə bilər. Bundan başqa, Rusiya qlobal dünya təsərrüfatı problemlərini həll edən bəzi beynəlxalq təşkilatların fəaliyyətində də fəal iştirak edir.

Beləliklə, qlobal problemləri tezliklə və ayrı-ayrı ölkələr səviyyəsində həll etmək mümkün deyil. Onların həlli üçün vahid beynəlxalq mexanizm tələb olunur. Qlobal problemlərin həllində BMT, BMF, ÜTT, regional təşkilatların da rolu çoxdur.

Yuxarıda göstərilən problemlərin vacibliyi və ciddiliyi üzündən xarici kompaniyaların iqtisadi siyasəti də dəyişir. Onların fəaliyyətinə demoqrafik amillər, istehlakçılarının sayının dəyişməsi, onların sosial vəziyyəti, müharibə təhlükəsi, ekoloji problem və s. təsir göstərir.

İqtisadi siyasət müasir dünya iqtisadiyyatının “çağırışlarına” cavab olaraq əsaslı dəyişikliklərə məruz qalır. Qlobal problemlərdən başqa, xarici kompaniyaların beynəlxalq marketing siyasətinə bir sıra digər amillər, o cümlədən ETT-nin sürətlənməsi, informasiya axınlarının genişlənməsi, dünya miqyasında rəqabətin artması öz təsirini göstərir. Məhz buna görə də bu gün beynəlxalq marketing siyasətinin qloballaşmasından danışmağa əsas var.

8.2. QLOBAL MARKETİNG MÜASİR QLOBAL PROBLEMLƏRİN ƏKS OLUNMASIDIR

Qlobal marketing problemləri T.Levittin “Bazarların qloballaşması” kitabı işıq üzü gördükdən sonra diqqəti cəlb etməyə başladı.

İnkişafda olan dünya beynəlxalq əməkdaşlığı iqtisadi proseslərin qloballaşması tendensiyasını gücləndirir, istehsalın beynəlxalq ixtisaslaşması və kooperasiyalaşmasına,

elmi-tədqiqat ideyalar mübadiləsinə səbəb olur. Mahiyyət etibarilə, iqtisadi proseslərin qloballaşması siyasi, iqtisadi, sosial-demoqrafik, psixoloji və texnoloji amillərin təsiri altında güclənən müstəqil qüvvəyə çevrilmişdir.

Əksər beynəlxalq kompaniyaların qloballaşma proseslərində iştirakı uğurlu olmuş, onlar öz əmtəə və xidmətlərini əvvəllər bu kompaniyalar üçün qapalı olan ölkələrdə təklif etmək imkanını əldə etmişlər.

Müxtəlif sahələrdə beynəlxalq rəqabət şərtləri müxtəlifdir. Elə sahələr var ki, burada rəqabət milli bazarla məhdudlaşır. Bu halda söhbət müstəqil milli bazarlar toplusundan gedir. Bir milli bazarda əldə edilən rəqabət üstünlükləri onun hüdudları ilə məhdudlaşır.

Marketing siyasəti çərçivəsində hər ölkə üçün ayrıca strategiya işlənilib-hazırlandığından, belə fəaliyyəti çoxmilli adlandırırlar. Çoxmilli rəqabət pivə, qida sənayesi, sığorta kimi sahələrə səciyyəvidir. Çoxmilli rəqabət xarici kompaniyaların marketing siyasətinin əsasını təşkil edir.

Beynəlxalq marketing kommersiya dünyasının aşağıdakı proseslərə cavab reaksiyası kimi çıxış edir: beynəlxalq bazarda partnyorluğun genişlənməsi; istehsal imkanlarının artması; əmtəə çeşidlərinin sürətlə yenilənməsi; bazarda tələbin xarakter və strukturunun tez-tez dəyişməsi; rəqabətin kəskinləşməsi; informasiya təminatının həcmində artması və keyfiyyətinin yaxşılaşması.

Beynəlxalq marketing siyasəti beynəlxalq bazarda məhsulun irəliləyişi mərhələlərində planlı, daimi fəal işin aparılmasını nəzərdə tutur.

Beynəlxalq marketingin mühüm fərqli cəhətlərindən biri də odur ki, o, xarici istehlakçının ehtiyac və tələbatlarını təmin etmək məqsədini güdür.

Beynəlxalq marketing siyasəti:

- mövcud və ya potensial xarici tələbi öyrənməklə bu və ya digər məhsulun istehsalının zəruriliyinin əsaslandırılmasını;
- beynəlxalq bazarın tələblərinə daha çox cavab verən mal və xidmətlərinin istehsalını;

- xarici istehlakçının tələblərinə cavab verən modellərin yaradılması üzrə elmi-tədqiqat və təcrübə-konstruktor işlərinin təşkil edilməsini;
- beynəlxalq bazar, tələbin strukturu və dinamikası, xarici istehlakçıların zövqləri haqqında etibarlı informasiyanın çatdırılmasını;
- beynəlxalq bazarın maraqlarını nəzərə almaqla istehsal, satış, maliyyə fəaliyyətinin koordinasiyası və planlaşdırılmasını;
- məhsulun satış metodlarının təkmilləşdirilməsini;
- əmtəə və xidmətlərin satışına beynəlxalq nəzarəti;
- bazar subyektinin bütün fəaliyyətinin tənzimlənməsini təmin etməlidir.

Beynəlxalq marketinqin məqsədləri firmanın dünya bazarında müsbət imicə nail olmasında mühüm bir alətdir. Beynəlxalq bazarın iştirakçısı kimi kompaniyanın konkret keyfiyyət və kəmiyyət marketinq məqsədləri bir-birindən fərqlənir.

Keyfiyyət məqsədləri kompaniyanın nüfuzunu artırır. Əsas keyfiyyət məqsədləri aşağıdakılardır:

1) həm öz ölkəsində, həm də idxal edən ölkələrdə iqtisadi məqsəd və nailiyyətlər;

2) məşğulluğa, daxili və xarici əmək bazarına müsbət təsir;

3) ölkə daxilində və xaricdə təhsil, mədəni, idman, digər tədbirlərə dəstək;

Kəmiyyət məqsədləri aşağıdakı göstəricilərdə öz ifadəsini tapır:

1) pul və natural ifadədə satış həcminin artırılması;

2) beynəlxalq bazarın bu subyektinin mallarının tutduğu bazarların payının ölkələr, bazar segmentləri, mallar üzrə artırılması;

3) bazar subyektinin gəlirinin artırılması.

Beynəlxalq marketinq siyasəti belə fərziyyədən çıxış edir ki, dünya bazarları bir-birindən fərqlənir və səmərəli strategiya bu fərqləri nəzərə almalıdır. Marketinqdə bu o

deməkdir ki, müəssisələrin məhsulu yerli bazar və rəqabətin şərtlərinə uyğun gəlməlidir.

Beynəlxalq marketinq prinsiplərinin istifadəsinə bir misal kimi xaricdə istehsalat filialları olan və kifayət qədər rəqabətqabiliyyətli məhsul istehsal edən transmilli korporasiyaların fəaliyyətini göstərmək olar. Belə kompaniyaların xarici əməliyyatları beynəlxalq istehsal kooperasiyası üçün səmərəli şərait təmin edir.

Məsələn, İsveçin məşhur mebel kompaniyası IKEA Belarus və Polşada istehsalı yerləşdirilib yerli istehsal avadanlıqları və xammaldan fəal istifadə edir.

Qlobal rəqabət:

- milli rəqabət şərtləri bir-biri ilə sıx bağlı olduqda;
- vahid dünya bazarı formalaşdıqda;
- beynəlxalq iqtisadi münasibətlər dönməz olduqda;
- kompaniyanın bir milli bazardakı və ya bazar segmentindəki rəqabət mövqeyi onun digər bazarlarda mövqeyinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərdikdə mümkündür.

Qlobal rəqabət şəraitində kompaniyanın liderliyi onun bütün bazarlarda fəaliyyət göstərməsi ilə təmin olunur, lakin bazar tutumu daha böyük olan, inkişaf etmiş infraqstruktura malik olan strateji cəhətdən mühüm ölkələrdə üstünlüyü qazanmaq daha vacibdir.

Qlobal rəqabət aviasiya, maşınqayırma, telekommunikasiya, şin, saat və b. sahələrə səciyyəvidir.

Kompaniyaların həm qlobal, həm də çoxmilli rəqabətə məruz qaldıqları sahələri qeyd etmək lazımdır. Belə ki, gəmi mühərrikləri üçün sürtkü yağlarının istehsalı qlobal rəqabətlə səciyyələnir, çünki gəmilərə göstərilən xidmət bütün limanlarda eyni olmalıdır, avtomobil sürtgü yağları segmentində isə milli standartlar, iqlim şəraiti, məhdud imkanlar üzündən çoxmilli rəqabət üstünlük təşkil edir.

Qloballaşma rəqabət mühitini daha da çevik edir. Qlobal rəqabət şəraitində yeni beynəlxalq bazarlara daxil olan kompaniyalar özləri ilə birlikdə rəqabət sahəsinə

müxtəlif rəqabət üstünlüklərini gətirir, beləliklə də bu bazarlarda öz mövqelərini artıq möhkəmləndirmiş firmalara təsir göstərirlər.

Beləliklə, beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin müəyyən inkişaf mərhələsində beynəlxalq qlobal marketing siyasətindən söhbət apara bilərik. Qlobal marketing siyasəti dünyanı milli, mədəni, davranış və digər cəhətlərinin yekincisliyi üzərində qurulmuş vahid bazar kimi nəzərdən keçirir.

Beynəlxalq qlobal marketing siyasəti əsasən istehlakı birbaşa milli mədəniyyət, adət və vərdişlərdən asılı olmayan əmtəə qruplarına tətbiq edilir. Məsələn, müasir yuyucu vasitələrini, dərman preparatlarını, audio və video aparatlarını istifadə etmək intensivliyi bu və ya digər ölkənin mədəni adətlərindən deyil, istehlakçının rifahından asılıdır. Qlobal kompaniyalara misal kimi Coca-Cola, Procter&Camble, Eastman-Kodak, Sony, Toshiba və başqalarını göstərmək olar. «Qlobal iqtisadi birliyin vətəndaşı kimi, biz...» - Toshiba kompaniyasının 1992-ci ilin illik hesabatı bu sözlərlə başlamışdı.

Beynəlxalq əməkdaşlığın səmərəli formalarından biri müxtəlif ölkələrdən olan müəssisələrin kooperasiyasıdır (birgə müəssisələr, strateji alyanslar və s.). Beynəlxalq marketingin təcrübəsi göstərdi ki, kiçik müəssisələr də xarici bazara yüksək keyfiyyətli və nisbətən ucuz malları göndərməklə iri sənaye firmaları ilə uğurlu rəqabətə girə bilər.

Beləliklə, xarici kompaniyaların beynəlxalq marketing siyasətinin inkişafının əsas şərtləri aşağıdakılardır:

- beynəlxalq birliyə daxil olan dövlətlərin müstəqilliyi, beynəlxalq və milli qanunvericiliyinin olması;
- tələbin təklifi aşması, yəni bazarın mal və xidmətlərlə dolğunluğu;
- istehsalçıların yüksək rəqabəti;
- inkişaf etmiş bazar infrastrukturunun olması;
- bəzi ölkələrdə əhalinin həyat səviyyəsinin artması nəticəsində qida məhsulları, paltar, mebel, avtomobil və kompüterlərə tələbin artması;

- müəssisə və təşkilatların xarici satış bazarlarının genişləndirilməsinə və gəlirin artırılmasına can atması;
- müxtəlif ölkələrin istehlakçılarının oxşar bazar davranışı.

Beynəlxalq marketing şəraitində dünya üzrə istehlakçı tələbini öyrənməklə, istehsal proqramlarının və məhsulun çeşidlərinin formalaşdırılması vacib tələblərdən birinə çevrilir.

Bu mənada General Motors avtomobil kompaniyasının rəhbərlərindən birinin fikirləri maraqlıdır: “Biz avtomobil ekspertləri deyilik. Avtomobilin eksperti yalnız bizim müştərimizdir. Yalnız sifarişçi maşının göstəricilərinin onun gözlədiklərinə uyğun gəlib-gəlmədiyini söyləyə bilər”¹, yəni sifarişçinin arzu və məqsədləri ön plana qoyulur.

Bu, müvafiq məhsula olan tələbin təmin olunmasını, məhsulların rəqabət qabiliyyətliliyinin artırılmasını, istehsal olunan malların satışının sürətləndirilməsini şərtləndirən fəal istehsal-satış siyasətinin aparılmasını tələb edir.

Beynəlxalq marketing siyasətinin həyata keçirilməsi bəzən istehsalın bütün idarəetmə sisteminin yenidən qurulmasını tələb edir. Marketingin hesabına müəssisələr alıcı tələbini üzə çıxarır. Onların keyfiyyətə verdiyi tələblər alıcının satıcı ilə (istehsalçı ilə) əlaqələrinin uzunmüddətli olmasına yönəlir.

Beynəlxalq marketingin əsas prinsipini istehsalın son nəticələrinin xarici istehlakçıların real tələb və arzularına yönəldilməsi təşkil edir. Bu prinsipdən bəzi tələblər irəli gəlir:

1) beynəlxalq bazarı daimi öyrənməli, bu məhsula (xidmətə) olan istehlakçı tələbinin dinamikası haqqında əldə edilmiş informasiyanı elmi-texniki, istehsal və təsərrüfat qərarlarının qəbul edilməsində istifadə etməli;

2) istehsalı bazarın tələblərinə maksimum uyğunlaşdırmalı, yəni yalnız satıla biləcək malları istehsal etməli;

3) bazarı müəssisəyə lazım olan istiqamətdə formalaşdırmaq üçün mümkün vasitələrlə ona və istehlakçı tələbinə

¹ General Motors: Evolution of the Marketing Organization. N.Y., 2004.

təsir göstərməli;

4) malı son istehlakçıya vaxtında və ona lazım olan miqdarda çatdırmalı;

5) elmi işləmələr, istehsal, satış, servis və digər proseslərin məqsədli idarə olunmasını təmin etməli;

6) beynəlxalq bazarı nisbətən yekcins istehlakçı qruplarına ayırmalı (bazarı segmentləşdirməli) və müəssisənin ən yaxşı potensial imkanlara malik olduğu segmentlərə istiqamət almalı, məhsulu bazarın ayrı-ayrı segmentlərinin xüsusiyyətlərini nəzərə almaqla buraxmalı;

7) bazarı əla keyfiyyətli mallarla ələ keçirməli;

8) məhsulun texniki səviyyəsi və keyfiyyətini artırmaqla rəqabət mübarizəsində üstünlüklərə nail olmalı;

9) texniki problemlərin həllində, heyətin təlimində vasitəçilərə kömək təklif etməklə, onlara yardım göstərməli;

10) beynəlxalq bazarın ələ keçirilməsi, satışların həcmi-nin genişləndirilməsi sahəsində konkret məsələləri qoymaqla, marketinq siyasətini perspektivə istiqamətləndirməli.

Beynəlxalq marketinq siyasətinin həyata keçirilməsi praktikası göstərdi ki, tək-cə malın öyrənilməsindən və ya bazarın proqnozlaşdırılmasından istifadə etməklə lazımi effekt əldə etmək mümkün olmur. Yalnız kompleks yanaşma beynəlxalq əmtəə və xidmətlər bazarına yol açmağa imkan verir.

Xarici kompaniyaların beynəlxalq marketinq siyasəti çərçivəsində qlobal strategiyalar üzərində də dayanmaq lazımdır.

Qlobal bazarlarda xarici kompaniyaların əsas strategiya növləri.¹

Qeyd etmək lazımdır ki, daha ahəngdar inkişaf etmək üçün kompaniyalar, bir qayda olaraq, bir neçə strategiyayı kombinasiya edirlər. Bəzən malın növündən, bazarda kompaniyanın mövqeyindən asılı olaraq strategiya dəyişir.

¹ Bax: Webster E. Industrial Marketing Strategy. N.Y., 2001; Wensley R. Strategic Marketing. 5th Ed., N.Y., 2000; Райс Э., Траут Дж. Маркетинговые войны. СПб.: Питер, 2003; Траут Дж., Ривкин С. Новое позиционирование. СПб.: Питер, 2003.

Lakin istənilən halda firma öz qarşısında qoyduğu məqsədlərə çatmağa can atır. Bu işdə o, aşağıdakı strategiyalara arxalana bilər:

- **hücum strategiyası** – kompaniyanın bazarda payının genişləndirilməsinə istiqamətlənən fəal hərəkətlərini nəzərdə tutur. Hər mal bazarında gəlirin lazımi norma və çəkisini təmin edən optimal bazar payı var. Bu bazar segmentində alıcıların 20%-i firmanın təklif etdiyi malların təqribən 80%-ni alırsa, segment optimal sayılır.

Marketinq tədqiqatlarının məlumatlarına görə, bazar payının 10% artması, onun gəlir normasının orta hesabla 5% artması ilə nəticələnir.

Bazar payı ilə gəlir norması arasında olan asılılıq ona səbəb olur ki, əksər firmalar marketinqi planlaşdırarkən bazarda öz təsirini genişləndirmək məqsədini güdür.

Xarici kompaniyalar beynəlxalq bazarda hücum strategiyasını adətən aşağıdakı hallarda seçir:

- onun bazarda payı zəruri minimumdan aşağıdır və ya rəqiblərin hərəkəti nəticəsində kəskin dərəcədə azaldığından gəlirin lazımi səviyyəsini təmin edə bilmir;
- o, bazara yeni orijinal mal buraxır;
- rəqiblər öz mövqelərini itirir və az xərclər qoymaqla bazar kvotasını genişləndirmək imkanı yaranır.

Müdafiə strategiyası firma tərəfindən öz bazar payını və beynəlxalq bazarda mövqelərinin qorunub saxlanmasını nəzərdə tutur. Belə strategiya aşağıdakı hallarda seçilir:

- firmanın bazar mövqeyi qənaətbəxşdir və ya aqressiv hücum siyasətini həyata keçirmək üçün vəsait yoxdur;
- rəqiblərin və ya dövlətin cavab tədbirləri gözlənilir və firma bu tədbirlərə hazırlıq görür. Bu strategiyanın təhlükəsi ondan ibarətdir ki, elmi-texniki tərəqqi sahəsində yeni nailiyyətləri və rəqibin hərəkətlərini vaxtında görə bilməyən kompaniya beynəlxalq bazarı tərk edə bilər.

Çəkilmə strategiyası məcburi tədbirdir. Bəzi hallarda firma şüurlu şəkildə müəyyən, məsələn, texniki cəhətdən köhnəlmiş mallar üzrə öz bazar payının endirilməsinə razılaşır, bəzən isə firmaya təcili olaraq pul vəsaitləri lazım olur (borcların ödənilməsi üçün və s.). Bu halda o, öz bazar payının bir hissəsini başqasına verir. Bu strategiyada əsasən firma iki cür hərəkət edə bilər: o, ya öz əməliyyatlarını tədricən azaltmalı, ya da beynəlxalq bazarda biznesini ləğv etdirməlidir.

Beynəlxalq bazara çıxarkən sadədən mürəkkəbə doğru irəliləmək daha məqsəduyğundur. Bu strategiyayı bəzən **lazer şüası strategiyası** da adlandırırlar. Onu ilk dəfə yapon avtomobil kompaniyaları işləyib-hazırlamışdılar.

Xarici ölkələrin milli firmaları xarici bazarlara çıxarkən müxtəlif strategiyalardan istifadə edirlər. Belə ki, ABŞ kompaniyaları xarici bazarları genişləndirmək məqsədilə yeni malların tətbiqinə üstünlük verirlər, Avropa kompaniyalarının beynəlxalq marketinq strategiyaları isə daha çox mühafizə xarakteri daşıyırlar. Avropa kompaniyaları artıq kəşf olunmuş bazarlarda kök salmağı üstün tuturlar. Yapon kompaniyaları məhdud çeşidli məhsulların yüksək həcmli istehsal strategiyasına üstünlük verirlər. Bu, yapon kompaniyalarına satışların artırılmasında əsas rəqabət aləti kimi qiymətdən istifadə etmək imkanını verir.

Beynəlxalq marketinq sahəsində fəaliyyətin genişlənməsinin nəticəsi kimi rəqabət qlobal miqyasda artır.

Beynəlxalq rəqabət gətdikcə daha çox sahələrə təsir göstərir. Bəzi sahələrdə beynəlxalq kompaniyalar bütün digər kompaniyaları öz bazarlarından sıxışdırıb çıxarmışdır. Buna misal olaraq, yuyucu vasitələrin istehsalını göstərmək olar. Burada 3 kompaniya – Colgate, Unilever, Procter&Gamble üstünlük təşkil edir. Əksər kompaniyalar keyfiyyətli yuyucu vasitələri istehsal etməyi bacarsalar da, onların qablaşdırılması, satışı, reklamı sahələrində təcrübələri olmadığından, bu amillər yerli rəqabətə təzyiqləndirir.

Avtomobil sənayesi də beynəlxalq bazarda ciddi

rəqabət obyektinə çevrilmişdir. ABŞ-da xarici avtomobillərin uğurunun səbəblərindən biri Amerika avtomobil kompaniyalarının balaca və ucuz maşınların istehsalına müqaviməti olmuşdur.

Amerika avtomobil istehsalçılarının qiymət siyasətində maşının qiyməti onun ölçüsündən asılı idi. Avtomobil nə qədər böyük idisə, onun qiyməti də o qədər baha idi. Nəticədə, nisbətən kompakt və ucuz avtomobilləri istehsal edən yapon və Avropa avtomobil firmaları ABŞ kompaniyalarını həddindən artıq zəngin olan Amerika avtomobil bazarından hələ 1970-ci illərdə sıxışdırıb-çıxara bilmişdilər.

Beynəlxalq marketing siyasətinin əsasını aşağıdakı yanaşmalar¹ təşkil edir:

- bazarın segmentləşdirilməsi;
- məqsədli bazarların seçilməsi;
- firmanın bazara çıxış yollarının axtarılması;
- marketing metodları və vasitələrinin seçilməsi və tətbiq edilməsi;
- bazara çıxış vaxtının təyin edilməsi.

Bazarın segmentləşdirilməsinin əsasında hamıya məlum olan belə bir ümumi müddəa durur ki, beynəlxalq bazarın elementləri yekcins deyildir. Onlar müxtəlif əmtəələr, regionlar, ölkələr, fərqli tələb və davranışı olan alıcılardan təşkil edilir.

Beynəlxalq marketing siyasətinin işlənilib hazırlanması prosesində kompaniya bu qruplara öz münasibətini təyin etməli və öz potensial alıcısını müəyyən etməlidir.

Bazarda payın genişləndirilməsi beynəlxalq bazara yeni məhsulun buraxılması, istehlakçılarda yeni tələbatların formalaşdırılması yolu ilə həyata keçirilir. Bazara yeni məhsulları çıxararkən rəqabət mübarizəsinin həm birbaşa, həm də gizli metodlarından, məsələn, qiymətlərin aşağı salınması, alıcıya uzunmüddətli zəmanətlərin təklif edilməsi

¹ Вах: Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга: Пер. с англ. М., 2002.

və s.-dən istifadə olunur.

Bazarda yenilik tətbiq edən xırda və orta firmaların, vasitəçilərin meydana gəlməsi ilə onun strukturu dəyişikliklərə məruz qalır.

Maraqlıdır ki, iri beynəlxalq kompaniyalar məhsulun istehsalına xərcləri aşağı salmaq üçün əsasən istehsal texnologiyasındakı yeniliklər üzrə ixtisaslaşırlar. Kiçik firmalar isə daha çox innovasiya siyasətini həyata keçirirlər (Şübhəsiz ki, daimi yeniliklərə oriyentasiya edən iri korporasiyalar da mövcuddur. Məsələn, ABŞ-ın 3M kompaniyası elmi tədqiqatlara investisiyalar üzrə liderdir, onun məhsul xəttində 50 mindən çox yüksək texnoloji məhsul mövcuddur).

Kompaniyanın beynəlxalq bazara çıxması firma üçün prioritet əhəmiyyətli fəaliyyət istiqamətlərinin seçilməsinə əsaslanır. Tutaq ki, qarşıda yeni məhsulun hesabına bazarda liderliyi ələ keçirmək vəzifəsi qoyulmuşdur. Bunun üçün alıcıların bu məhsulu əldə etmək imkanları və rəqiblərin mümkün cavab reaksiyaları öyrənilir.

Əgər firma liderliyi beynəlxalq bazarın bir seqmentində ələ keçirmək istəyirsə, onda belə strategiya birseqmentli təmər küzləşmə adlanır. Əgər firma beynəlxalq bazarın bir neçə seqmentində uğur qazanmaq istəyirsə, belə strategiya çoxseqmentli təmər küzləşmə adlanır.¹

Qlobal marketing fəaliyyətini seçərkən kompaniya seqment fərqlərini nəzərə almayıb bütün bazara eyni malla müraciət edə bilər. Başqa sözlə, firma eyni malın kütləvi istehsalı və satışı ilə məşğul ola bilər. Bu strategiyanın üstünlüyü kütləvi istehsal (economies of scale) və vahid marketing konsepsiyasının (economies of scope) hesabına xərclərin azaldılmasındadır.

Beynəlxalq bazar şəraitində mövqeyini bazarda möhkəmləndirmək məqsədilə kompaniya özünün əsas fəaliyyət

¹ Bax: Walters P.Y. Global Varket Segmentations and Challenges. N.Y., 2003.

yətinə aid olmayan əmtəələrin istehsalından istifadə edə bilər. Belə strategiya **diversifikasiya strategiyası** adlanır.

Firma onun üçün yeni olan məhsulun istehsalını mənimsəyərək, öz satış kanallarını, reklamını və s. təşkil edə bilər. Lakin o firmaların aksiyalarını almaqla, reklam kampaniyalarının xidmətlərini ödəməklə onlarla əməkdaşlıq yolunu seçə də bilər.

Bazarın konkret segmenti təyin edildikdən sonra, bu segmentə yiyələnmək üçün firmanın qarşısında marketinq vasitələrinin seçilməsi vəzifəsi durur. Bu vasitələrə əmtəə, satışın yeri, malın bazara irəlilətmə kanalları, satışın həvəsləndirilməsi, qiymət və b. aiddir. Konkret bazar şəraitində göstərilən marketinq vasitələrinin əhəmiyyəti müxtəlifdir.

Firmanın bazarda uğuru beynəlxalq bazara çıxış vaxtının düzgün seçilməsindən çox asılıdır ki, bu da birinci növbədə rəqabətqabiliyyətlilik dərəcəsi ilə şərtlənir. Adətən, bazarda rəqibi kim qabaqlayırsa, o da udur. Lakin bəzən bazarda vəziyyət aydın olmadıqda, malı beynəlxalq bazara çıxarmağa tələsməmək daha yaxşı effekt verir.

Daha sərt rəqabətli xarici bazarlar burada təklif olunan malların keyfiyyətinə, reklamına və s. daha yüksək tələblər irəli sürür. Nəzərə almaq lazımdır ki, dünya bazarı təxminən 180 milli bazardan ibarət olan bir konqlomeratdır. Bu bazarların hər birinə həm ümumi, həm də fərqli cəhətlər xasdır.

Beynəlxalq bazarın imkanlarının təyin edilməsi və müəssisə tərəfindən xarici ticarət potensialının qiymətləndirilməsi beynəlxalq marketinq siyasətinin çıxış nöqtəsini təşkil edir.

Bazarı yaxşı bilmədən öz ixrac imkanlarına düzgün qiymət vermək mümkün deyil, çünki belə qiymətləndirmə bazarın element və tələblərinin müəssisənin element və tələbləri ilə uzlaşdırılmasını tələb edir. Belə ki, öz mallarının rəqabətqabiliyyətlilik səviyyəsini müəssisə yalnız onları xarici analoqlarla müqayisə etməklə düzgün təyin edə bilər.

ABŞ-da sənaye kompaniyaları və xidmət sferası fir-

malarının 90%-i, AFR və Böyük Britaniyada 3/4-ü mütəmadi olaraq bazar tədqiqatlarını həyata keçirir. Firma nə qədər iri olsa, bir o qədər öz məhsulunun satış şərtlərinə çox diqqət yetirir. Bazar iqtisadiyyatı ölkələrində kommersiya əsaslarında bazarın öyrənilməsi ilə məşğul olan ixtisaslanmış tədqiqat firmaları da mövcuddur.

Beynəlxalq marketinq siyasətini işləyərkən beynəlxalq bazarın tədqiqi aşağıdakı prinsiplərə¹ əsaslanır:

- məqsədyönlülük – bazarın öyrənilməsi ilə bağlı aparılan iş kompaniyanın məqsəd və vəzifələri ilə sıx əlaqələndirilməlidir;
- kompleks yanaşma – tədqiq edilən bazarın bütün əsas elementləri öyrənilməlidir;
- sistemlilik – bazar mütəmadi və bərabər ölçüdə təhlil edilməlidir;
- informasiya mənbələrinin müxtəlifliyi – informasiyanın bir yox, bir neçə mənbəyi öyrənilməlidir;
- elmilik – tədqiqatların obyektivliyini, əsaslandırılmasını, dəqiqliyini nəzərdə tutur.

Bazar tədqiqatlarının miqyası və dəyəri lazımı informasiyanın həcmi və xarakterindən asılıdır.

Xarici bazarların öyrənilməsi və onların imkanlarının qiymətləndirilməsi üzrə iş 3 variantda aparıla bilər: bilavasitə bilavasitə ixrac edən müəssisə tərəfindən, informasiya-məsləhət firmaları ilə birgə və, nəhayət, tək-cə sonuncuların köməyi ilə. Hər şey kompaniyada tədqiqat bölməsinin olub-olmamasından asılıdır.

Beynəlxalq bazarın subyektivi bazarın seçimi və qiymətləndirməsini həyata keçirir. Bu, marketinq tədqiqatlarının birinci mərhələsidir. Bu mərhələdə ixrac edənin vəzifəsi potensial bazarları dərin və hərtərəfli təhlil etmək üçün onları optimal sayə qədər azaltmaqdır.

¹ Bax: Glazer R. Marketing in an information-intensive environment: strategic implications of knowledge as an asset. N.Y., 2003.

Qiymətləndirmə müqayisəli təsnifat cədvəllərinin köməyi ilə həyata keçirilir. Bu cədvəllərdə vahid göstəricilərə əsasən bir qrup ölkələr toplusu üzrə bazarların tələblərinin səviyyəsini və spesifikliyini müqayisə etmək olur. Göstərilən tələbləri bal sistemi ilə də qiymətləndirmək mümkündür.

Tədqiqat adətən bir neçə iri bloklarda aparılır:

- makrosəviyyəli təhlil (ölkədə siyasi, iqtisadi vəziyyət və s.);
- oxşar məhsullar bazarlarının təhlili (proxy variable metodu);
- mikrosəviyyəli təhlil (xərclər, giriş maneələri və s.).

Ranjirləmə potensial beynəlxalq bazarların dairəsi daraldıqdan sonra aparılır. Onları ya uğur ehtimalı baxımından (prioritetlər sırasında), ya da müəyyən meyarlara əsasən (tutum, tələbin dinamikası, rəqabət səviyyəsi və s.) yerləşdirmək lazımdır. Ən mühüm meyarların seçimi maldan, konkret kompaniyadan asılıdır.

Seçilmiş bazarların təhlili konkret bazarların tələblərinin ixrac üçün nəzərdə tutulmuş malın göstəricilərinə uyğun gəlib-gəlməməsi haqqında kompaniyaya tam və dolğun məlumat verir. Bu mərhələ beynəlxalq marketing kompleksində əsas mərhələ hesab olunur.

Dəfələrlə təkrar olunan ələnmə nəticəsində dairəsi daralmış xarici bazarların seçilməsi, qiymətləndirilməsi və ranjirlənməsi təhlilin növbəti mərhələsinə keçməyə imkan verir. Bu mərhələdə ayrılmış əmtəə bazarlarının əsas parametrləri nəzərdən keçirilir. Onların arasında aşağıdakıları göstərmək olar:

- bazarın seqmentləşdirilməsi;
- malın müqayisəli xarakteristikaları və onun bazar potensialı;
- istehlakçılar tipi və onların zövqləri;
- rəqiblərin xüsusiyyətləri, bütövlükdə bazarın firma strukturu;
- seçilmiş bazarlarda işin forma və metodları (ən səmərəlilərini xüsusi kateqoriyaya ayırmaq lazımdır).

Praktika göstərir ki, beynəlxalq marketinq siyasəti sahəsində 2 yanaşma mövcuddur.

Bazarın əksər subyektləri xarici bazarların öyrənilməsində ardıcıl və ya kaskad taktikasından istifadə edirlər. Bu işdə onlar aşağıdakı sxemi rəhbər tuturlar:

- 1) daha sərfəli region və ya ölkənin seçilməsi;
- 2) bu bazarda iştirakın üsullarının təyin edilməsi;
- 3) bazarın həm səmərəli, həm də səmərəsiz variantlarına uyğunlaşmış mal, xidmət və qiymətlər kəsiyində kommersiya təkliflərinin təyin edilməsi;
- 4) kommersiya, satış, kommunikasiya siyasətinin təyin edilməsi və ticarət heyətinin seçilməsi.

Kompaniyanın dünya bazarında uğur və ya uğursuzluğunu təyin edə biləcək həm ümumi xarakterli (məsələn, dünya əmtəə bazarının konyunkturası, dünyanın siyasi vəziyyəti və s.), həm də spesifik xarakterli amillər (məsələn, müəyyən ölkədə gömrük tənzimlənməsinin xüsusiyyətləri, yerli tələbin spesifikliyi və s.) kompleks şəkildə nəzərə alınmalıdır.

Beynəlxalq marketinq siyasətinin işlənməsində marketinq planlaşdırması və nəzarətin rolu böyükdür.

Beynəlxalq marketinqin qlobal siyasəti əsasında marketinq tədbirləri planı hazırlanır. Marketinq planını tərtib edərkən, ilk olaraq yoxlama göstəriciləri, yəni kompaniyanın əldə etməli olduğu göstəricilər təyin olunmalıdır. Daha sonra planda cari marketinq situasiyası tədqiq edilir, müxtəlif amillər nəzərdən keçirilir, beynəlxalq bazar mühiti, mallar, rəqiblər və vasitəçilərin təhlili verilir.

Məhsulun planlaşdırılması məhsulun idarə olunmasının bütün aspektləri üzrə qərarların qəbul edilməsi deməkdir. Yeni məhsul növləri seçilir, kütləvi istehsal və satış kanalları yoluna salınır, artıq kəşf olunmuş məhsulların istehsalı genişləndirilir yaxud azaldılır.

Daha sonra firma üçün təhlükə kəsb edəcək amillər, firmanın zəif və güclü tərəfləri təhlil edilir (SWOT-analysis). Bu, firma rəhbərliyinə firmanın malları üçün bazarda situasiyanın dəyişəcəyini əvvəlcədən görməyə imkan verir.

Bu mənada ən təhlükəlisi firmanın mallarının beynəlxalq bazardan sıxışdırılmasına gətirib çıxara biləcək tendensiyalardır. Əvvəlcədən seçilmiş strategiya əsasında məqsəd və vəzifələr qoyulur.

Planın mühüm bölmələrindən biri büdcə, gəlir və itki-lərin proqnozlaşdırılmasıdır. Büdcədə “Daxilolmalar”, “Xərclər” bölmələri var. Firma rəhbərliyi təklif olunan büdcəni nəzərdən keçirdikdən sonra, dəyişikliklər etməyə ehtiyac yoxdursa, onu təsdiq edir. Bölmənin göstəriciləri materialların alınmasının, işçi qüvvəsinə olan tələbatların planlaşdırılmasının və s. əsasını təşkil edir.

Müddətinə görə marketing planları qısa müddətli (1-2 il), orta müddətli (2-5 il), uzun müddətli (5 ildən çox) ola bilər. Əhatə etdiyi vəzifələrin genişliyinə görə ümumi (firmanın bütün funksiyaları üzrə), məqsədli (ayrı-ayrı funksiyaları üzrə) planlar bir-birindən fərqlənir.

Marketing planlaşdırmada son illər “induktiv planlaşdırma metodu”ndan geniş istifadə olunur. Kompaniyanın mərkəzi ofisinin regional potensiala verdiyi qiymətləndirmələr filiallara çatdırılır. Lakin bu, filialın kommersiya təşəbbüsünə mane olmur. Filial kompaniyanın qlobal məlumatlara, istehlakçıların rəqiblərin dəqiq təhlilinə, əsaslanan rəhbər planını nəzərə almaqla öz planını tərtib etməlidir.

Beynəlxalq marketing fəaliyyətini həyata keçirən kompaniya öz planlarının standartlaşdırma dərəcəsini təyin etməlidir. Standart və qeyri-standart planlarının həm müsbət, həm də mənfi cəhətləri var.

Xalis standartlaşdırılmış və ya qlobal yanaşmada kompaniya fəaliyyət göstərdiyi bütün ölkələr üçün vahid marketing planı istifadə edir. Bu, adətən marketing və istehsal xərclərini azaltmağa imkan verir. Lakin belə yanaşma ayrı-ayrı bazarların tələblərini kifayət qədər nəzərə almır.

Xalis standartlaşdırılmamış yanaşmaya görə, hər bazar ayrıca marketing planını tələb edir. Bu strategiya yerli tələbləri nəzərə alır, mərkəzi idarəetmə isə yoxdur. Sistem firmanın çeşidli məhsullarla çıxdığı xarici bazarlarda daha səmərəlidir. Məsələn,

Eastman-Kodak firmasının Avropada 13 müxtəlif marketing kompaniyaları və 3 istehsal təşkilatları var.

Son illər əksər beynəlxalq firmalar marketingin planlaşdırılmasında qarışıq yanaşmadan istifadə edir. Belə yanaşma çərçivəsində standartlaşdırılmış və standartlaşdırılmamış hərəkətlərin birləşdirilməsi istehsalın səmərəliyini maksimum artırmağa, stabil imici qorumağa, mərkəzi nəzarəti həyata keçirməyə və eyni zamanda həmçinin yerli tələbləri də nəzərə almağa imkan verir. Beynəlxalq marketingdə malın irəliləməsi çox vaxt xüsusi planlaşdırmanı tələb edir. Dəniz sığortalanması və ya hökumət sənədlərinin emalı çoxlu vaxt aparır. Nəqlin bu və ya digər formaları səmərəsiz ola bilər.

Xarici kompaniyaların beynəlxalq marketing siyasəti xarici fəaliyyətin mühüm elementi olan xarici bazara çıxışın təşkil formalarına da böyük diqqət yetirir. Bu formalara aşağıdakılar aiddir:

- birbaşa ixrac;
- ödənişli ticarət nümayəndəsi;
- xaricdə texniki yardım;
- idarəetmə haqqında kontrakt (ixrac xidmətlərinin satışına aiddir);
- səlahiyyətlərin xaricdəki kompaniyalara göndərilməsi;
- beynəlxalq vasitəçilərin xidmətlərindən istifadə edilməsi (maklemlər, beynəlxalq ticarət üzrə agentlər, idxal edənlər - distribyuterlər);
- nou-hau ixracı (patent lisenziyasının verilməsi, texnologiyaların xarici transferi);
- birgə müəssisə (yerli partnyorla birgə assosiasiya, qarışıq cəmiyyət halında assosiasiya);
- istehsalın lisenziyalaşdırılması;
- istehsal filialının yaradılması;
- investisiya kompaniyaları elementlərinə malik olan satış filialının yaradılması;
- birbaşa sahib olma.

Beləliklə, müasir şərait və imkanlar beynəlxalq bazar

subyektlərinə qlobal bazara geniş kommersiya çıxışı imkanlarını verir. Bu işdə optimal qərarlar marketinq siyasətinin bacarıqla həyata keçirilməsindən asılıdır.

Dünya iqtisadiyyatının qloballaşması kompaniyalara yeni bazarlara ekspansiya etməkdə geniş imkanlar açır.

Təşkilat formalarından başqa kompaniyanın məhsul və qiymət siyasəti, struktur təşkili və s. haqqında qərarları da mühüm əhəmiyyətə malikdir. Tədqiqatçıların fikrinə görə, firmanın qlobal bazarda uğuru sonda məhz bu qərarlardan asılıdır.

Beləliklə, dünya iqtisadiyyatının qloballaşması şəraitində xarici kompaniyalar öz marketinq siyasətini dünya bazarlarını dərindən öyrənməklə qurur. Beynəlxalq marketinq siyasətinin formalaşdırılması yolunda əsas çətinlik bazarları qlobal şəkildə əhatə etmək üçün lazımi resurs və şəraitin olmasındadır.

Qloballaşma ilə bağlı yeni anlayışlar da meydana çıxır:

- qlobal sahə, yəni kompaniyaların bu coğrafi və ya milli bazarlarda rəqabət mövqeyinə və marketinq siyasətinə bu kompaniyaların bütövlükdə dünya bazarında tutduqları ümumi mövqelərinin təsir göstərdiyi sahə;

- bir neçə ölkədə fəaliyyət göstərərək elmi tədqiqatlar, istehsal, marketinq siyasəti və maliyyədə üstünlükləri əldə etməyə can atan qlobal kompaniya.

Müasir xarici kompaniyalar dünya bazarını vahid bir bazar kimi nəzərdən keçirir. Onların marketinq siyasəti qlobal miqyasda rəqabət üstünlüklərinə nail olmanı əsas məqsəd kimi qoyur. Qlobal marketinq siyasəti müxtəlif coğrafi bazarlarda marketinq fəaliyyətinin inteqrasiyası və standartlaşdırılması ilə bağlıdır. Eyni zamanda kompaniyalar marketinq kompleksini ayrı-ayrı ölkə və bazarların xüsusiyyətlərinə uyğunlaşdırır ki, bu da bazarların həm oxşar, həm də fərqli cəhətlərindən rəqabət üstünlüklərinin çıxarılmasını tələb edir.

Qloballaşma şəraitində marketinq siyasətinin əsas istiqamətlərindən biri sabit oyğun axtarılmasıdır ki, bu da qlobal bazarların öyrənilməsinə xüsusi diqqət tələb edir.

Müasir marketing konsepsiyasına misal kimi **birdəşmiş marketing kommunikasiyaları konsepsiyasını** göstərmək olar.

1999-2000-ci illərdə xarici ölkələrin müxtəlif istehsal sahələrindəki bazar liderlərinin əksəriyyəti reklama, PR, birbaşa satışa, firmadaxili münasibətlərə, birbaşa marketingə cavabdeh olan şöbələri aparıcı icraçı rəhbərə tabe olan birdəşmiş kommunikasiyalar departamentinə birdəşdirdilər. Qərbdə “inteqrasiya etmiş marketing kommunikasiyaları” (İMK) adlı yeni qərarı istifadə edən kompaniyaların sayı sürətlə artdı.

Burada ən əsas məsələ informasiyanın inteqrasiya etdirilməsidir. Müasir xarici kompaniyaların marketing siyasəti özü haqqında informasiyanın toplanmasına və müsbət planda inteqrasiya etdirilməsinə yönəlməlidir.

Beləliklə, İMK malların irəlilətmə kompleksinə tamamilə yeni baxışdır, marketing siyasətinin tamamilə yeni istiqamətidir.

İMK metodu kommunikasiya vasitələrini optimal tərzdə seçməyə, ticarəti daha səmərəli təşkil etməyə imkan verir. O, kommunikasiyaların vahid strategiyasının işlənməsinə aparır. Əvvəllər marketoloqlar büdcə uğrunda rəqabət apararı, öz xüsusi planlaşdırma və idarəetmə mexanizmlərinə malik olan və cəmiyyətə müxtəlif, bəzən hətta bir-birinə zidd olan informasiya məlumatları göndərən bir neçə istiqamətlər görürdülərsə, indi artıq vahid maliyyələşdirmə, vahid menecment və vahid ideyalara söykənən tam bir blok formalaşdırılır.

Əslində xarici kompaniyaların marketing siyasətində İMK konsepsiyası hələ 1950-ci illərdə inkişaf etməyə başlamışdı. O dövrdə onlar “total kommunikasiyalar” adlanırdı. İMK tətbiq etməklə, Martsteller Inc. kompaniyası öz müştərilərinin, demək olar ki, yarısına həm PR, həm də reklam və irəlilətmə sahəsində xidmətlər göstərirdi. Bütövlükdə isə o illərdə İMK-nın tətbiqi üçün lazımı şərait yox idi. Buna görə də onlar bazarı yalnız 1990-cı illərdə əhatə edə bildilər. İMK-nın konseptual əsasını D.Şults və S.Tonnenbaumun nəzəriyyəsi təşkil etdi.

İMK-nin məhz 1990-cı illərdə meydana çıxmasına səbəb olan bir neçə amili göstərmək olar:

- kütləvi reklamın, ilk növbədə televiziya reklamının səmərəliliyinin əhəmiyyətli dərəcədə aşağı düşməsi (Rusiyada televiziya reklamı hələ ki, öz aparıcı rolunu saxlamaqdadır);

- İnternetin təsiri nəticəsində KİV-in transformasiya etməsi, informasiyanın yayılmasının yeni kanallarının meydana çıxması;

- istehlakçıların psixologiyasında dəyişikliklərin baş verməsi, daha yüksək məlumatlılıq dərəcəsinə can atan yeni tipli istehlakçının meydana çıxması;

- bazarın segmentləşməsinin diskret yanaşmanı tələb edən dərinləşməsi;

- istehlakçıların alış haqqında qərarlarına dar mütəxəssislərin (“rəylər liderlərinin”) rəylərinin təsirinin güclənməsi;

- xarici kompaniyaların marketinq siyasətinin qoyduğu vəzifələrin tezliklə həllinə can atması.

İndi ənənəvi marketinq situasiyasını və onun həllinə klassik və İMK yanaşmalarını nəzərdən keçirək. İri əzaçılıq kompaniyası bazara yumşaq qablamada orta qiymət kateqoriyalı yeni uşaq vitamini çıxarır. Məqsədli auditoriya – ilkin-20-35 yaşlı qadınlar (analar); ikinci – 45-55 yaşlı qadınlar (nənələr), 25-40 yaşlı kişilər (atalar). Coğrafiya – Rusiyanın bütün regionlarındakı iri şəhərlər.

Belə məhsulun irəlilətməsinə ənənəvi yanaşma idealda aşağıdakı addımların atılmasını nəzərdə tutur:

- məqsədli auditoriyanın öyrənilməsi və təhlili;

- “gənc, fəal, uşağının sağlamlığına ildə “n” rubl xərcləməyə hazır olan” və s. sosial, psixoloji və istehlakçı göstəricilərinə əsasən istehlakçının orta portretinin tərtib edilməsi;

- göstərilən portretə uyğun gələn orijinal reklam qərarının işlənilib-hazırlanması - “Sağlam uşaq bütün ailənin sevincidir” və yaxud “Nəhayət ki, sən bunu ona bəxş edə bilərsən” və i.a.;

- kreativ qərarın istehlakçının orta göstəricilərinə uyğun gəlməsini təsdiqləyən fokus-qrupların keçirilməsi və reklam məhsulunun özünün yaradılması;

- mediaplanlaşdırma – təbii ki, praym-taym və ya sabun operaları;

- yerləşdirmənin özü;

- dəstək.

Təxmini smeta (optimallaşdırılmış variant): b. 1-2 – 25 min doll., b. 3-4 – 30 min doll., b. 5-6 – 800 min doll., b. 7 – 150 min doll. təşkil edir. Cəmişi – 1,005 mln. doll.

Bu məhsul üçün təxmini İMK proqramı aşağıdakı kimi ola bilər:

1. kritik mövsümlərarası dövrdə uşaqların sağlamlığının Ümumrusiya araşdırmalarının sifariş edilməsi sponsorlaşdırılması və bu işə mütəxəssislərin cəlb edilməsi;

2. KİV-də PR metodları ilə, ixtisaslaşdırılmış auditoriyalarda birbaşa poçt metodları ilə tədqiqatın nəticələrinin geniş işıqlandırılması;

3. kompaniya nümayəndələri və aparıcı sahə mütəxəssislərinin iştirakı ilə KİV-də bu problemin geniş müzakirə edilməsi, simpoziumun keçirilməsi;

4. “Kompaniyanın mütəxəssisləri valideynlərin suallarına cavab verirlər” qaynar xəttinin açılması (kompaniyanın və bir sıra KİV-lərin birgə layihəsi);

5. valideynlərin problem haqqında dolğun informasiya əldə edə biləcəkləri xüsusi məsləhət saytının yaradılması;

6. yeni məhsulun çıxmasına 2 ay qalmış uşaqların yaz mövsümündə zəifləməsinə cavab kimi kompaniyanın anons-prezentasiyasının təşkil edilməsi;

7. uşaqlar arasında Ümumrusiya müsabiqəsinin elan edilməsi – uşaqlara “sağlamlığın rəmzi”nin öz xüsusi variantını göndərmək təklif olunur - ən yaxşı variant yeni məhsulun qabında yerləşdiriləcəkdir;

8. məktubların təhlili və müsabiqənin qalibinin ictimaiyyət qarşısında elan edilməsi;

9. məhsulun özünün təqdim edilməsi – satışların başlamasının geniş işıqlandırılması;

10. regionlarda sağlamlıq rəmzi altında uşaq idman tədbirlərinin sponsorlandırılması;

11. TV-də qaynar xəttlər, saytlar, müsabiqələr kimi ayrı-ayrı aksiyaların reklam dəstəyinin təşkil edilməsi.

Təxmini smeta: b. 1-2 – 35 min doll., b. 3 – 15 min doll., b. 4 – 30 min doll., b. 5 – 5 min doll., b. 6 – 20 min doll., b. 7 – 20 min doll., b. 8 – 25 min doll., b. 9 – 25 min doll., b. 10 – 40 min doll., b. 11 – 200 min doll. Cəmişi – 415 min doll.

Rəqəmlər şərti olsa da, ikinci yanaşma daha sərfəlidir. Bəs nəticələr necədir?

Birinci yanaşmada daha geniş auditoriya iştirak edir, lakin ikinci yolun bir neçə mühüm üstünlükləri var. Ənənəvi yanaşma diqqəti dərhal məhsulun özünə cəlb edirsə, ikinci yanaşma onu yaz avitaminozu probleminə cəmləşdirir, istehlakçı isə məhsula olan tələbini daha dərindən dərk edir. Bundan əlavə, məhsula liderlərin, yəni bu məhsulu məsləhət görən həkimlərin fikri də cəlb olunur. Birinci halda məhsul emosional baxımdan cəlb edir, ikincidə istehlakçı ilə ikitərəfli əlaqə yaranır. O, sual vermək, cavab almaq, istehlakçı ilə diskussiyaya girmək imkanını qazanır. Tədqiqatlar və konfranslar vasitəsilə jurnalistlərlə normal işgüzar kontakt yaradılır – istehsalçı onlara həqiqətən maraqlı informasiya təqdim edir. Bundan başqa, ikinci konsepsiya avtomatik olaraq kompaniyanın imicinə işləyir.

Təbii ki, proqramı ikinci variantda təklif etməyə qadir olan agentliklərə kompaniyalar yeni tələblər irəli sürür. 1990-cı illər ərzində qlobal reklam-kommunikasiya qrupları tərəfindən PR – şəbəkələrinin alınması, əsasən bazarın bu “çağırışına” cavab reaksiyası olmuşdur (bu gün dünya PR-kompaniyalarının Top-10-dan yalnız biri müstəqildir).

Deməli, xarici kompaniyaların beynəlxalq marketing siyasətinin müasir inkişaf tendensiyaları qloballaşmanın əksi olmuşdur.

Yuxarıda müasir xarici kompaniyaların fəaliyyətinin qlobal xarakterini formalaşdıran tendensiyalar təhlil edilmişdir. Marketing siyasətinin həyata keçirilməsi sahəsində aparılan beynəlxalq əməliyyatlar zamanı kompaniyalar aşağıdakı davranış sxemini seçir:

- qlobal əmtəə və xidmətlər bazarının konyunkturasının öyrənilməsi;
- potensial partnyor və rəqiblərin təyin edilməsi;
- beynəlxalq bazarın bu məqsədli sahəsində sosial, siyasi, iqtisadi, maliyyə, hüquqi, gömrük şərtlərinin təyin edilməsi;
- potensial istehlakçıların seqmentləşdirilməsi;
- beynəlxalq marketinqin kommunikasiya vasitələrindən istifadə etmək imkanlarının təhlil edilməsi;
- beynəlxalq bazarın məqsədli sahəsinin sosial-mədəni mühitinin öyrənilməsi, beynəlxalq kontaktların məqsədəuyğun və rəşional formalarının təyin edilməsi (ixrac, istehsal əlaqələri, investisiya fəaliyyəti, birgə müəssisələrin, yeni kompaniyaların yaradılması, xarici vasitəçilər şəbəkəsindən istifadə edilməsi və s.).

Beləliklə, qloballaşmaya cavab olaraq beynəlxalq iqtisadi əlaqələr genişlənməş, xarici kompaniyaların marketinq siyasəti daha da təkmilləşmişdir.

Yoxlama sualları

1. Qlobal problemlərin inkişaf amillərini göstərin.
2. Qlobal problemlərin mahiyyəti və təzahür formaları.
3. Qlobal problemlərin təsnifatı.
4. Qlobal problemlərin dünya iqtisadiyyatına təsiri nədədir?
5. Qlobal problemlərin həlli yolları.
6. Qlobal problemlərin həllində beynəlxalq təşkilatların rolu.

Fəsil IX

QLOBALLAŞMA ŞƏRAİTİNDƏ DÖVLƏTİN ROLU

Geniş mənada **dövlət** dedikdə, adətən cəmiyyət adlanan müəyyən ərazidə istifadə olunan və həmin ərazinin əhalisi barəsində qanuni məcburetmə vasitələrinə malik olan təsisatlar toplusu nəzərdə tutulur.

Yarandığı dövrdən bir müddət ərzində öz spesifik milli dövlət formasında beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin mühüm iştirakçısı olmuşdur. Tarixən dövlət milli iqtisadi sistemlərin ən mühüm tənzimləyicisi olmuşdur. Dünya iqtisadiyyatı bir-biri ilə qarşılıqlı bağlı olan milli iqtisadiyyatların məcmusu kimi nəzərdən keçirilirdi.

XX əsrin ikinci yarısı istehsalın, xidmətlərin, kapitalın beynəlmiləşməsi və transmilliləşməsi proseslərinin sürətlənməsi, beynəlxalq kredit-maliyyə sferasının liberallaşması, beynəlxalq iqtisadi təşkilatların rolunun artması ilə səciyyələnir.

Ötən minilliyin sonunda dünya birliyinin sürətli transformasiyası dövlətlərlə bazarlar arasındakı qarşılıqlı əlaqəni kökündən dəyişdi. 300 il ərzində siyasi həyatı idarə edən ərazi dövlətlərarası sistemi öz yerini digər, “antiərazi” gerçəkliyə verir. Dövlətləri bir-birindən ayıran coğrafi sərhədlər aradan qaldırılır, qlobal bazarlar meydana çıxır. Dövlətlərin siyasi sərhədləri ilə bazarların regionlaşması və qloballaşması inteqrasiyanın səciyyəvi cəhətləridir. Dövlətlərin əmtəə, insanlar və ideyaların axınını tənzimləmək cəhdləri artıq öz mənasını itirir.

Bütün planetdə dövlətlər iradəsindən asılı olmayaraq öz hakimiyyətini maliyyə təsisatlarına verir və iqtisadiyyatı tənzimləmək hüququndan imtina edirlər. Bu arada isə transmilli korporasiyalar, dini təşkilatlar, yeni etnik qruplar və digər iştirakçılar resurs və təzyiq uğrunda mübarizə aparırlar.

Bütün dünyada dövlət təsisatı hamının diqqət mərkəzindədir. Dünya dəyişdikcə bizim də dövlətin iqtisadi və sosial tərəqqi rolu haqqında təsəvvürlərimiz dəyişir. Bu bizi yenidən dövlət haqqında əsas suallara cavab axtarmağa vadar edir: Onun rolu nədə olmalı? O, nə ilə məşğul olmalı, nə ilə məşğul olmamalıdır? Bu və ya digər halda onun optimal davranış modeli necə olmalıdır?

Dünya təsərrüfatı çərçivəsində qarşılıqlı asılılıq və qarşılıqlı bağlılıq əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır. Bu həmçinin beynəlxalq siyasi sistemə aiddir. Bir-birindən qarşılıqlı asılı elementlər şəbəkəsi olan bu sistemə milli hökumətlər, beynəlxalq (BMT, BMF, ÜB, ÜTT, BƏT və s.), regional və transmilli təşkilatlar (beynəlxalq həmkarlar, dini, ekoloji və xeyriyyə qeyri-hökumət təşkilatları – “Qrinpis”, “Sərhədsiz həkimlər” və s.) daxildir. Başqa sözlə, qloballaşma dünya arenasına çoxlu sayda yeni iştirakçıları çıxarmışdır. Onlar BİM-nin ənənəvi subyektləri olan dövlətlər qarşısında bəzən xarici iqtisadi və xarici siyasi sferalarda ölkələrin qarşılıqlı təsirlər problemlərini həll etmək iddiası ilə də çıxış edirlər. Beləliklə, milli dövlətlər müxtəlif coğrafi səviyyələrdə fəaliyyət göstərən müxtəlif qüvvələr sistemi çərçivəsində mövcudluq edir.

Dövlətin beynəlxalq sistemdə, xüsusən iqtisadi münasibətlərdə dəyişmiş mövqeyi bəzi müəllifləri milli dövlətlərin əhəmiyyəti məsələsinə müraciət etməyə vadar etdi. Hələ 30 il bundan əvvəl Ç.Kindlberqer açıq demişdir ki, milli dövlət bir iqtisadi vahid kimi, demək olar ki, artıq yoxdur.

Əksər qərb tədqiqatçıları və siyasətçiləri hesab edirlər ki, qloballaşma şəraitində milli iqtisadiyyatın tənzimlənməsində milli dövlətin roluna yenidən baxılır. Lakin M.Porterin fikrinə görə, əslində qlobal rəqabət şəraitində milli dövlətin rolu daha da artır.

Ümumdünya Bankının “Dövlət dəyişkən dünyada” adlı məruzəsində deyilir ki, son 50 il dövlət tədbirlərinin həm üstünlüklərini, həm də çatışmamazlıqlarını parlaq şəkildə nümayiş etdirdi. Dövlətin köməyi ilə təhsil və səhiyyə sahələrində əhəmiyyətli uğurlar əldə edilmişdir. Lakin dövlətin hərəkətləri mənfi nəticələrə də gətirib çıxarırdı. Çoxları ondan narahatdırlar ki, dövlət qlobalaşmaqda olan dünya iqtisadiyyatının tələblərinə uyğunlaşa bilməyəcəkdir.¹

Dövlətin rolunun dəyişildiyini təsdiqləsək də, “dövlət artıq əsas oyunçu deyil” fikri ilə razılaşmırıq. Dövlətin bəzi imkanları həqiqətən azalmışdır, milli sərhədlər aradan qaldırılmışdır. Lakin bu proses əhatəsinə görə elə də geniş deyil. Milli dövlət dünya iqtisadiyyatının formalaşmasında mühüm qüvvə olaraq qalır. O, bütün ölkələrin sənayeləşməsi prosesində müstəsna rol oynamışdır. Hökumətlər bazarda gedən əməliyyatlara bu və ya digər dərəcədə müdaxilə edir, bu yolla qlobal iqtisadi sistemin müxtəlif hissələrinin formalaşdırmaqda köməklik edir.

Dünya xəritəsində hazırda 200-dən çox ölkə var. Onların sayı son 40 ildə əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır. Bu əvvəlcə müstəmləkə sisteminin dağılması, sonra isə SSRİ, Yuqoslaviya və Çexoslovakiyanın süqutu ilə bağlı olmuşdur. Dövlətin mühüm fərqli cəhətlərindən biri onun ərazisidir. Dövlətin ərazi suverenliyi beynəlxalq hüquqda öz əksini tapmışdır. Dövlət öz ərazi suverenliyini qanuniləşdirmişdir. Bu hakimiyyətin necə istifadə edilməsi konkret dövlətin siyasi sisteminin xüsusiyyətlərindən asılıdır. Dövlətin fəaliyyətinin bir-biri ilə bağlı olan iki aspekti var: ərazi funksiyası; daxilə və xaricdə iqtisadi fəaliyyətin tənzimlənməsi funksiyası.

Müasir mürəkkəb bazar iqtisadiyyatında bazar iqtisadi subyektlərin davranışının koordinasiya mexanizmlərindən yalnız biri kimi çıxış edir: elə bir ölkə yoxdur ki, onun

¹ Отчет о мировом развитии 1997. Международный банк реконструкции и развития. Всемирный банк, 1997. с.1.

təsərrüfatı təkcə bazar mexanizminin köməyi ilə fəaliyyət göstərsin. Bazar mexanizmi həmşə dövlət tənzimlənməsi mexanizmi ilə bağlı olub. XVII əsrin ortalarından XIX əsrin ortalarınadək dövlətin rolu aşağıdakı funksiyaların yerinə yetirilməsi ilə məhdudlaşdı: qanunçuluğun və vətəndaşların təhlükəsizliyinin təmin edilməsi; onların mülkiyyətinin müdafiəsi; mübahisələrin ədalətli həlli; pul tədavülünün təşkili və b. Bu, kapitalist münasibətlərinin formalaşdırılması ilə bağlı dövlətin tarixi missiyasını əks etdirirdi. Lakin dövlət iqtisadi sistemin fəaliyyətinə bilavasitə müdaxilə etmirdi. O, “gecə keşikçisi” rolunu yerinə yetirirdi. Lakin kapitalizmin və azad rəqabətin təşəkkül tapdığı bir dövrdə formalaşan bu ideal bazar modelini tam tənzimlənməyən iqtisadiyyat adlandırmaq olmazdı.

XIX əsrin sonuna yaxın inkişaf etmiş ölkələrdə vətəndaş cəmiyyəti formalaşmağa başlayır. Bu cəmiyyətə nümayəndəli demokratiyanın formalaşması, parlament tipli daimi ümummilli hakimiyyət təsisatlarının (siyasi partiyaların) meydana çıxması səciyyəvidir. Bununla bağlı elə bir dövləti yaratmaq tələb olunurdu ki, onun siyasəti bütün cəmiyyətin maraqlarına uyğun gəlsin (iş gününün, minimal əmək haqqının qanuni tənzimlənməsi; uşaq əməyinin məhdudlaşdırılması; əlil, təqaüdəçülər, işsizlərin sosial təminatı və s.)

İnkişaf etmiş ölkələrin iqtisadiyyatında dövlətin rolu XX əsrin 30-cu illərinin Böyük depressiya dövründən artmağa başlamışdı. İctimai işlərin təşkili, dövlət sosial sığortası sisteminin yaradılması, büdcə siyasəti və s. köməyi ilə bu ölkələrin hökumətləri tənəzzülə və onunla bağlı olan işsizlik və yoxsulluğa qarşıdurmağa cəhd edirdilər. Yəni bu andan etibarən dövlət öz üzərinə əvvəllər onun funksiyalarına aid olmayan vəzifələrin də həllini götürdü. Əsrin ortalarına yaxın dövlət təsisatları infrastruktur və kommunal xidmətlərini genişləndirmiş, təhsil və səhiyyəyə diqqətini daha da artırmışdı.

Təbii ki, dövlətin səlahiyyətlərinin genişlənməsi, onun xərclərinin artmasına gətirib çıxardı. Xatırladaq ki,

C.M.Keyns bu xərcləri iqtisadiyyatı stabilləşdirən amil hesab edirdi. Belə ki, BVF-in¹ məlumatına görə, XX əsrin əvvəllərindən başlayaraq ÜDM-da dövlət xərclərinin payı, sosial sığorta fondlarının xərcləri də daxil olmaqla 4 dəfə artmış və əsrin sonuna yaxın orta hesabla 40%-dən çox olmuşdur. Ayrı-ayrı ölkələrdə isə, məsələn, İtaliyada bu, 49,1%, Belçikada – 49,4%, Fransada – 54,3%, İsveçdə - 58,5% təşkil etmişdir. Təhsilə, tibbi xidmətə, əhalinin yoxsul təbəqələrinə xərclər artmışdır ki, bu da insan kapitalının keyfiyyətinin yaxşılaşmasında böyük rol oynamışdır. Bütün inkişaf etmiş ölkələrdə insan inkişafı əmsalı (İİƏ) artmışdır.

80-ci illərin əvvəllərində dövlətin tutduğu bu yolun zəif cəhətləri də üzə çıxdı. Dövlət özünün mahiyyətinə toxunmayan funksiyaları da öz üzərinə götürdü: o, iqtisadi siyasəti formalaşdırır, istehsalı tənzimləyirdi, nəhəng mülkiyyətə malik idi.

Qloballaşmış bazarların muxtariyyatı dövlətin hakimiyyətini və onun öz iqtisadi taleyinə nəzarət etmək qabiliyyətini sarsıdır. Dövlət hakimiyyətini digər iqtisadi qüvvələrlə bölüşdürməyə məcbur olur. Buradan bəzi tədqiqatçılar belə bir nəticəyə gəlir ki, dövlət özünün törətdiyi bazar qarşısında acizlik edir. Belə ki, Brukinqs İnstitutunun (ABŞ) tədqiqatçılarının fikirlərinə görə, transmilli iqtisadi inteqrasiya ilə milli siyasi müstəqillik getdikcə bir-biri ilə münaqişəyə girir ki, bu da dünya təsərrüfatında iqtisadi və siyasi strukturları qarşı-qarşıya qoyur. Bir tərəfdən, bu paradoksdur, çünki dövlət hakimiyyətindən bazar hakimiyyətinə doğru irəliləyiş və TMK-nın artmaqda olan qüdrəti qərəzli dövlət siyasətinin nəticəsi olmuşdur. Digər alimlər hesab edirlər ki, dövlət geri çəkilməyib, lakin onun mövcudluğunun mənası tamamilə

¹ Вах: Мировая экономика в XX веке: потрясающие достижения и серьезные проблемы. Глава V доклада МВФ «Обзор мировой экономики» (World Economic Outlook. 2000. May. P.149-180). МЭиМО. 2001. №1. с.11.

dəyişmişdir. İndi dövlətlər siyasəti rəqabət strategiyaları əsasında formalaşdırır.

Lakin qloballaşma milli sərhədləri yox etmir. Milli təsərrüfatlar vahid dünya təsərrüfat sisteminin tərkib hissələrinə çevrilirlər. Onlar arasında beynəlxalq normalara əsaslanan müxtəlif münasibətlər qurulur, ümumi qaydalar, prinsiplər, standart və dəyərlər əsasında fəaliyyət göstərən iqtisadi mühit formalaşır. Buna baxmayaraq milli özünəməxsusluğun qorunub-saxlanması, həyat səviyyəsi tərzində fərqlərin artması tendensiyaları da müşahidə olunur. Ona görə də milli dövlət müasir şəraitdə qloballaşmanın neqativ təzahürlərinə əks təsir göstərməkdə, milli iqtisadiyyatı sərfəli şəkildə dünya təsərrüfat əlaqələri sisteminə "quraşdırmaqda" mühüm rol oynamalıdır. Bunun Rusiya üçün çox böyük əhəmiyyəti var.

Dünya iqtisadiyyatında bazar sisteminin inkişaf tarixi göstərir ki, bazar, rəqabət zəif iştirakçıları amansızlıqla periferiyaya sıxışdırır. Öz-özlüyündə bazar qüvvələri dünya təsərrüfatının vəziyyətinə təsir göstərmir. Bu mənada dünya təsərrüfat əlaqələrinin struktur və istiqamətlərinin formalaşmasının dövlət tərəfindən tənzimlənməsi zəruridir. Dövlət tənzimləmənin müxtəlif forma, metod və vasitələrindən istifadə etməklə ölkənin dünya iqtisadi birliyinə inteqrasiya etməsində fəal rol oynamalıdır. Əgər ölkə müstəqil inkişaf etmək iddiasındadırsa, onda milli bazarların açılması, xarici kapitalın cəlb edilməsi, beynəlxalq kooperasiyanın inkişaf etdirilməsi global rəqabətin təsiri altında, kortəbii şəkildə yox, milli nəzarət şəraitində həyata keçirilməlidir.

Tanınmış Rusiya iqtisadçısı S.Qlazeyev daxili bazarda global rəqabət qaydalarının ölkənin vətəndaşları və işgüzar dairələrinin mənafeyi istiqamətində korreksiya metodlarına "təbii resurslar və iqtisadiyyatın aparıcı sahələri üzərində milli nəzarəti, daxili bazarın müdafiəsini, xarici bazarda ölkə istehsalçılarının mənafehlərinin müdafiəsini, milli mənafehlərin həyata keçirilməsi üçün mühüm olan sahələrdə xarici investisiyaların məhdudlaşdırılmasını, elmi-texniki tərəqqinin

həvəsləndirilməsini, pul sistemi üzərində dövlət nəzarətini və emissiya gəlirlərinin idarə edilməsini, səmərəli valyuta nəzarətini, nəhayət, dünya bazarında rəqabətqabiliyyətli milli liderlərin - iqtisadi artımda “lokomotiv” rolunu oynayan müəssisələrin yetişdirilməsi”ni aid edir.¹

Müxtəlif iqtisadi təlimlər nümayəndələrinin qloballaşmanın mahiyyəti, xarakterinə dair fikirləri bir-birindən fərqlənir. Realizmin tərəfdarları milli dövlətlərin əhəmiyyətinin qaldığını söyləyərək qloballaşmanın geniş miqyas almasına şübhə ilə yanaşırlar. Onların fikrinə görə, qlobal qarşılıqlı asılılıq artsa da, bu, nüfuzlu dövlətlərin razılığı və dəstəyi ilə baş verir. Liberalizmin tərəfdarları isə qloballaşmanın hazırkı miqyasının dövlət tənzimlənməsinin eroziyasına apardığını söyləyərək, qlobal qarşılıqlı asılılığın artmasını müsbət hadisə kimi qiymətləndirirlər.

Realistlər qloballaşmanın dövlətin iradəsi ilə baş verdiyini söyləyirlərsə, liberallar dövlət nəzarəti hüdudlarından kənar olan amillərə, məsələn, texnoloji dəyişikliklərə, telekommunikasiya və nəqliyyat vasitələrinin tərəqqisinə daha böyük əhəmiyyət verirlər. Liberallar həmçinin sübut edirlər ki, qloballaşma milli və transmilli subyektlərin (məsələn, TMK) tələbatları nəticəsində artır.

Liberallar kimi, strukturalistlər də əmindirlər ki, qloballaşma dünya təsərrüfatına böyük təsir göstərir, lakin öz opponentlərindən fərqli olaraq, hesab edirlər ki, qloballaşma kasıb ölkələr üçün müstəsna olaraq neqativ hadisədir. O, iri TMK-n beynəlxalq iqtisadi təşkilatların və beynəlxalq sahibkar strukturlarının transmilli blokunun yaranmasına aparır. Bu blokun həlledici elementlərini transmilli kapitalın qüdrəti və çevikliyi təşkil edir. Belə transmilli bloka qarşı durmaq üçün yeganə imkan hüquq mühafizəçiləri, istehlakçılar, ekoloji hərəkət üzvlərindən ibarət müxtəlif qruplar blokunu yaratmaqdır.

Qloballaşma inkişaf etmiş ölkələrin öz vətəndaşlarının hələ 50-70-ci illərdə faydalandıqları sosial nemətlərlə təmin

¹ Глазьев С. Для России неприемливо положение периферийной страны. Русский предприниматель. 2002. Январь. с.34.

etmək imkanlarını azaltmışdı. Ortodoksal liberalizmin dirçəlməsi belə sosial güzəştlərin qanuniliyini aşağı saldı. Qloballaşma həmçinin dövlətlərin milli iqtisadiyyatı tənzimləmək imkanlarını da məhdudlaşdırdı. Məsələn, ölkələrarası kapital axınının sürətlə artması valyuta məzənnəsini destabilləşdirdi ki, bu da öz növbəsində dövlətin iqtisadi tənzimləməni və stabilliyi təmin etmək imkanını azaltdı.

Hələ Tomas Hobbs “Leviafan” adlı traktatında belə bir fikir söyləmişdi ki, nizam-intizamı qoruyan səmərəli dövlət olmasa həyat “yoxsul, təhlükəli, kobud və qısa” olar.

Artıq hamı etiraf edir ki, daxili və beynəlxalq siyasət arasındakı ənənəvi “demokratiya xətti” yox olmaqdadır. İqtisadi şoklar (OPEK ölkələrinin 1973-cü ildə neft embarqosundan başlayaraq 1997-ci ilin Asiya maliyyə böhranınaqədər) milli bazarların xarici təsirlərə həssas olduğunu sübut edir. Beynəlxalq hadisələr makroiqtisadi siyasəti getdikcə daha çox sarsıdır.

Əslində dövlətin iqtisadi funksiyaları yalnız bəzi sahələrdə, o cümlədən sosial və xarici iqtisadi sferalarda zəifləməkdədir. Düzdür, dövlət elementar nemətlərin (təhsildə, səhiyyədə, infrastrukturda) təklifində əsas rol oynamaqda davam edir, lakin bu o demək deyil ki, dövlət bu xidmətlərin yeganə tədarükçüsü olmalıdır. Bazar, vətəndaş cəmiyyəti və dövlət orqanları bu işdə proporsional rol oynamalıdır. Müasirliyin əksər iqtisadiyyatlarında dövlətin tənzimləyici rolu əvvəlkindən daha da mürəkkəb və genişdir. O, ətraf mühitin mühafizəsini, maliyyə sektorunu, inhisarların fəaliyyətini və s. əhatə edir. Elmi-texniki tərəqqinin həvəsləndirilməsində, infrastrukturun yaradılmasında, informasiyanın toplanması və emalında, ölkə sahibkarları üçün sərfəli şəraitin yaradılmasında dövlətin tənzimləyici rolu daha da güclənir. Bu işdə statistik, ekoloji, texniki, sanitariya norma və standartların unifikasiyasının böyük rolu var. Beləliklə, Qərbin inkişaf etmiş ölkələrində dövlətin iqtisadi rolunun azalması deyil, təsərrüfat funksiyalarının dəyişilməsi baş verir. Dövlətin rolu transformasiya edir: o, strateji milli

mənafeələrin həyata keçirilməsi ilə bağlı funksiyaların bir hissəsini özünün transmilli korporasiyalarına və güclü kredit-bank strukturlarına ötürən qlobal sahibkar kimi çıxış edir.

Yoxlama sualları

1) XX əsrdə inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrinin iqtisadi-sosial həyatında dövlətin rolunun təkamül etməsinin əsas xüsusiyyətləri.

2) Müxtəlif iqtisadi baxışlar mövqeyindən qloballaşmanın milli iqtisadiyyat üçün pozitiv və neqativ tərəfləri.

3) İnkişaf etməkdə olan ölkələrə gələn böyük kapital axınlarının təhlükəsi nədədir?

4) Milli iqtisadiyyatın dünya sistemə getdikcə geniş miqyasda qoşulması ilə bağlı dövlətin əsas vəzifələri necə transformasiya etməlidir?

5) Dövlət idarəetməsi baxımından qloballaşma prosesləri ilə milli dövlət sərhədlərinin "yox olması" prosesləri arasındakı fərqləri göstərin.

Fəsil X

QLOBALLAŞMA ŞƏRAİTİNDƏ BEYNƏLXALQ İQTİSADI TƏŞKİLATLARIN MEXANİZMİ VƏ FUNKSİYALARININ TƏKAMÜLÜ

Müasir dünya iqtisadiyyatının qloballaşması prosesinin ən əsas cəhətlərindən biri beynəlxalq iqtisadi və maliyyə təşkilatlarının (ÜTT, BVF, ÜB və b.) qlobal tənzimləmə rolunun artması, onların rəhbərliyi altında təsərrüfat ünsiyyəti üçün universal norma, standart və dəyərlərin işlənilib-hazırlanmasıdır. **Beynəlxalq iqtisadi təşkilatlar** iqtisadi siyasətin dövlətlərarası koordinasiya mexanizmidir. Bu mexanizm İkinci dünya müharibəsindən sonra yaradılmışdır, lakin buna ehtiyac əvvəl də var idi.

Dünyanın təsərrüfat problemlərini tənzimləmək cəhdləri hələ dünya kapitalist təsərrüfatının erkən mərhələlərində edilmişdir. Bu dövrdə beynəlxalq ticarətin valyuta-kredit əməliyyatlarının ümumi qaydalarına ehtiyac var idi. Tənzimləmə tədricən hüquqi forma alaraq getdikcə daha çox dövlətləri əhatə etməyə başladı. Çoxtərəfli razılaşmalarla yanaşı XIX əsrin ortalarında ilk beynəlxalq iqtisadi təşkilatlar meydana çıxdı.

XX əsrin 30-cu illərinin Böyük depressiyası və İkinci dünya müharibəsindən sonrakı dərin transformasiyalar nəticəsində dünya təsərrüfatı tamamilə dağılmışdı. İqtisadi stabilliyi təmin etməyə qadir olan beynəlxalq təşkilatların olmaması vəziyyəti daha da mürəkkəbləşdirirdi. Buna görə XX əsrin ortalarına yaxın ictimaiyyət ölkələr üçün ümumi

olan idarəetmə və koordinasiya mexanizmlərinin zəruri olduğunu dərk etməyə başlamışdı.

BİM-in əməkdaşlıq və azad ticarət kimi prinsiplərinin qəbul edilməsinin şübhəsiz ki, tarixi kökləri var idi. Bir tərəfdən, Böyük depressiya dövrünün bütün dünya iqtisadiyyatına, eləcə də ayrı-ayrı ölkələrin təsərrüfatlarına vurduğu ziyan haqqında xatirələr hələ unudulmamışdır. Misli görünməmiş iqtisadi böhranla üzləşən ölkələr məsələnin həllini yalnız milli səviyyədə axtarır və beynəlxalq mübadilə yolunda müxtəlif maneələr yaratmağa çalışırdılar. Bu da, öz növbəsində, milliyyətçiliyi daha da kəskinləşdirir, antoqonizmi gücləndirir, daxildə isə işsizlik və yoxsulluğun artmasına aparırdı. Ticarət müharibələri, proteksionizm, valyuta məhdudiyətləri – bütün bunlar qısa bir müddət ərzində (1929-1933) dünya ticarətinin həcmi 35 milyarddan 12 milyardadək azaldı. Bu dövrə yaxın Böyük Britaniya öz iqtisadi və siyasi nüfuzunu artıq itirmiş, ABŞ isə onu hələ qazanmamışdı. Digər tərəfdən, İkinci Dünya müharibəsində dövlətlər birgə səylərlə çox mühüm bir məsələni həll etmiş, faşizm üzərində qələbə qazanmışdılar.

Əməkdaşlıq və liberalizm əsasında yeni beynəlxalq iqtisadi qaydalar yaratmaq tələb olunurdu. Bu qaydalar bir sıra beynəlxalq təşkilatların fəaliyyətinə söykənməli idi. Belə təşkilatların yaradılması prosesi İkinci dünya müharibəsindən sonra geniş miqyas aldı. Onların sayının artmasının iqtisadi əsasını işçi qüvvəsinin miqrasiyasının artması, beynəlxalq ticarətin intensivləşməsi, ölkələr arasında qarşılıqlı təsirlərin inkişaf etməsi təşkil edirdi. Texnika, o cümlədən nəqliyyat və rabitə sahəsində baş verən tərəqqi qarşılıqlı asılılığın artmasına, ticarətin inkişafına, əhali miqrasiyasının genişlənməsinə səbəb olmuşdur.

Əməkdaşlığa əsaslanan beynəlxalq iqtisadi qaydaların həyata keçirilməsi üçün beynəlxalq təşkilatlar şəbəkəsi yaradılırdı. Hazırda fəaliyyət göstərən beynəlxalq iqtisadi təşkilatlar sistemi məhz II Dünya müharibəsindən sonra formalaşmağa başlamışdı. Bu təşkilatların yaradılması

dünyada, eləcə də kapitalist təsərrüfat sisteminin daxilində qüvvələrin nisbətinin dəyişməsi ilə şərtlənirdi. Eyni zamanda birgə iqtisadi strategiyanın forma və metodlarında da dəyişikliklər baş verdi. Bu prosesdə bir neçə mərhələni qeyd etmək olar.

I mərhələ (İkinci dünya müharibəsinin sonundan 1950-ci illərin sonunadək) ABŞ-ın həm dünya iqtisadiyyatında, həm də dünya siyasətində mütləq üstünlüyü ilə səciyyələnirdi. Təkcə ABŞ iqtisadiyyatı İkinci dünya müharibəsi nəticəsində zəifləməyib, əksinə, daha da möhkəmlənmişdi. 1944-1945-ci illərdə ABŞ həm siyasi, həm də iqtisadi cəhətdən öz baxışlarını müttəfiqlərinə zorla qəbul etdirmək iqtidarında idi. İqtisadi proseslərin çoxtərəfli tənzimlənməsini lazımi istiqamətə yönəldən beynəlxalq təşkilatlar məhz Amerikanın təşəbbüsü ilə yaradılmışdır. Bu mənada ilk olaraq Bretton-Vuds təsisatlarını, yəni 1944-cü ildə Bretton-Vudsda (ABŞ) Beynəlxalq valyuta-maliyyə konfransının qərarı ilə yaradılmış beynəlxalq təsisatları qeyd etmək lazımdır. Bu konfransda BMT-yə üzv olan 44 ölkə iştirak edirdi. Konfransın qərarı əsasında BMT-nin 2 ixtisaslaşdırılmış təşkilatı – Beynəlxalq Valyuta Fondu (BVF) və Beynəlxalq inkişaf bankı təsis edilmişdir.

Beynəlxalq yenidənqurma və inkişaf bankı (BYİB) da BMT-nin müstəqil ixtisaslaşdırılmış bölgəsi kimi Beynəlxalq Valyuta Fondu (BVF) beynəlxalq valyuta əməkdaşlığına və beynəlxalq ticarətin genişlənməsinə dəstək olmalı, valyuta razılaşmalarına əməl edilməsinə nəzarət etməli, quruma üzv olan ölkələrin valyutalarının stabilliyini qorumalı, çoxtərəfli hesablamalar sisteminin yaradılmasına şərait yaratmalı idi. Lakin ona yalnız BVF-in üzvü olan ölkələr daxil ola bilərdi. Bu beynəlxalq təşkilatın funksiyaları, adından məlum olduğu kimi, iştirakçı ölkələrin iqtisadiyyatının yenidən qurulması və inkişaf etdirilməsində maliyyə yardımının göstərilməsindən, onların iqtisadiyyatına özəl xarici kapital qoyuluşlarının həvəsləndirilməsindən ibarət idi.

Ümumdünya bankının rolu da müharibələrarası dövrdə

yarlanmış problemlərin aradan qaldırılmasında idi. Birinci dünya müharibəsindən sonrakı çoxsaylı problemlər iqtisadi münaqişələrə gətirib çıxarırdı. Bu problemlərin İkinci dünya müharibəsindən sonra yenidən meydana çıxmasının qarşısını almaq üçün Dünya Bankı iqtisadiyyatın yenidən qurulması və inkişafı üçün uzunmüddətli kreditlər təklif edirdi.

Daha sonra **Tarif və Ticarət üzrə baş razılaşma (QATT)** imzalandı. Onun müvəqqəti statusu var idi və **Beynəlxalq ticarət təşkilatının (BTT)** yaradılması haqqında razılığın ratifikasiyasına qədər fəaliyyət göstərməli idi.

Lakin BTT işıq üzü görmədi (ABŞ onun Nizamnaməsini ratifikasiya etməkdən imtina etdi), odur ki, QATT-i imzalamış ölkələr onun prinsiplərini ticarət münasibətləri sahəsində istifadə etmək qərarına gəldilər. O, beynəlxalq ticarəti liberallaşdırmaq, tarif və qeyri-tarif maneələrini aşağı saldırmaq məqsədini güdüdü.

QATT-i imzalamış bütün ölkələr mübahisəli məsələləri məsləhət və danışıqlar yolu ilə həll etmək öhdəliyini öz üzərlərinə götürdülər. QATT çərçivəli bir razılaşma olduğundan, o, mükəmməl bir beynəlxalq təşkilata çevrilmədi. Əslində QATT-ə qoşulmuş ölkələr müqavilənin formal üzvlərindən daha çox qarşı-qarşıya duran qüvvələrini kəsb edirdi. Lakin QATT ticarətin liberallaşdırılmasında özünün yüksək səmərəliliyini sübut etdirdi.

Qeyd etdiyimiz kimi, BVF, QATT, BYİB müharibələrarası dövrün problemlərini aradan qaldırmaq məqsədilə yaradılmışdı. Odur ki, İkinci dünya müharibəsindən sonrakı dəyişikliklərlə bərabər bu təsisatların funksiyaları da dəyişirdi. Məsələn, Avropanın yenidən qurulması məsələsi gözlənilmədiyindən daha da miqyaslı oldu və Qərbi Avropa ölkələrinə ikitərəfli yardım göstərmək üçün ABŞ 1948-ci ildə Avropanın Bərpaası Proqramını («Marşall planı») hazırladı. Bunun nəticəsi idi ki, Ümumdünya Bankı Avropanın yenidən qurulmasında minimal rol oynayıb, əsas diqqətini inkişaf məqsədlərinə kreditlərin verilməsində cəmləşdirdi.

Elə bu dövrdə (1948) **Avropa iqtisadi əməkdaşlıq**

təşkilatı (AİƏT) yaradıldı. Onun fəaliyyəti Qərbi Avropada “Marşall planının” həyata keçirilməsi ilə sıx bağlı idi. Məlumdur ki, “Marşall planının” vəzifələrinə Qərbi Avropa ölkələrinin iqtisadiyyatının yenidən qurulması, həmçinin ABŞ mallarını satmaq məqsədilə Qərbi Avropa bazarının dirçəldilməsi daxil idi. “Marşall planı” faktiki olaraq Qərbi Avropa iqtisadiyyatına ABŞ TMK-nın kapitalı üçün yol açdı. AİƏT ABŞ-ın yardımını müxtəlif Avropa ölkələri arasında paylaşdıraraq, onların iqtisadiyyatını bazar əsaslarında inkişaf etdirməli idi. Bu təşkilatda Qərbi Avropanın 16 ölkəsi və Almaniyanın işğal olunmuş qərb zonası təmsil olunmuşdu. Lakin Şərqi Avropadan bu təşkilatda heç bir ölkə təmsil olunmamışdı.

Bu dörd təşkilat aparıcı beynəlxalq iqtisadi təşkilat hesab oluna bilər, çünki beynəlxalq maliyyə, ticarət və valyuta münasibətlərində onların rolu çox böyük olmuşdur.

50-ci illərin əvvəllərində formalaşmış beynəlxalq iqtisadi təşkilatlar sistemi aparıcı kapitalist ölkələri qarşısında duran vəzifələrə tam uyğun idi. Onun aşağıdakı səciyyəvi cəhətlərini qeyd etmək olar:

1) bu sistemə yalnız inkişaf etmiş sənaye ölkələri daxil idi ki, bu da ABŞ-ın özünün yaratdığı “tənzimləmə alətlərini” xarici iqtisadi əlaqələr sistemində hakimlik aləti kimi istifadə etmək planlarını əks etdirirdi;

2) tənzimləmə əsasən xarici ticarət baryerlərini endirməklə beynəlxalq ticarətin liberallaşdırılmasından ibarət idi.

II mərhələ 1960-cı illərdə başladı. Bu dövrdə dünya təsərrüfatında baş vermiş dəyişikliklər daha da aydın görünürdü: İkinci dünya müharibəsindən sonra güclü milli azadlıq hərəkatı nəticəsində çoxlu sayda ölkələr müstəmləkədən azad oldu, dünyanın səhnəsinə bir qrup inkişaf etməkdə olan ölkələr çıxdı. Onların əksəriyyəti beynəlxalq təşkilatlara (BVF, QATT) üzv oldu. Nəticədə inkişaf etmiş ölkələr bu təşkilatlardakı say üstünlüklərini və deməli, həm də əvvəlki azadlıqlarını itirdilər. Keyfiyyət üstünlüyünə baxmayaraq, ümumilikdə aparıcı sənaye ölkələri bu təş-

kilatların tərkibinin 1/4-ni təşkil etdilər. Bundan başqa, bu təşkilatlara bir neçə sosialist ölkələri də daxil oldu.

İnkişaf etmiş ölkələrin daxilində də dəyişikliklər çox əhəmiyyətli idi. Məsələn, ABŞ getdikcə öz üstünlüyünü itirirdi, çünki dünya iqtisadiyyatında Qərbi Avropa ölkələrinin xüsusi çəkisi durmadan artırdı. Bu işdə Avropada gedən inteqrasiya proseslərinin rolu böyük idi.

Yaponiya da müharibənin nəticələrini tezliklə aradan qaldıraraq iqtisadi möcüzənin barından bəhrələndirdi. Qüvvələr nisbətində baş vermiş dəyişikliklər çoxtərəfli tənzimləmənin formalarını korreksiya etdirmək zərurətini doğurdu.

AİƏT Qərbi Avropanın yenidən qurulmasında böyük xidmətlər göstərdiyindən onun rolunu gücləndirmək və iştirakçılarının sayını artırmaq qərara alınmışdır.

Nəticədə 1961-ci ildə AİƏT **İqtisadi əməkdaşlıq və inkişaf təşkilatına (İƏİT)** çevrilmişdir. 18 inkişaf etmiş Avropa ölkələrindən başqa bu təşkilata həmçinin ABŞ və Kanada da daxil oldular. Bu gün artıq 29 ölkə, o cümlədən Koreya Respublikası, Meksika, bir neçə keçid iqtisadiyyatlı ölkələr bu təşkilatın üzvüdür. Yeni təşkilatın vəzifələri beynəlxalq ticarət mübadiləsi və valyuta-kredit əlaqələrinin inkişaf etdirilməsi yolu ilə üzv olan ölkələrin iqtisadiyyatının stabilləşdirilməsi, inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələr barəsində ümumi iqtisadi strategiyanın işlənməsindən ibarətdir. O dövrdə İƏİT inkişaf etmiş ölkələrin vahid iqtisadi siyasətini formalaşdırmalı olan mühüm beynəlxalq təsisata çevrildi.

İnkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrin qarşılıqlı münasibətləri getdikcə daha böyük aktuallıq kəsb etməyə başlayırdı. Bu, BMT-nin yeni ixtisaslaşdırılmış bölmələrinin yaranmasında öz əksini tapdı. YUNKTAD və YUNİDO bölmələrində üçüncü dünya ölkələri barəsində siyasət işlənilib-hazırlanırdı. Və, nəhayət, 1965-ci ildə Tariflər və ticarət üzrə Baş razılaşmaya yenidən baxıldıqdan sonra QATT-in prinsiplərindən inkişaf etməkdə olan ölkələrin xeyrinə bəzi haşiyələr nəzərdə tutuldu.

Beləliklə, ikinci mərhələnin spesifikliyi ondan ibarətdir ki, bu mərhələdə inkişaf etmiş ölkələr öz liderliyini itirdilər.

III mərhələ. Bu mərhələ 1970-ci illərdən baş alır və dünyada qüvvələrin nisbətinin əhəmiyyətli dərəcədə dəyişməsi ilə səciyyələnir. Müstəmləkə sistemi tam süquta uğradı və inkişaf etməkdə olan ölkələr yeni beynəlxalq iqtisadi qaydaların qurulması uğrunda mübarizəyə başladılar. Bu ölkələr aparıcı beynəlxalq təşkilatlarda təmsil olunurdular. Yeni inkişaf etməkdə olan ölkələrin hesabına bu təşkilatların tərkibinin genişlənməsi ona gətirib çıxardı ki, artıq onlar inkişaf etmiş ölkələrin güddükləri eqoist məqsədlərinə çatması üçün münasib deyildir. Bu, inkişaf etmiş ölkələrlə keçmiş müstəmləkə ölkələri arasındakı ziddiyyətləri daha da kəskinləşdirdi. BVF-na gəldikdə, 70-ci illərdə qeydə alınan valyuta məzənnələri sistemi üzən valyuta məzənnələri sistemi ilə əvəz olunduqdan sonra, o, özünün başlıca funksiyalarından birini itirdi.

Lakin BVF-nun funksiyaları 80-ci illərin əvvəllərində yenidən genişləndi. O, Meksikanın öz borclarına görə defolt elan etmək qərarından sonra başlamış xarici borc böhranı ilə məşğul olan aparıcı beynəlxalq agentliyə çevrildi.

Eyni zamanda gərginliyin aradan qaldırılması nəticəsində inkişaf etmiş ölkələrlə sosialist ölkələri arasında ticarət-iqtisadi əməkdaşlıq inkişaf etməyə başladı.

Aparıcı inkişaf etmiş ölkələr arasındakı qüvvələr nisbətində də ciddi dəyişikliklər baş verdi: 70-ci illərin əvvəllərində iqtisadi rəqabətin 3 mərkəzi – ABŞ, Qərbi Avropa və Yaponiya – formalaşdı. Bu o demək idi ki, ABŞ iqtisadiyyatda öz lider mövqeyini itirdi, dünya iqtisadiyyatının “lokomotivi” rolunu isə AFR və Yaponiya oynamağa başladı.

Bütün bu səbəblər həyat əhəmiyyətli iqtisadi problemlərin müzakirəsi üçün yeni beynəlxalq təsisatın – forumun yaranmasını şərtləndirdi. O, ABŞ, Kanada, Yaponiya, AFR, Fransa, Böyük Britaniya və İtaliyanın qeyri-formal birliyi kimi 1975-ci ildən fəaliyyət göstərməyə başladı. Forumun işi

“Böyük yeddiilər” ölkələrinin başçıların hər il təşkil olunan görüşləri əsasında qurulurdu. Görüşlər zamanı inkişaf etmiş ölkələrin makroiqtisadi, valyuta, kredit-pul siyasətinin ən mürəkkəb məsələləri, xarici borc böhranı, İran körfəzində gedən müharibə problemləri müzakirə edilirdi.

Üçüncü mərhələdə inkişaf etmiş ölkələrin iqtisadi və maliyyə təsirləri baxımdan BVF-un fəaliyyəti əsaslı təsirlərə məruz qaldı, lakin bu dövrdə ən yoxsul ölkələrin maliyyələşdirilməsinin əlavə və xüsusi güzəştli mexanizmləri təyin edildi.

IV mərhələ 80-ci illərin ortalarında sosialist təsərrüfatçılıq sistemi və SSRİ-nin süquta uğraması, bu ölkələrin bazar iqtisadiyyatına keçməsi, dünya təsərrüfat birliyinin yenidən qurulması, beynəlxalq iqtisadi təşkilatlar sisteminin təkamülündə yeni mərhələnin başlaması demək idi.

Bu mərhələ “soyuq müharibənin” başa çatması, keçmiş sosialist ölkələrinin aparıcı iqtisadi təşkilatlara əvvəlcə müşahidəçilər hüququnda, sonra isə tamhüquqlü üzvlər kimi daxil olması ilə səciyyələndir. Belə ki, yenidənqurma nəticəsində SSRİ 1990-cı ilin mayında QATT-ə müşahidəçi kimi daxil oldu. 1991-ci ilin oktyabrında SSRİ assosiasiya üzvü kimi BVF-a daxil oldu. 1992-ci ildən BVF-na tamhüquqlü üzv kimi praktiki olaraq bütün keçmiş sovet respublikaları, o cümlədən Rusiya da daxil oldu.

1990-cı ildə yeni unikal beynəlxalq təşkilat olan **Avropa Yenidənqurma və İnkişaf Bankının (AYİB)** yaradılması mühüm hadisə oldu. Bankın məqsədi Mərkəzi və Şərqi Avropa və MDB ölkələrinin bazar iqtisadiyyatına keçməsinə yardımçı etməkdir (Nizamnaməyə əsasən, özəl sektora göndərilən məbləğ Bank resurslarının 60%-dən az olmalıdır). Bankın 62 səhmdarı var: bunlar keçmiş SSRİ-nin bütün respublikaları da daxil olmaqla 60 dövlət və 2 beynəlxalq təşkilat – AB və Avropa investisiya bankıdır. Digər beynəlxalq maliyyə təşkilatlarının nizamnamələrindən fərqli olaraq, Bankın Nizamnaməsinin özünəməxsus siyasi mandatı var. Nizamnamədə bildirilir ki, Bankın əməliyyat

apardığı bütün ölkələr çoxpartiyalı demokratiya, plüralizm, və s. prinsiplərinə sadıq olmalıdırlar. Bank həmçinin kiçik və mikrobiznesin inkişafına texniki dəstək göstərir. Bank fəaliyyətində ətraf mühitin mühafizəsi, nüvə təhlükəsizliyinin təmin edilməsi və s. məsələləri mühüm yer tutur. Bankın fəaliyyət göstərdiyi coğrafi məkan daima genişlənir, o, faktiki olaraq Mərkəzi və Şərqi Avropada və MDB-də ən iri birbaşa investor hesab olunur. Bankın bu və ya digər ölkədə fəallığı xarici özəl investorlar üçün özünəməxsus barometrdir. Adına görə regional olan bu beynəlxalq iqtisadi təşkilatın yaradılmasında ilk dəfə olaraq ABŞ təşəbbüs göstərməmişdir. Bankın yaradılması Qərbi Avropanın bütün beynəlxalq iqtisadi münasibətlərə təsirinin artdığını sübut edir.

Bu mərhələdə QATT-in Ümumdünya ticarət təşkilatına çevrilməsinin xüsusi əhəmiyyəti olmuşdur. 2005-ci ilin fevralına olan məlumatlarda bu təşkilata 148 ölkənin üzv olduğu bildirilirdi. Təkcə əmtəə ticarətinin tənzimlənməsi ilə məşğul olan QATT-dan fərqli olaraq, yeni beynəlxalq təşkilatın fəaliyyət sahəsini həmçinin xidmətlər ticarəti, intellektual mülkiyyət hüquqlarının müdafiəsi və ticarətlə bağlı investisiyalar təşkil edir.

Qloballaşma şəraitində beynəlxalq iqtisadi və maliyyə təşkilatlarının (ÜTT, BVF, ÜB və b.) qlobal tənzimləyici rolu olduqca artır. Onlar sanki qloballaşmanın “lokomotivləridir”. 1990-cı illərin sonunda baş verən hadisələr göstərdi ki, BVF və ÜB dağıdıcı maliyyə böhranına hazır deyillər. Bunun səbəblərindən biri o idi ki, Bretton-Vuds razılaşmalarına əsasən yaradılmış BVF və BYİB tamamilə başqa funksiyaları yerinə yetirməli idi. Onlar əsasən inkişaf etmiş ölkələrə aid idi. BVF beynəlxalq valyutanın stabilliyini saxlamaq və valyuta əməliyyatlarına məhdudiyətləri aradan qaldırmaq məqsədilə yaradılmışdı. BYİB-in əsas funksiyası isə Avropanın müharibədənsənəki yenidən qurulması üçün uzunmüddətli kreditlərin (BVF-nin qısamüddətli kreditlərindən fərqli olaraq) verilməsi idi. Onları mahiyyət etibarilə “qarşılıqlı yardım kassaları” adlandırmaq olar. Lakin

sonralar inkişaf etməkdə olan ölkələrin sayı artdığından, nəhəng maliyyə resurslarının yerdəyişməsi problemləri üzə çıxdı. Bu təşkilatlar isə onları həll etmək iqtidarında deyildilər.

Həm BVF, həm də BYİB uzun illər boyu iqtisadi çətinliklərə məruz qalan ölkələrə maliyyə stabilləşdirilməsi və struktur adaptasiyasına dair standart məsləhətlər verirdi. Qeyd etmək lazımdır ki, struktur adaptasiyası dedikdə, bu ölkələrin maliyyə sistemlərinin beynəlxalq sistemə adaptasiyası nəzərdə tutulurdu. Bu məqsədlə də inkişaf etməkdə olan ölkələrin iqtisadiyyatının liberallaşdırılması ideyaları geniş təbliğ olunurdu. Bu məsləhətlərin ardınca gedən ölkələr xarici maliyyə təsirləri qarşısında aciz qalıb. Beynəlxalq maliyyə təşkilatlarından o qədər də asılı olmayan dövlətlər isə iqtisadi uğura özləri nail oldular.

Qlobal iqtisadi dəyişikliklərdə onların rolunu nəzərə alaraq, inkişaf etmiş ölkələr aparıcı beynəlxalq iqtisadi təşkilatların fəaliyyət istiqamətlərinin təyininə güclü təsir göstərir. Məsələn, inkişaf etmiş ölkələr BVF-nun kreditlərində və ÜB-nin borclarında əsas donorlardır və bu təşkilatlarda ən çox səsə malikdirlər. Daha çox səsə bu təşkilatlarda ABŞ, Yaponiya, Almaniya, Fransa, Böyük Britaniya malikdir.

ÜTT-da “bir ölkə-bir səs” prinsipi hökm sürsə də, inkişaf etmiş ölkələr çoxtərəfli ticarət danışıqlarının gündəliyinin təyin edilməsində həlledici rol oynayır. Şimal ölkələrinin üstünlük təşkil etməsi bu təşkilatların ali menecerlərinin milliyyətindən də aydın olur. ÜB-ın prezidenti həmişə amerikalı, BVF-nin icraçı direktoru isə Avropa ölkəsinin nümayəndəsi olmuşdur. 1999-cu ilə qədər QATT VƏ ÜTT-nin baş direktorları avropalılar olmuşlar. “Üçüncü dünya” ölkələri bu kompaniyaların rəhbər orqanlarında çox zəif təmsil olunmuşdular, sosialist ölkələrinin əksəriyyəti isə 1970-ci ilə qədər ümumiyyətlə onlara üzv deyildilər.

Bretton-Vuds sistemi və onun təsisatları son 50 ildə dünyada baş verən səmərəli dəyişikliklərin, iqtisadi artımın mənbələri kimi bəzən nəzərdən keçirilir. Lakin bu təşkilat-

ların rəğbətləndirdikləri iqtisadi artım tipi ABŞ və digər inkişaf etmiş ölkələrin tövsiyələrindən irəli gəlirdi. Beynəlxalq iqtisadi təşkilatlar iqtisadi inkişafa liberal yanaşmanı dəstəkləyirdilər. Son illərin hadisələri göstərdi ki, belə liberal yanaşma qlobal dünya iqtisadiyyatının nüvəsi olan inkişaf etmiş ölkələrə nəhəng üstünlüklər verir, dünya təsərrüfatının periferiyasının isə sürətlə iflasına səbəb olur.

Liberal meyarlardan yanaşsaq, onda aparıcı beynəlxalq iqtisadi təşkilatlar liberallaşmaya, iqtisadi artıma və stabilliyə səbəb olaraq XX əsrin 50-70-ci illərində tam səmərəli fəaliyyət göstərirdi. Birincisi, “soyuq müharibə” ABŞ-nın Qərbi Avropa ölkələri və Yaponiya ilə təsərrüfat kooperasiyasını inkişaf etdirmək planlarını gücləndirdi; müharibədən sonrakı iqtisadiyyatın tezliklə bərpa etdirilməsi Sovet İttifaqına qarşı güclü müxalifətin formalaşdırılmasının ilkin şərti kimi nəzərdən keçirilirdi. İkincisi, dünyanın hegemonu olan ABŞ müharibədən sonrakı ticarət, maliyyə, kredit münasibətlərinin həyata keçirmə prinsip və qaydalarının təyin edilməsində liderliyi ələ keçirmək niyyətində idi. Üçüncüsü, ABŞ-nın liderliyi ilə razılaşan ölkələrin yalnız bir qismi dünya iqtisadi sisteminə cəlb olunmuşdur. Nəhayət, müharibədənsonrakı iqtisadi təsisatlar ələ qurulmuşdu ki, milli hökumətlər eyni zamanda həm öz daxili məqsədlərini güdür, həm də eyni zamanda beynəlxalq qaydalara riayət edə bilirdilər.

Əvvəlki səmərəliliyinə baxmayaraq, aparıcı beynəlxalq təsisatlar 60-cı illərin sonunda qloballaşan iqtisadiyyatın tənzimlənməsi problemləri ilə üzləşdilər. 60-cı illərdə Qərbi Avropa və Yaponiyanın iqtisadi artım templəri yüksək olarkən, ABŞ öz üstünlüyünə inamını itirdi və təsərrüfat liberalizmini dəstəkləməkdən imtina etməyə başladı. Qərbi Avropa və Yaponiya ABŞ-nın liderliyinə qəti etiraz edir, “soyuq müharibənin” süqutu isə inkişaf etmiş ölkələr arasında fikir müxtəlifliyini daha da dərinləşdirdi.

Aparıcı beynəlxalq təsisatlara təsir göstərən amillərdən biri də “Üçüncü dünyanın” nüfuzunun artması olmuşdur.

İnkişaf etməkdə olan ölkələr beynəlxalq təşkilatların siyasətindən çoxdandır ki, narazı idilər və 1970-ci illərdə onlar öz etirazlarını gücləndirdilər. 1973-cü ilin ilk “neft şoku” dönüş nöqtəsi oldu. Həmin il neft ixrac edən ölkələr Təşkilatının (OPEK) üzvü olan Yaxın Şərq ölkələri İsrailin qonşu ərəb ölkələrinə təcavüzünü dəstəkləyən Qərb ölkələrinə neftin ixracına blokada qoyub, neftin qiymətini 400% artırdılar.

Dünya təsisatlarına daha bir təsir qloballaşma qüvvələrindən, xüsusən də kapital axınlarından gəlir. Kapitalların beynəlxalq mobilliyi qlobal iqtisadiyyatın nəinki tənzimlənməsini, hətta bir çox hadisələrin monitorinqini də çətinləşdirdi. Güclü maliyyə axınlarının əsas subyektləri olan TMK və TMB-in fəaliyyətinə nəzarət edə biləcək elə bir beynəlxalq təşkilat yoxdur. Ona görə də əksər analitiklər beynəlxalq iqtisadi təşkilatların qlobal iqtisadiyyatın səmərəli tənzimlənməsini təmin etmək qabiliyyətinə şübhə ilə yanaşırlar.

Nəhayət, bu təşkilatlarda inkişaf etməkdə olan və keçmiş sosialist ölkələrinin iştirakının artması da onların tənzimləmə qabiliyyətini zəiflədir. Bəzi ekspertlər beynəlxalq iqtisadi təşkilatların daha reprezentativ olmasının tərəfdarıdır. Lakin digərləri hesab edirlər ki, belə nəhəng təşkilatlarda qərar qəbul etmək çox çətinidir. Bu təşkilatların üzvlərinin sayının çox olması koordinasiya, monitorinq və məsləhətlərdə çətinliklərə gətirib çıxara bilər.

BVF, BYİB və ÜTT qlobal iqtisadiyyatda mühüm funksiyaları yerinə yetirməkdə davam edirlər. Lakin bu təşkilatlara üzv olan ölkələrin sayının artması analitikləri belə bir qənaətə gətirib çıxarmışdı ki, aparıcı beynəlxalq iqtisadi təşkilatlara rəhbərlik edən ölkələrin sayı az olmalı, iqtisadi çəkisi isə onlara liderlik hüququ verməklə üzvlərinə məsuliyyət də qoymalıdır. Həqiqətən də, 1960-cı illərdən başlayaraq, qabaqcıl ölkələr əksər hallarda onların maraqlarını aparıcı təşkilatlarda təmsil edən kiçik qruplara ayırılırdılar. Bu qruplara AİƏT üzvləri, “Böyük yeddi” və “Böyük beş” (ABŞ, Yaponiya, AFR, Fransa və Böyük Britaniya) daxildir. Qloballaşma və iqtisadi rəqabətin 3

mərkəzinin (ABŞ, Qərbi Avropa və Yaponiya) olduğu bir dövrdə bu kiçik, lakin güclü qruplar inkişaf etmiş ölkələrin siyasətinin koordinasiya edilməsində çox böyük nüfuza malikdir.

Lakin bu iqtisadi liderliyin və stabilliyin təmin olunması üçün bu qrupların vacibliyini vurğulayan liberal iqtisadçılardan fikrinə əks olaraq, əksər tədqiqatçılar belə hesab edirlər ki, onların mövcudluğu qüdrətli kapitalist ölkələrinə mühüm qərarların qəbul edilməsi prosesində periferik ölkələri sıxışdırıb çıxarmaq imkanı verir.

Ədalət naminə o faktı qeyd etmək lazımdır ki, bəzi inkişaf etmiş ölkələr də aparıcı təsisatlarda özünün təmsil etmə səviyyəsindən narazı olduqlarını bildirirlər. Məsələn, Almaniya və Yaponiya dəfələrlə qeyd etmişlər ki, onların aparıcı təsisatlarda malik olduqları nüfuz bu ölkələrin iqtisadi qüdrətinə mütənasib deyil. Belə ki, 1988-ci ildə BVF və Dünya Bankının Direktorlar Şurasının görüşündə Almaniya nümayəndələri bəyan etmişdilər ki, “amerikalıların real qüvvəsi var, fransızların isə ali rəhbərlikdə yaxşı mövqeləri var, bütün bunlar isə alman və yaponların hesabınadır”. Yaxın vaxtlara qədər aparıcı iqtisadi təsisatların top-menecerlərindən biri də nə yapon, nə də alman olmuşdur. Hətta ABŞ-da uzun illər QATT-ın icraçı direktorlarının avropalı olduğundan narazı olduqlarını bildirmişdilər. 1995-ci ildə ÜTT-nin ilk icraçı direktorunun seçkisi zamanı amerikalılar Meksika nümayəndəsinin namizədliyini dəstəklədilər. Lakin o zaman amerikalılar heç nəyi dəyişə bilmədilər.

Beləliklə, qloballaşma prosesi BVF, ÜB və ÜTT üzvlərinin sayının artmasına səbəb olmuşdur. İlk dəfədir ki, onlar öz tərkibinə görə universal təşkilata çevrilirlər. Qloballaşma bu təşkilatları genişləndirdi, lakin eyni zamanda onların beynəlxalq iqtisadi münasibətlərə təsirini də mürəkkəbləşdirdi.

Yoxlama sualları

1) İkinci dünya müharibəsindən sonra beynəlxalq iqtisadi təşkilatlar sisteminin formalaşmasının əsas səbəblərini və bu təşkilatların qarşısında qoyulmuş vəzifələri göstərin.

2) Qloballaşma dövründə beynəlxalq iqtisadi təşkilatların rolu.

3) Beynəlxalq iqtisadi münasibətlərdə 1929-1933-cü illər nə ilə səciyyələnir?

4) Bretton-Vuds sisteminin əsas təsisatlarını göstərin.

5) Əksər inkişaf etmiş ölkələr beynəlxalq iqtisadi təşkilatların fəaliyyətində nədən narazıdırlar? Bu təşkilatlarda real nəzarət kimə məxsusdur?

Fəsil XI

FƏRQLİ İNKİŞAF SƏVİYYƏSİNƏ MALİK OLAN ÖLKƏLƏRƏ QLOBALLAŞMANIN TƏSİR ETMƏSİNDƏKİ XÜSUSİYYƏTLƏR

11.1. QLOBALLAŞMA ŞƏRAİTİNDƏ DÜNYA TƏSƏRRÜFATININ ƏTRAFLI VƏ MƏRKƏZİ

Dünya təsərrüfatında cərəyan edən qloballaşma prosesləri müxtəlif inkişaf səviyyələrində olan ölkələrə müxtəlif cür təsir göstərir. Bu ölkələr dünya təsərrüfatının mərkəzini (yeni terminologiyaya görə - **qabaqcıl iqtisadiyyatları**¹) və onun periferiyası və yarımperiferiyasını (**inkişaf etməkdə olan və keçid iqtisadiyyatlı ölkələri**) təmsil edirlər. İlk olaraq onu qeyd etmək lazımdır ki, müxtəlif qruplardan olan ölkələr üçün qloballaşmanın riski və faydası müxtəlif, hətta asimmetrikdir.

Qloballaşmanın riskləri və asimmetriklili bu prosesin həyata keçirilməsi məntiqindən irəli gəlir: məlumdur ki, qloballaşma prosesi çərçivəsində qlobal əmtəə və maliyyə bazarları, qlobal iqtisadi məkan formalaşır. Bu məkanda

¹ "Qabaqcıl iqtisadiyyatlar" və ya "qabaqcıl ölkələr" termini 23 inkişaf etmiş ölkəni, həmçinin dörd Şərqi-Asiya "pələnglərini" (Cənubi Koreya, Sinqapur, Çinin xüsusi rayonu kimi Honkonq və Tayvan) İsrail və Kipri daxil edən ölkələr qrupu və ərazilərin işarəsi üçün BVF tərəfindən daxil etdirilmişdir.

rəqabət üstünlüklərinə TMK və TMB kimi ən iri kompaniyalar malikdir. Onlar, bir qayda olaraq, filiallarının və istehsal avadanlıqlarının yerləşdiyi ölkələrin resurs, əmək və texnoloji potensialından istifadənin optimallaşdırılması hesabına nisbətən kiçik miqyaslı kompaniyalar bazarında rəqabəti udur.

Çoxsaylı reytinglərdən məlum olduğu kimi, dünyanın aparıcı istehsal kompaniyaları və maliyyə təsisatları inkişaf etmiş ölkələrin rezidentlərinin nəzarəti altındadır, bu təsərrüfat subyektlərinin gəlirləri də onların xeyrinə istifadə olunur. İqtisadi nəzəriyyənin əlifbası ilə tanış olan hər kəs yaxşı bilir ki, qeyri-məhdud bazar rəqabəti onun bütün iştirakçılara bərabər rifah səviyyəsini təmin edə bilmir. Rəqabətin milli səviyyədən qlobal səviyyəyə keçməsi də situasiyanı dəyişmir. Qlobal rəqabətdə udan ən güclüləri olur, güclülər isə əksər hallarda qabaqcıl ölkələrin kompaniyalarıdır.

Dünyanın əsas elmi-texniki potensialı bu gün məhz qabaqcıl ölkələrdə cəmləşmişdir. Burada əksər yeni texnologiyalar yaradılır ki, bu da bu ölkələrin kompaniyalarına özünəməxsus “texnoloji renta” əldə etməyə imkan verir. Statistik məlumatlara görə, XX-XXI əsrlərin astanasında inkişaf etmiş ölkələrin ÜDM-də elmi tədqiqatlara edilən xərclərin payı ABŞ-da 2,75%, Almaniyada – 2,8%, Yaponiyada – 3% təşkil etmişdir. Eyni zamanda bu ölkələr qrupuna yenidən daxil olmuş qabaqcıl ölkələrdə belə müvafiq göstərici çox aşağıdır (C.Koreyada – 1,9%, Sinqapurda – 1,68%).¹

İnkişaf etməkdə olan ölkələrin sənaye inkişafı Qərbi ölkələrindən texnika və texnologiyaların alınması hesabına baş verirdi.

Beləliklə, yeni informasiya-kommunikasiya və idarəetmə texnologiyalarına yiyələnən inkişaf etmiş ölkələrin

¹ Bax: Human Development Report 2004. UNDP, New York. 2004. p.180-182.

kompaniya və bankları qlobal maliyyə bazarlarında kapitalın hərəkətini nəzarət altında saxlaya bilirlər. Maliyyə, elmi-texniki və intellektual xidmətlər bazarlarında özünün rəqabət üstünlüklərindən istifadə edən inkişaf etmiş ölkələrin təsərrüfat subyektləri maliyyə və elmi-texniki sferalarda faktiki olaraq inhisarçı olmağa imkanını qazanırlar.

Əlbəttə, inkişaf etmiş ölkələrdə də beynəlxalq ticarətin və kapitalın beynəlxalq hərəkətinin intensivləşdiyi şəraitdə xarici rəqabətdən zərər çəkən təsərrüfat sahələri vardır. Bu sektorlarda istehsalın azalması (bax. IV fəsil) müəyyən əhali qrupu üçün əhəmiyyətli sosial nəticələrə gətirib çıxara bilər (işsizlik, başqa regionlara köşüb getmək zərurəti və s.). Aydın ki, yaş, təhsili üzündən ixtisasını dəyişmək, iş tapmaq imkanı olmayan insanlar az deyil. Bu səbəbdən inkişaf etmiş ölkələrdə də “yeni yoxsullar” zonaları meydana çıxır. Lakin inkişaf etmiş ölkələrdə sosial müdafiə sisteminin yüksək səviyyədə olmasından, bu kimi neqativ effektlər elə də qabarıq təzahür etmir. ABŞ və Qərbi Avropa ölkələri (AB çərçivəsində vahid aqrar siyasəti vasitəsilə) öz təsərrüfatının aqrar sferasını subsidiya edir, beləliklə də, kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalçıların rəqabətqabiliyyətliliyini yüksəldirlər.¹ Bu kimi siyasət qloballaşmanın neqativ effektlərini yumşaltmağa imkan verir.

İnkişaf etməkdə olan ölkələrdə dövlətin sosial sığorta və sosial yardım sistemlərinin potensialı zəifdir, bu ölkələrin hökumətlərinin struktur yenidənqurma prosesini tənzimləyə biləcək maliyyə imkanları isə yoxdur. Məhz bu səbəbdən də burada qloballaşmanın neqativ effektləri daha ağırlı olacaqdır. Zəif inkişaf etmiş ölkələrin təbii və əmək resursları getdikcə dünya təsərrüfatına qoşulsa da, bu ölkələrin hökumətləri əksər hallarda sosial infrastrukturu minimal

¹ İnkişaf etmiş ölkələrdə 2000-ci illərin əvvəllərində Aqrar subsidiyaların illik həcmi 1 mlrd. doll. çoxdur (Economist, 2002, №2, Febr. p.63).

belə səviyyədə saxlamaq iqtidarında deyildirlər.

Qloballaşmanın ABŞ və beynəlxalq iqtisadi təşkilatların dəstəklədikləri neoliberal modeli zəif ölkələr üçün qloballaşmanın neqativ effektlərini daha da artırır. Qloballaşmanın neoliberal modeli çərçivəsində obyektiv qloballaşma prosesləri global əmtəə və maliyyə bazarlarının əks-tənzimlənməsi siyasəti ilə uzlaşır. Bu, bazarda konkret qarşılıqlı münasibətlərdə bu ana olan rəqabət üstünlüklərinin təzahürünü daha da gücləndirir, bazarı tənzimləyir, bazarların, xüsusən də maliyyə bazalarının qeyri-stabilliyini azaltmaq imkanlarını aşağı salır. Dünya iqtisadiyyatında maliyyə böhranlarının tez-tez baş verməsi isə ilk növbədə zəif ölkələrin iqtisadiyyatına zərbə vurur, çünki böhranlı hadisələr artarkən beynəlxalq investorlar öz vəsaitlərini birinci növbədə məhz onların aktivlərindən çıxarırlar (Meksikada 1994-1995-ci, Şərqi Asiya ölkələrində 1997-1998-ci, Argentinada 2001-2002-ci illərin maliyyə böhranları dediklərimizin əyani sübutudur).

Yaxşı məlumdur ki, xarici iqtisadi əlaqələrin müxtəlif formaları, ilk növbədə beynəlxalq ticarətdə iştirak səmərəli şəraitdə zəif ölkələrin təsərrüfat və sosial tərəqqisinin mühərriki ola bilər. Xarici ticarət əlaqələrində iştirakın genişləndirilməsinin, xarici kapital və texnologiyaların cəlb edilməsinin zəruriliyini inkişaf etməkdə olan ölkələrin işgüzar və siyasi elitaları yaxşı dərk edirlər. Lakin real gerçəklikdə obyektiv və subyektiv səbəblərdən əksər zəif ölkələr qloballaşmanın bəhrələrindən faydalana bilmir.

Vəziyyət belədir ki, əksər hallarda global bazarlar inkişaf etməkdə olan ölkələrə çox seçkili təsir göstərir. 2004-cü ilə yaxın inkişaf etməkdə olan ölkələrin xarici borcları 2,76 trln. dollardan çox olmuşdur, borclar üzrə xidmətlərin ödənməsi isə ildə 440 mlrd. doll. təşkil etmişdir.¹

Ən zəif ölkələrin xarici borclarının 90%-inin silinməsi

¹ Bax: World Economic Outlook. 2004. September. IMF, Washington DC. 2004. p.260.

haqqında “Böyük səkkizlər” ölkələrinin qərarı «Üçüncü dünya» ölkələrinin ümumi borclarının 2%-inə toxunur. Birbaşa xarici investisiyaların əsas resipiyləri artıq bir neçə onillikdir ki, inkişaf etməkdə olan (YUNKTAD-n məlumatlarına görə, 2003-cü ildə BXİ-n ümumi axınının yalnız 30,7%-i bu ölkələrin, o cümlədən 0,5% - 49 ən zəif ölkələrin payına düşürdü) ölkələr yox, inkişaf etmiş ölkələrdir.¹ (bax: şəkl.11.1 diaqram). Birbaşa investisiyaların bu axını da son dərəcədə qeyri-bərabər paylaşdırılır: XX-XXI əsrlərin astanasında investisiyaların həcmnin 80%-i 20 resipiylent ölkənin, o cümlədən təxminən yarısı cəmi 5 ölkənin payına düşürdü. İnkişafa rəsmi yardım həcmnin orta illik göstəricisi son onilliklərdə davamlı azalma tendensiyasına malikdir. Məsələn, 1990-cı ildə 0,33%, 2000-ci ildə – cəmi 0,22% və 2002-ci ildə – təxminən 0,2% təşkil etmişdi. Özəl maliyyə resurslarının xalis axını (BVF-n məlumatlarına görə, 2000-ci ildə cəmi 33,3 mlrd. doll., 2004-cü ildə – 96,5 mlrd.) da son dərəcədə qeyri-bərabər paylaşdırılır. Gəlir səviyyəsi aşağı olan əksər ölkələrdə özəl xarici kapitalın xalis axının göstəricisi 0-a yaxın və ya mənfi olmuşdur.²

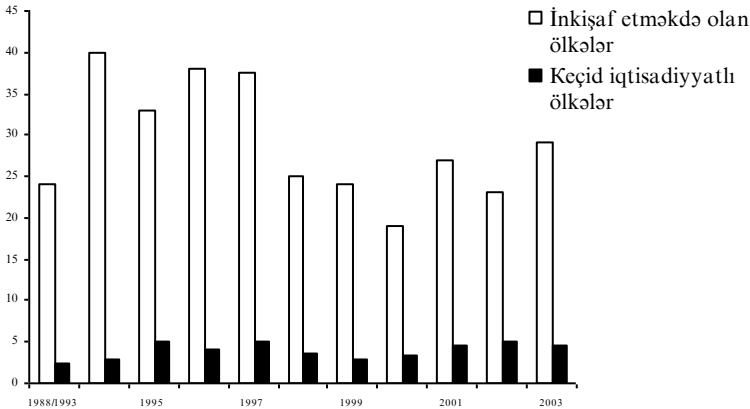
Daha bir ciddi problem zəif ölkələrin beynəlxalq ticarətdə daha geniş iştirak etmək cəhdləri ilə bağlıdır. 1990-cı illər ərzində inkişaf etməkdə olan ölkələrin 1/3-də xarici ticarət kvotalarının göstəricisi azalmışdır (xarici ticarətin dövriyyəsinin ÜDM-a nisbəti). Statistik məlumatlara görə, 1990-cı illərin sonuna yaxın zəif ölkələrin ticarət şəraitləri

¹ Maralıdır ki, Birinci dünya müharibəsinə yaxın mənzərə başqa cür idi: xarici investisiyaların ixracında inkişaf etmiş ölkələrin payı 55%-dən çox olmamışdır, zəif ölkələrə – müstəmləkə və yarımüstəmləkələrə isə müvafiq kapital qoyuluşlarının təxminən 45% göndərilirdi.

² Bax: World Economic Outlook. 2004. September. IMF, Washington DC. 2004. p.250; Global Development Finance 2004. World Bank, Washington DC. 2004. p.197.

1970-ci illərə nisbətən 50% pisləşmişdir. Yaxşı məlumdur ki, ÜTT çərçivəsində danışıqlarda (o cümlədən ÜTT-nin 2001-ci ilin noyabrında Doxada təşkil olunmuş IV Nazirlər konfransında) öz məhsullarının inkişaf etmiş ölkələrin bazarlarına çıxışının liberallaşdırılmasında maraqlı olan zəif ölkələrin mövqeləri ciddi maneələrlə üzləşir, müvafiq gömrük maneələri hələ də yüksək olaraq qalmaqdadır.

Hazırda periferiya ölkəsindən olan istənilən istehsalçı öz mallarının yolunda çoxsaylı bazar və qeyri-bazar maneələri ilə üzləşir.



Şək. 11.1. BXİ inkişaf etməkdə olan və keçid iqtisadiyyatlı ölkələrin payı, % (World Investment Report 2000, 2001, 2004. UNCTAD – <http://www.unctad.org>)

İnkişaf etməkdə olan ölkələrin məhsulları qabaqcıl iqtisadiyyat ölkələrində çox mürəkkəb (əslində proteksionist) sertifikatlaşdırma, patentləşdirmə prosedurlarına, standartlara uyğunluğunun yoxlanmasına məruz qalır. İnkişaf etməkdə olan ölkələrdən ixracın məhdudlaşdırılmasının müstəsna olaraq tarif metodlarına müraciət etsək də belə,

məlum olar ki, dünya iqtisadiyyatının liderləri olan ölkələrdə 1990-cı illərdə inkişaf etməkdə olan ölkələrin emal sənayesinin məhsuluna idxal tarifinin səmərəli stavkası qabaqcıl ölkələrin müvafiq məhsulu ilə müqayisədə 3,5-4 dəfə artıq olmuşdur (Ümumdünya Bankının ekspertlərinin tədqiqatlarından).

Maraqlıdır ki, beynəlxalq ticarətdə mal və investisiya axınlarının böyük hissəsi bir qrup qabaqcıl ölkələr çərçivəsində retsiklyasiya edir. Bəzi aparıcı Rusiya iqtisadçıları (məsələn, V.İnozemtsev) “qərb aləminin qapanmasından”, inkişaf etmiş ölkələrin xarici iqtisadi əlaqələrinin özünə qapalı xarakterindən danışırlar.

Əksər inkişaf etməkdə olan ölkələrin təsərrüfat inkişafı qloballaşma şəraitində getdikcə artmaqda olan “beyinlər axını” prosesi ilə sarsındır.

Zəif inkişaf etmiş ölkələr üçün qloballaşmanın neqativ effektlərinin olmasını Argentinanın təcrübəsi çox yaxşı nümayiş etdirir. Bu ölkə 1990-cı illər ərzində istənilən ölkənin qloballaşmaqda olan dünya təsərrüfatına sürətlə inteqrasiya etməsi üçün zəruri olan bir sıra tədbirlər proqramını həyata keçirmiş, xarici ticarəti və kapitalların hərəkətini liberallaşdırmış, milli valyutanı ABŞ dollarına bağlamaqla inflyasiyanı dayandırmış, milli iqtisadiyyatda özəlləşdirməni həyata keçirmişdi. Lakin xarici və daxili amillərin neqativ təsiri nəticəsində ölkədə 2001-ci ilin dekabrında ciddi iqtisadi və maliyyə böhranı baş vermişdi.

Yuxarıda deyilənləri nəzərə alaraq, qeyd etmək olar ki, müasir şəraitdə qloballaşmanın potensial riskləri zəif ölkələrdə daha çoxdur. Sürətlə inkişaf edən qloballaşma prosesləri yüksək inkişaf səviyyəli ölkələrə daha çox fayda gətirir. Obrazlı ifadəyə görə, əksər periferiya və yarım-periferiya ölkələri “qloballaşmanın tələsinə” düşmüşlər, yəni onların iqtisadiyyatı qloballaşma proseslərinə milli ehtiyatlarının, o cümlədən təbii, intellektual ehtiyatlarının dağıdıcı istismarı yolu ilə cəlb olunmuşlar. Görünür, bu tələdən çıxmaq elə də asan iş deyil. Qlobal əmtəə və maliyyə

bazarlarına bərabər hüquqlu çıxışın olmaması üzündən inkişaf etməkdə olan ölkələrə ildə təxminən 1 trln. doll. ziyan dəyir.¹ Qloballaşma problemlərini araşdıran bəzi tədqiqatçılar (A.Bettler, A.Salitski) belə hesab edirlər ki, üçüncü və ikinci dünya ölkələri daha çox qloballaşmanın obyektləridir (globalization-takers), dünya iqtisadiyyatının liderləri isə bu prosesin subyektini kəsb edirlər (globalization-makers). Bu prosesin neqativ tərəflərinin üzə çıxmasına qloballaşmanın obyekti olan ölkələrdə daha çox ehtimal var. İspaniyalı-amerikalı iqtisadçı M.Kastels isə ümumiyyətlə belə fikirdədir ki, müasir dünya iqtisadiyyatında “qlobal asimetriya” təkrar istehsal olunur və möhkəmləndirilir. Onun sözlərinə görə, məhz qlobal asimetriya bu prosesin əsasını təşkil edir.²

Dünya iqtisadiyyatının subyektləri problemi beynəlxalq forumlarda da müzakirə olunur. Belə ki, sosial inkişaf üzrə BMT Baş Assambleyasının xüsusi sessiyasının materiallarında göstərilir ki, qloballaşmanın bu günə olan görkəmindən birinci növbədə varlı ölkələr faydalanırlar. BMT-nin məruzəsinin adı da səciyyəvidir: “İnsan simalı qloballaşma”. 2002-ci ildən etibarən BƏT-nin rəhbərliyi altında qloballaşmanın sosial aspektlərini araşdıran xüsusi komissiya fəaliyyət göstərir.

¹ Вах: Глобализация мирового хозяйства и национальные интересы России / Под ред. В.П.Колесова. М., 2002. с.25.

² Ətraflı bax: Постиндустриальный мир и Россия / Под ред. В.Хороса, В.Красильщикова. М., 2001.

11.2. DÜNYA BİRLİYİNDƏ BAŞ VERƏN SOSIAL-İQTİSADI KONVERGENSİYA/DİVERGENSİYA PROSESLƏRİ

Qloballaşma proseslərinin müxtəlif inkişaf səviyyəli ölkələrə təsiri məsələsi ilə dünya iqtisadi sisteminin təkamülünün digər aspekti də bağlıdır: bu gün inkişaf etmiş ölkələrlə periferiya arasında yaxınlaşmamı (konvergensiya) gedir, yoxsa onlar arasında sosial-iqtisadi uçurum daha da artır (divergensiya).

Elmi araşdırmalar göstərir ki, son 100 ildə dünyada sosial-iqtisadi bərabərsizlik əsasən artmışdır. Belə ki, BVF-nin məlumatlarına görə, 1900-cü ildən 2000-ci ilədək planetin ən varlı dördüdə bir hissəsi orta adambaşına gəlirini 6 dəfə artırmış, ən kasıb 1/4 hissəsi isə yalnız 3 dəfə artırabilmişdir. Cini əmsali ötən 100 illikdə bütün dünya üzrə 0,40-dan 0,48-dən artmışdır. İngilis iqtisadçısı prof. R.X.Ueyd sübut edir ki, dünyada gəlirlərin qeyri-bərabərliyinin 9 müxtəlif ölçmə metodlarından 8-i göstərir ki, son 20 ildə sosial-iqtisadi bərabərsizlik artmışdır. Onlardan yalnız biri bərabərsizliyin səviyyəsinin dəyişilməmiş qaldığını sübut edir.¹

Bir sıra Rusiya iqtisadçılarının (A.Elyanov, B.Bolotin, V.Melyantsev, L.Fridman, S.Kuznetsova) tədqiqatlarının nəticələri də göstərir ki, son 50 ildə inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələr qrupu üzrə adambaşına ÜDM orta göstəriciləri arasındakı ara, az da olsa, azalmışdır. Məsələn, A.Elyanovun məlumatına görə, 1950-ci ildə bu ara 7,1 dəfə, 1999-cu ildə 7 dəfə təşkil edirdi. 1950-1970-ci illərdə aranın artması tendensiyası üstünlük təşkil edirdisə, 1980-1990-cı

¹ Bax: Wade R.H. The Rising Inequality of World Income Distribution // Finance & Development. 2001. December. – <http://www.imf.org>.

illərdə onun azalması müşahidə olunurdu.¹

Digər tədqiqatçı V.Milyantsev də təsdiqləyir ki, 1950-73-cü illər ərzində adambaşına ÜDM orta göstəriciləri arasındakı ara inkişaf etmiş ölkələrin xeyrinə artmışdır: 1950-ci ildə 7,8-8,2 dəfədən 1973-cü ildə 9,8-10 dəfəyədək. Qərbi ölkələrində və Yaponiyada iqtisadi artım templərinin ləngiməsi üzündən bu ara 1980-ci ildə, az da olsa, 9-9,5 dəfəyədək azaldı.

Yalnız 1990-cı illərdə Yaponiyanın iqtisadi staqnasiyası fonunda və Çində, Hindistanda güclü iqtisadi yüksəlmə şəraitində nəzərdən keçirilən göstərici əhəmiyyətli dərəcədə - 1996-1997-ci illərdə 6,8-6,9 dəfəyədək azaldı.² İlk baxışdan elə gəlir ki, yuxarıda göstərilən mövqelər arasında ziddiyyətlər var. Görünür, bu tədqiqatlarda gəlirlərin bərabərsizliyi dünya əhalisinin ölkələr üzrə qruplaşmasının əsasında təhlil edilmişdir. Nəticədə elə bir situasiyalar ola bilər ki, hansısa bir inkişaf etməkdə olan ölkə daxilində daha təminatlı əhali təbəqələrinin gəlirlərinin artması hesabına orta ölkə göstəricilərinin yaxşılaşması ilə yanaşı gəlirlərin bərabərsizliyi artır, yoxsulluq göstəriciləri yüksək səviyyədə qalır.

Bundan başqa, göstərilən müəlliflər özləri də bu tədqiqatların nəticələrinə bəzi şərhlər edirlər. İnkişaf etməkdə olan ölkələrin yüzündən yalnız 14-ü 1950-1999-cu illərdə inkişaf etmiş ölkələrdən nisbi geri qalmanı azalda bilmişlər. Yalnız iki ölkə / ərazi (Sinqapur və Honkonq) mütləq geri qalmanı azalda bilmişlər. Bu, eyni zamanda inkişaf etməkdə olan ölkələr qrupunun özündə gedən dərin sosial-iqtisadi təbəqələşmədən xəbər verir. Onların arasından dinamik ölkələr irəli çıxır (1990-cı illərdə belə ölkələrə tam qətiyyətlə

¹ Вах: Эльянов А. Об истоках финансового кризиса // МЭиМО. 1999. №5; Эльянов А. Глобализация и расслоение развивающихся стран // МЭиМО. 2000. №6.

² Вах: Мельянцева В. Глобальный рост в эпоху турбулентных перемен. – http://www.iaas.msu.ru/pub_r/online_r/newtext.doc.

Hindistan və Çini aid etmək olar).

Statistik (kəmiyyət) göstəriciləri ilə yanaşı sosial-iqtisadi uçurumun keyfiyyət göstəriciləri də əhəmiyyət kəsb edir. Məsələ bundadır ki, müasir qloballaşma şəraitində qabaqcıl iqtisadiyyatlar faktiki olaraq postsənaye informasiya-innovasiya mərhələsinə qədəm qoymuşlar. Periferiya ölkələri isə sənaye inkişaf mərhələsinin məsələlərini hələ də tam həll edə bilməmişlər. Əgər ölkələr sənaye inkişaf mərhələsindədirlərsə, onda periferiya ölkələrinin lider ölkələrdəki istehsal həcmələrinə nail ola bilməsi çətin də olsa mümkündür. Lakin əgər məqsəd informasiya məhsulunu istehsal etməkdirsə, onda bunun əsas ilkin şərti təhsilin və ixtisasın yüksək səviyyəsi, yaradıcılığa meyllilikdir ki, buna da yalnız insan kapitalına vəsaitlər qoymaqla nail olmaq olar. Nəticədə lider və periferiya ölkələrinin eyni, sənaye inkişaf mərhələsində olduqları kəmiyyət arası keyfiyyət arasına, yəni inkişaf etmiş ölkələrin postsənaye dünyası ilə inkişaf etməkdə olan ölkələrin sənaye dünyası arasındakı araya çevrilmişdir. Bu uçurumu aradan qaldırmaq isə əvvəlki dövrlərə nisbətən indi daha mürəkkəb bir məsələyə çevrilmişdir.

İnkişaf etmiş ölkələrdən inkişafda olan ölkələrə ayrı-ayrı sahələri transplantasiya etmək imkanı kəskin dərəcədə azalır. Bu, təkcə istehsalın kapital intensivliyinin artması və ya əmək resurslarının səviyyəsinə tələblərin artmasının nəticəsi deyil. Görünür, postsənaye mərhələsinə keçid üçün zəruri olan ilkin şərtlər sənaye mərhələsindəki şərtlərə nisbətən daha mürəkkəbdir. Əksər periferiya ölkələrində müvafiq infrastruktur, həmçinin mühüm şərtlər (iqtisadi, təsisat, mədəni) mövcud deyil. Bütün bunlar da postsənaye inkişaf mərhələsinə “sıçrayış” yolunda (Y.Rostounun sözləri ilə desək) mühüm maneədir.

İnformasiya texnologiyalarının öyrənilməsindəki fərqlərlə bağlı olan differensiasiyayı göstərmək üçün “rəqəm bərabərsizliyi” kimi xüsusi bir termin təklif olunmuşdur. 1999-2000-ci illərə olan məlumatlara görə mobil telefonlarla

təmin olunmada qabaqcıl və periferiya ölkələri arasındakı uçurum (1000 nəfər adama, orta hesabla 17 dəfə; personal kompüterlərlə -22 dəfə) təşkil etmişdir. Kompüter əldə etmək üçün Banqladeş sakini 8-illik gəlirinə ekvivalent olan məbləğdə pul xərclənməlidir. Bu orada isə orta amerikalı bunun üçün cəmisi 1 ay zəhmət çəkməlidir.¹

Tanınmış Rusiya iqtisadçısı V.İnozemtsev hesab edir ki, postsənaye dünyası ilə periferiya ölkələri arasındakı uçurum keyfiyyət xarakteri almışdır. Bu uçurum o cümlədən inkişaf etmiş ölkələrin periferiya ölkələrindən xammal və hazır sənaye məhsullarının gətirilməsinə marağının azalması üzündən daimi artmaqdadır. Beləliklə, dünya birliyinin sosial-iqtisadi differensiasiyası müasir şəraitdə artmaqdadır. Eyni zamanda inkişafın kəmiyyət göstəriciləri arasındakı uçurum nisbətən dinamik ölkələrin hesabına cismən azalmışdır.

Lakin inkişaf etməkdə olan ölkələr qurupunun özündə cütlənmə daha aydın görünməkdədir: Üçüncü dünya dinamik ölkələri ilə (Çin² və Hindistan) ən az inkişaf etmiş ölkələr arasında uçurum artır. Sonuncular 1980-1999-cu illərdə iqtisadi artımın son dərəcədə aşağı və ya mənfəi templərin nümayiş etdirmişlər. Belə ki, BMT İnkişaf proqramının ekspertlərinin məlumatına görə, 1980-2000-illərdə 33 inkişaf etməkdə olan ölkələrdə adambaşına ÜDM ildə 3%-dən çox artırdısa, 59 ölkədə bu göstəricinin endiyi müşahidə olunurdu.

11.3. QLOBALLAŞMA PROSESLƏRİNDƏ

¹ Bax: World Development Report 1999/2000. World Bank. p.231, 267 – <http://www.worldbank.org>.

² 1990-cı illərin Şərqi Asiya ölkələrinin iki əsas qrupunun – Sinqapurun, Honkonqun, Tayvanın, Cənubi Koreyanın, İndoneziyanın, Tailandın, Malaziyanın və Filippinin sonunda məcmu ÜDM ÇXR-nın ÜDM-nun 2/3-ünü təşkil etmişdi.

AYRI-AYRI ÖLKƏLƏRİN VƏ ÖLKƏ QRUPLAŞMALARININ YERİ

Qloballaşmanın inkişaf etmiş iqtisadiyyatlara təsiri məsələlərini nəzərdən keçirənlər onların bu prosesin liderləri olduğunu qeyd edirlər. İnkişaf etmiş ölkələrin iqtisadiyyatlarının yüksək rəqabətqabiliyyətliliyi (periferiya ölkələri ilə müqayisədə) onlara genişlənməkdə olan qloballaşma proseslərini öz xeyrinə yönəltməyə imkan verir. Bütün bunlar şübhəsiz ki, doğrudur, lakin qloballaşma proseslərinin bu ölkələrə təsiri təkcə bundan ibarət deyil.

Analitiklər bəzən qeyd edirlər ki, qloballaşma üç əhəmiyyətli iqtisadi güc mərkəzləri arasındakı mövcud balansın dəyişməsinə səbəb ola bilər. İnkişaf etmiş ölkələr üçün səciyyəvi olan tendensiyalardan biri onların iqtisadi və sosial inkişafının qeyri-bərabər olmasıdır. Yaxşı məlumdur ki, İkinci dünya müharibəsindən sonra ABŞ dünyada şəksiz liderə çevrilmişdi. Qərbi Avropanın və Yaponiyanın təsərrüfat potensialı isə ciddi sarsındılmışdı. Lakin 1950-ci illərdən bu mərkəzlərin iqtisadi inkişafı başlamışdır ki, bu da onların inkişaf səviyyəsinin ABŞ-nın göstəricilərinə yaxınlaşmasından xəbər verir. Məsələn, 1950-60-cı illərdə ÜDM-un ən yüksək artım tempi Yaponiya nümayiş etdirirdi (ildə orta hesabla 9,4%), AFR-da müvafiq göstərici 6,3%, Fransada-5%, ABŞ-da isə 3,5% təşkil etmişdi. 1950-ildən 1973-dək Qərbi Avropada əməyin məhsuldarlığı ildə orta hesabla 4,7% artırdısa, ABŞ-da cəmi 2,9% artmışdır. Lakin 1990-cı illərdə ABŞ müharibədən sonrakı tarixində ən davamlı iqtisadi artım nümayiş etdirə bilmiş, nəticədə, bir tərəfdən, ABŞ, digər tərəfdən isə Aİ və Yaponiya arasındakı uçurum yenidən qismən artmışdır. Belə ki, 1992-1999-cu illərdə ABŞ-nın ÜDM-nun artımı ildə orta hesabla 3,9% təşkil etmişdir. Aİ ölkələri üzrə müvafiq göstərici yalnız 2,2% olmuşdu, Yaponiyanın iqtisadiyyatı isə davamlı staqnasiya vəziyyətində idi. Bundan əlavə, ABŞ-da 1990-cı illərin iqtisadi artımı minimal inflyasiya ilə fərqlənirdi.

Bununla yanaşı Avropa qitəsində gedən iqtisadi

inteqrasiya proseslərinin hesabına Aİ ABŞ-na qarşı durdu: əhalisi 370 mln-dan çox olan, ÜDM isə 9 trln.doll. çox təşkil edən Aİ iqtisadi güc mərkəzi kimi 406 mln. əhaliyə malik olan, ÜDM 11trln.doll çox təşkil edən NAFTA ölkələrinə qarşı durur.

ABŞ-nın dünya iqtisadiyyatında liderliyini təmin edən amillərdən biri texnoloji nailiyyətlərdir. Bəzi qiymətləndirmələrə görə, 1993-2000-ci illərdə ölkədə iş yerlərinin netto artımı ölkə iqtisadiyyatının yüksək texnologiya sektorlarının hesabına təmin edilirdi. ABŞ informasiya texnologiyaları və kommunikasiya sahəsindəki patentlərin 55%-nə nəzarət edirdi. 1990-cı illərdə ABŞ təhsilin inkişafına ildə 635 mlrd.doll vəsait ayırırdı. Özəl investolar isə elmi tədqiqatlara ildə 240 mlrd.doll. sərf edirdilər. Elmi-tədqiqat işlərinə qoyulan ümumdünya investisiyalarının təxminən 1/3 hissəsi ABŞ-nın payına düşürdü.

XX-XXI əsrin astanasında bütün dünyanın kompüter avadanlığının təxminən 40%-i ABŞ payına düşürdü. İnternetdən istifadə edən ailələrin payına görə ABŞ 2-3 dəfə Yaponiya və Qərbi Avropa ölkələrini geridə qoyurdu. Mövcud qiymətləndirmələrə görə, İnternet səhifələrinin 4/5-i ABŞ-a məxsusdur.¹

Beləliklə, 1990-cı illərdə ABŞ-nın iqtisadi artımı iqtisadiyyatın strukturunun dəyişdirilməsi, ilk növbədə informasiya və kommunikasiya sektorlarının durmadan genişləndirilməsi ilə bağlı olmuşdur (10 ildə ÜDM-un 3,4%-dən 6,8%-nə qədər).

Eyni zamanda bu artımda qloballaşma prosesləri, vahid qlobal maliyyə bazarlarının formalaşması ilə birbaşa bağlı olan xarici amillər də həlledici rol oynamışdır. ABŞ-ın iqtisadi artımı əsasən daxili istehlak tələbinin, həmçinin

¹ Lakin qeyd etmək lazımdır ki, informasiya texnologiyaları sahəsində ABŞ-n liderliyi azalmaqdadır. Hələ 1995-96-cı illərdə kompüterlərin sayına görə ABŞ Qərbi Avropa ölkələrini 5-6 dəfə geridə qoyurdu (bax: Baker S., Echikson W. Eupore`s Internet Bash // Business Week. 2000. 7 February. p.44).

daxili investisiya tələbinin artırılmasına söykənirdi (daxili investisiyaların artımı 1995-1999 illərdə 54%-dən az olmamışdı). Bu istehlak və investisiya tələbinin bir qismi artmaqda olan idxal hesabına təmin edilirdi.

ABŞ-nin inkişafında xarici investisiyaların axını da böyük rol oynamışdır. Belə ki, 1990-cı illərdə ABŞ-nin fond bazarlarının kapitallaşdırılmasının orta illik artım tempi (15-16%) digər inkişaf etmiş ölkələrdən yüksək olmuşdur (ildə 7-8%). 10 il ərzində bu göstəricinin artması qeydə alınır: 1990-1995-ci illərdə 12-13%-dən 1996-1999-cu illərdə 23-24%-ə qədər. Nəticədə dünyanın fond bazarlarının kapitallaşdırılmasında ABŞ-nin payı 1990-cu ildə 1/3-dən 2000-ci ildə 3/5-dək artmışdır.¹

2001-ci ildə ölkə iqtisadi dinamikanın pisləşməsi ilə üzləşdi, ölkənin bütövlükdə fond bazarının həddindən artıq qızması kimi problemlər meydana çıxdı. Bu vaxta yaxın firmanın bazar kapitallaşdırılmasının onun gəlirinə nisbəti (R/E ratio) əksər kompaniyalarda son 70 ildəki orta indikatoru 2 dəfə aşmaqla təxminən 20-25 təşkil etmişdir. İnformasiya texnologiyaları sektoruna aid olan kompaniyalar üzrə kapitallaşdırma illik gəliri 100-200 dəfə aşmışdır (1929-cu ildə General Electric-də bu göstərici 56-dan çox olmamışdı). ABŞ analitiklərinin fikrinə görə, 2001-ci ilə yaxın ölkənin fond bazarı 30-40% yenidən qiymətləndirilmişdir.² Nəticədə elə həmin ildə birja qiymətlərinin də çox aşağı düşməsi investorların itkilərinə səbəb oldu. ABŞ-nin maliyyə bazarlarının zəif dinamikası şəraitində bu bazarlara xarici kapital axınının qeyri-sabitliyi də üzə çıxmışdı.³

¹ Bax: Business Week. 2000. 14 February. – http://www.businessweek.com/2000/00_07/b3668001.htm.

² Bax: Boldin M. New Economy: Old Story. – http://www.dismal.com/thoughts/th_mb_032300.stm.

³ 1991-ci ildən 2000-ci ilədək ABŞ-nin xarici ticarətinin ümumi həcmi 84,8% artmışdır. Xarici ticarət qıtlığı isə 4,5 dəfə artmış və ixracın ümumi həcmnin 49,8%-nə çatmışdır. 2002-ci ildə ABŞ-n ticarət balansının qıtlığı

ABŞ iqtisadiyyatının resessiya fazasına düşməsindən aşağıdakı rəqəmlər xəbər verir: 2001-ci ildə ÜDM artımı cəmi 0,8%, 2002-ci ildə -1,9% təşkil etmişdir. Yalnız 2003-cü ildə ÜDM 3% təşkil etmişdir ki, bu da iqtisadiyyatın canlanmasından xəbər verirdi. Eyni zamanda fond bazarlarının ümumdünya kapitalaşdırılmasında ABŞ-nın payı 45,7%-dək azalmışdır.¹ Bütövlükdə isə qeyd etmək olar ki, carı 10-illiyin əvvəllərində ABŞ qloballaşmanın həm müsbət, həm də mənfi tərəflərini öz üzərində hiss etmişdir.

Qloballaşmanın neoliberal ideologiyası və modeli ilk növbədə ABŞ-nın mənafeyinə cavab verir. Ölkənin bu günkü problemlərinə baxmayaraq, onun iqtisadiyyatı hələ ki, dünya iqtisadiyyatında liderliyi saxlamaqdadır. Rusiya tədqiqatçısı N.Kosolapovun fikrinə görə, qloballaşmanın ABŞ doktrinasının obyektiv mənası ABŞ-nın bütün dünyada maraq və liderliyini təmin etməkdir.²

Maraqlıdır ki, ABŞ-nın müasir vəziyyətini XIX əsrdə Böyük Britaniyanın dünya iqtisadiyyatında tutduğu yerlə müqayisə etmək olar. İqtisadi cəhətdən güclü olan Böyük Britaniya qalan dünyaya azad ticarət ideyalarını zorla qəbul etdirir, bu şüar altında xarici bazarları kəşf edir və iqtisadi qarşılıqlı münasibətlərdən faydalanırdı. Hazırda neoliberal azad bazar ideyalarını ABŞ həyata keçirir. Bu da onun mal, xidmətlər və kapitalının qalan ölkələrin bazarlarına maneəsiz çıxışı deməkdir. Nəticədə formal baxışdan bütün milli iqtisadiyyatlar bərabər şəraitdə olsa da, əslində öz rəqabət üstünlüklərini maksimal şəkildə istifadə etmək azadlığını yalnız ən güclülər malik olurlar.

Avropa İttifaqı ölkələri XXI əsrdə yenidən öz

420 mlrd. doll.-a çatmışdır. (бах: Вульф М. Доллар под угрозой // Ведомости. 2003. 16 янв.)

¹ Бах: Global Financial Stability Report 2004. IMF. Washington DC, 2004. p.187.

² Косолапов Н. Глобализация: сущностные и международно-политические аспекты // МЭиМО. 2001. №3. с.72.

mövqələrini möhkəmləndirmək imkanını əldə etmişdilər. Bu, ölkələrin qloballaşmanın risklərini neytrallaşdırmaq imkanlarından asılı olacaqdır.

Qərbi Avropa ölkələrinin iqtisadi inkişafının əsas amillərindən biri yeni texnologiyaların inkişafıdır. 1960-1980-ci illərdə Qərbi Avropa ölkələri texnoloji sahədə ABŞ-dan açıq-aşkar geri qalırdı. Əksər analitiklər onların təsərrüfat sistemlərinin ETİ-nin ən yeni naliyyətlərinə həssas olmadığını qeyd edirdilər. Belə şəraitdə Avropa İttifaqı ölkələri çıxış yolunu texnoloji inkişafa təsir göstərəcək fəal dövlət siyasətində görürdülər. Elə buna görə də 1970-90-cı illərdə Qərbi Avropa ölkələrinin işçi qüvvəsinin ümumi sayında elmi axtarışlarla məşğul olan heyətinin payı sürətlə artırdı. Bu artımın templəri ABŞ-dakı templərdən hətta 3-6 dəfə çox idi. 1990-cı illərdə Qərbi Avropa kompaniyaları son istehlakçı üçün nəzərdə tutulan yüksək texnoloji məhsulların istehsalı sahəsində öz mövqələrini möhkəmləndirə bilmişdilər. Elmi tədqiqatlar sahəsində ABŞ-dan texnoloji geri qalma ardıcıl olaraq azalmağa başladı.

Son illər ərzində İnternetdən maksimum istifadə edən 22 dövlət arasında 7-8 Avropa ölkəsi daimi iştirak etmiş, bu siyahıda liderlər isə Finlandiya və Norveç olmuşdu. Avropa İttifaqı mobil əlaqə vasitələrinin yayımlanmasına görə ABŞ-dan çox irəlidir.

Yaxın zamanlarda aparıcı mərkəzlər arasındakı qüvvələr balansına təsir edə biləcək daha bir neçə məqamı qeyd etmək olar.

Postsənaye cəmiyyətinə keçid prosesində xidmətlər sferasının genişlənməsi qloballaşdırma şəraitində milli iqtisadiyyatların daha bir səciyyəvi xüsusiyyətini təşkil edir. Burada Avropa İttifaqı ABŞ-la müqayisədə yenə də üstün mövqe tutur, çünki nisbətən zəif olan Avropa iqtisadiyyatlarının xidmətlər sferası inkişaf edərək bu ölkələrdəki artıq işçi qüvvəsinin əhəmiyyətli hissəsini canına çəkə bilər.

ABŞ-la yanaşı Avropa İttifaqı ölkələri də beynəlxalq ticarətdə lider mövqələrini tuturlar. Bu mənada onlar da

ABŞ kimi qloballaşmadan faydalanırlar. Belə ki, 2003-cü ildə ən iri mal ixracçıların ilk 20 ölkəsindən 9-u (Almaniya, Fransa, B.Britaniya, İtaliya, Niderland, Belçika, İspaniya, İsveç və İsveçrə) Qərbi Avropanı təmsil edirdilər. Dünya ixracında onların cəm payı isə 34,7% təşkil etmişdir (ABŞ-nin 9,6%,). Xidmətlər ticarətində 20 ən iri ixracçıdan 12-si Avropa İttifaqını təmsil edir və dünya ixracının 50,2% təmin edirdilər (ABŞ-16%). Almaniya və Fransada ölkələrin ÜDM-da ixracın payı bu gün 25%, Benilüks ölkələrində - 50%-ə yaxındır. ABŞ-da isə müvafiq göstərici mal dövriyyəsinin yarısından çoxu Kanada və Meksikanın payına düşməklə son illərdə 10-13%-dən çox olmamışdı.¹

1990-cı illər ərzində Avropa İttifaqı ardıcıl olaraq müasir dünyada BXİ-n əsas donoruna çevrilmişdir. (bax. cədv. 11.1). 1991-ci ildə Avropa İttifaqı BXİ-n ümumi çıxarış həcminə görə Yaponiyarı arxada qoymuşdu. 1995-ci ildən Avropa İttifaqı ilə “xarici” dünya arasında BXİ axınlarının müsbət saldosu Yaponiyanın saldosunu aşır.

Cədvəl 11.1

1990-cı illər ərzində birbaşa xarici investisiyaların netto-ixracı, mlrd.doll.*

Ölkə	BXİ ixracı	BXİ idxalı	BXİ netto-ixracı
Almaniya	422,5	116,5	306,0
Böyük Britaniya	566,4	319,7	246,7
Yaponiya	248,7	26,0	222,7
Fransa	347,8	215,8	132,0
Niderland	250,9	159,5	91,3
İsveçrə	119,2	34,7	84,5
ABŞ	876,7	927,4	-50,7

* Mənbə: Statistical Abstract of the United States 2000. U.S. Dept. of Commerce. Washington DC. 2000. Table 1411.

¹ Bax: International Trade Statistics 2004. WTO, 2004. p.19, 21. - <http://www.wto.org>.

Qeyd etmək lazımdır ki, bir tam kimi Avropa İttifaqı ABŞ-a nisbətən daha mükəmməl iqtisadi sistem kəsb edir: Avropadaxili ticarət bu gün 62% təşkil edir, halbuki 1958-ci ildə bu göstərici 36% idi. Qərbi Avropa iqtisadiyyatları inkişaf etməkdə olan ölkələrlə xarici ticarət əlaqələrinin qeyri-sabitliyinə həssaslıq həddini qaldırır: 2000-ci illərin əvvəllərində ABŞ-n ticarət dövriyyəsinin 36%-i, Almaniyanın - 18%-i, Böyük Britaniyanın 15%-i və Fransanın 10%-i bu qrup ölkələrlə ticarətə düşürdü. Nəticədə Qərbi Avropa tez-tez baş verən iqtisadiyyatı xarici şoklara daha dözümlü olmuşdur. Bu mənada Avropa İttifaqı ölkələrinin iqtisadiyyatına ABŞ-da yaranmış neqativ xarici şokların təsir imkanlarının qiymətləndirilmələri də maraqlıdır: ABŞ-da iqtisadi artım templərinin 1% bənd enməsi Qərbi Avropa ölkələrində ÜDM artımını 0,3-0,4% bənddən çox azalda bilməz.

Maraqlıdır ki, 1997-ci ilin nəticələrinə görə Avropa İttifaqı ölkələrinin cəm ÜDM ilk dəfə olaraq ABŞ-nin göstəricisini aşmışdır. Yalnız 1998-2000-ci illərdə ABŞ iqtisadiyyatının inkişaf templərinin sürətlənməsi ölkəyə bu reytingdə öz əvvəlki birinciliyini qaytarmağa imkan verdi.¹ 2003-cü ildə Avropa İttifaqı cəm ÜDM Amerika göstəricisindən yüksək deyildi (müvafiq olaraq 9,314 mlrd. və 10,946 mlrd. doll.). Lakin Avropa İttifaqının 25 ölkəyədək genişlənməsi və 2003-2005-ci illərdə avronun dollara nisbətə möhkəmlənməsi Avropa İttifaqının yaxın illərdə lider mövqeyinə çıxacağını proqnozlaşdırmağa imkan verir.²

Beləliklə, dünya iqtisadi gücünün Qərbi Avropa mərkəzi müasir şəraitdə dünya iqtisadiyyatında öz mövqelərini möhkəmləndirmək imkanına malikdir. Maraqlıdır ki, statistik məlumatlara görə, 1973-cü ildən bu günədək ABŞ-la

¹ Bax: Statistical Abstract of the United States 2000. U.S. Dept. of Commerce. Washington DC. 2000. Table 1365.

² Bax: World Development Indicators Database. – <http://www.worldbank.org>.

müqayisədə iqtisadi artımın aşağı tempələrinə baxmayaraq Qərbi Avropanın aparıcı ölkələrində bu artımın keyfiyyəti yüksək olmuşdur: ABŞ iqtisadiyyatının intensiv inkişafından fərqli olaraq, bu ölkələrə intensiv inkişaf səciyyəvi olmuşdur. (cəđ.11.2 göstərir ki, Avropa İttifaqı ölkələrində artımın intensiv amillərinin xüsusi çəkisi ABŞ və Yaponiyanın göstəricisindən yüksəkdir).

Cədvəl 11.2

İnkişaf etmiş ölkələrin iqtisadi artım amilləri, 1973-2000-ci illər*

Ölkələr	ÜDM orta illik artım tempi, %	Əmək amilinin orta illik artım tempi, %	Əsas kapitalın orta illik artım tempi, %	Ümum-amilli məhsuldarlığın orta illik artım tempi, %	ÜDM artımında intensiv amillərin payı, %
ABŞ	2,9	1,2	4,0	0,9	31
Almaniya	2,0	-0,8	3,2	1,6	80
Böyük Britaniya	2,1	-0,3	3,6	1,2	57
Fransa	2,1	-0,4	3,5	1,3	62
İtaliya	2,4	0,1	2,7	1,5	62
Yaponiya	3,0	0,1	5,3	1,3	43

* Mənbə: Мельянцеv В. Глобальный рост в эпоху турбулентных перемен. - http://www.iaas.msu.ru/pub_r/online_r/newtext.doc.

Avropa İttifaqının gələcək inkişafının mühüm amillərindən biri İttifaqa daxil olan ölkələrin vahid valyutası olan avronun taleyidir. Dünya əmtəə transaksiyalarında dolların payı 1980-cı illərdə 64-dən 47,6%-dək enmişdir. Lakin 2000-ci illərin əvvəllərinə yaxın yenidən 59%-dək qalxmışdır (bu illərdə “avro zonasının” aparıcı ölkələrinin 5 valyutasının payı 28-33% arasında olmuşdur). Eyni zamanda qeyd olunur ki, bu artım ABŞ-ın özünün uğurlarına deyil,

Şərqi və Cənub-Şərqi Asiyanın yeni sənaye ölkələrinin ixracının aktivləşməsinə söykənir.

Dünya valyutalarının rolunun digər mühüm indikatorlarından biri onların dünya ölkələrinin rəsmi rezerv aktivlərində payıdır. Burada aparıcı dünya valyutalarının payı aşağıdakı kimidir: Amerika dollarının xüsusi çəkisi 1970-i illərdə 79%-dən 2000-ci ildə 67%-dək, 2004-cü ildə 64%-dək enmişdir. Nəğdsiz avronun payı 2000-ci ildə 12,7% təşkil etmişdir. 2004-ci ilə yaxın avronun payı 19,7%-dək artmışdır.¹ 11.3 cədvəldəki rəqəmlər dünya valyuta bazarlarında ayrı-ayrı valyutaların rolunu göstərir.

Cədvəl 11.3

Dünya valyuta bazarında ayrı-ayrı valyutaların payı, gündəlik dövriyyədən % (dövriyyənin ümumi məbləği 200%)*

Valyuta	1989-cu il	1995-ci il	2001-ci il	2004-cü il
ABŞ dolları	90,0	83,3	90,4	88,7
Avro	-	-	37,6	37,2
Alman markası	27,0	36,1	-	-
Fransız frankı	2,0	7,9	-	-
Funt sterlinq	15,0	9,4	13,2	16,9
EKÜ, həmçinin alman markası, fransız frankı və funt sterlinq istisna olmaqla Avropa valyuta sistemi ölkələrinin valyutası	4,0	15,7	-	-
Yapon yenəsi	27,0	24,1	22,7	20,3

* Mənbə: Triennial Central Bank Survey of Foreign Exchange and Derivates Market Activity 2001. BIS. 2002. p.9; Triennial Central Bank Survey of Foreign Exchange and Derivates Market Activity 2004. BIS. 2005. p.48.

Dünya iqtisadiyyatında Yaponiyanın yeri məsələsi

¹ <http://news1205.fxclub.ru>; <http://www.fxbest.ru>;
<http://www.businesspress.ru>.

üzərində xüsusi dayanmaq lazımdır. Müharibədənsönrakı yüksək iqtisadi artım templəri “yapon iqtisadi möcüzəsi” haqqında danışmağa əsas verir. Lakin qloballaşmanın genişləndiyi bir şəraitdə 1990-cı illərin əvvəllərindən Yaponiya ciddi iqtisadi problemlərlə üzləşdi. Yapon iqtisadiyyatının depressiv vəziyyətinin səbəbini tədqiqatçılar maliyyə sektorunun böhranlı vəziyyətində, bankların “pis borclarla” həddindən artıq yüklənməsində görürlər.¹ 1992-ci ildən 2005-ci ilədək dövlət iqtisadiyyatın inkişafına yönələn müxtəlif proqramlara 1 trln.doll.çox sərf etmişdir. Lakin bunun səmərəsi çox da yüksək olmamışdır, eyni zamanda dövlət borcunun nisbi ölçüsü 2004-cü ildə ÜDM-un 140%-ni aşaraq inkişaf etmiş ölkələr arasında ən yüksək göstəricidə olmuşdur.² Ölkə iqtisadiyyatının maliyyə sektorunun problemi bu böhranın yeganə səbəbidirmi? Tədqiqatçılar arasında belə bir fikir var ki, iqtisadi çətinliklər əsasən Yaponiyanın müharibədənsönrakı inkişaf modeli çərçivəsində iqtisadi artım amillərinin tükənməsi ilə bağlıdır.³ Məsələ burasındadır ki, istehsal amillərinin istifadəsinin səmərəliliyinin artırılması ön planda durmurdu. Aşağıdakı rəqəmlər bunu sübut edir: 1955-1980-ci illər ərzində ölkənin ÜDM-də investisiyaların payı 17%-dən 35%-dən artdığı halda, “kapital” amilinin məhsuldarlığı 34%-dən 8%-dək enmiş, iqtisadiyyatda əməyin məhsuldarlığı isə ABS səviyyəsinin 65%-dən yuxarı ola bilməmişdir. Yaponiya iqtisadiyyatı əhalinin daxili ödəməqabiliyyətli tələbinə deyil, hazır məhsulun xarici satış bazarlarına arxalanırdı. Yaponiya üçün qloballaşmanın risklərinin artması digər inkişaf etmiş ölkələrdə kütləvi istehsal məhsullarına tələbin azalma-

¹ Bu ölkənin milli təsərrüfatında qaytarılmayan (əsasən daxili) borcların miqdarı 1998-ci ildə onun ÜDM 30-36%-nə ekvivalent idi.

² Kumhof M., Tanner E. Government debt: a key role in financial intermediation. IMF Working Paper WP/05/57. 2005. p.24.

³ Вах: Мельянцев В. Глобальный рост в эпоху турбулентных перемен. – http://www.iaas.msu.ru/pub_r/online_r/newtext.doc.

sında özünü göstərdi. Nəticədə nisbətən zəif daxili istehsal tələbini istifadə etmək iqtidarında olmayan Yaponiya təbii olaraq ciddi iqtisadi problemlərlə üzləşdi.

Qloballaşmanın **inkişaf etməkdə olan ölkələrə** ümumi təsiri məsələləri §11.1-də araşdırılmışdır. Bu ölkələr üçün qloballaşmanın riskləri haqqında mülahizələr edərkən müasir şəraitdə periferiya ölkələrinin təsərrüfat inkişafında xarici istiqamətin rolunun artdığını qeyd etməmək olmazdı. Rusiya iqtisadçılarının hesablamalarına görə, ümumilikdə müharibədən sonrakı dövrdə inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün ÜDM-in 1/4-1/5 artımı ixracın genişlənməsi ilə bağlıdır.

İnkişaf etməkdə olan ölkələrin ixracının strukturu da dəyişmişdir: bütövlükdə “Üçüncü dünya” üzrə məhsul ixracında hazır sənaye məhsullarının payı 1950-ci ildə 1/10-dən 2000-ci illərin əvvəlində 2/3-dək artmışdır. Hazır sənaye məhsullarının ixracında yüksək texnoloji məhsulların payı Meksika, Tailand və C.Koreyada 32-39%, Filippin və Sinqapurda 62-71%, Braziliya və ÇXR 18-21% təşkil etmişdir.¹ 1990-cı illərdə inkişaf etmiş ölkələrə BXİ-n xalis axını da artmışdır. Bütövlükdə isə onu demək olar ki, iqtisadi inkişafda yüksək nəticələrə xarici iqtisadi liberalizm siyasətini (müvafiq dozada) aparan ölkələr nail olmuşlar (bunu xarici iqtisadi proteksionizm də adlandırmaq olar). Bu, həm yerli istehsalçıların imkanlarını sarsıtmadı, həm də dinamik (statik yox) müqayisəli üstünlüklər prinsiplərinə uyğun olaraq onların beynəlxalq rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılmasını təmin etdi. Yuxarıda apardığımız təhlili qloballaşma proseslərində inkişaf etməkdə olan ayrı-ayrı ölkələrin yerinin nəzərdən keçirilməklə tamamlayaq.

Belə ki, yeni sənaye ölkələri (onlardan birinci «eşelonu» C.Koreya, Sinqapur, Tayvan, Qonkonq təşkil edir) beynəlxalq ticarəti intensivləndirməklə qloballaşmadan

¹ Вах.: Мельянцеv В. Глобальный рост в эпоху турбулентных перемен. – http://www.iaas.msu.ru/pub_r/online_r/newtext.doc.

faydalana bilmişdir. Nisbətən zəif inflyasiya və büdcə qıtlığının minimal göstəriciləri ilə yanaşı əmək resurslarının yüksək keyfiyyətini nümayiş etdirən bu ölkələr ÜDM yüksək artım templərinə nail ola bilmişdilər. Bu ölkələr beynəlxalq əmək bölgüsünə fəal surətdə qatılmışdılar. Nəticədə bu dövlətlərdə əhalinin həyat səviyyəsi artmış, yoxsulluq həddindən aşağıda yaşayanların faizi azalmışdır.

Bununla yanaşı bu ölkələr qloballaşmanın risklərini də öz üzərlərində hiss etmişdilər. 1997-1998-ci illərin maliyyə böhranı bu ölkələrin iqtisadiyyatlarının həm maliyyə, həm də real sektorlarının inkişafında ciddi problemlərə gətirib çıxardı. Lakin obyektivlik naminə demək lazımdır ki, bəzi Şərqi Asiya “pələnglərində” neqativ tendensiyaların baş alması təkcə xarici deyil, həm də daxili amillərlə bağlı olmuşdur. Söhbət bu ölkələrin milli təsərrüfatlarının açıqlıq dərəcəsinin kəskin şəkildə artdığı və iqtisadi əlaqələrin qloballaşması prosesinin intensivləşdiyi bir şəraitdə onların beynəlxalq rəqabətqabiliyyətliliyinin azalmasından gedir.

Yeni sənaye ölkələrinin beynəlxalq rəqabətqabiliyyətliliyinin aşağı düşməsi əsasən böhranqabağı dövrdə ABŞ dollarının bahalanması və yapon iyenasının ucuzlaşması ilə şərtlənirdi. Bu ölkələrdə kapitalların transsərhədli hərəkətinin liberallaşdırılması həm uzunmüddətli, həm də qısa müddətli xarici kapital axının artmasına səbəb olmuşdur ki, bu da sonralar maliyyə-iqtisadi situasiyanı son dərəcə destabilləşməsidir. Xarici, xüsusən də qısa müddətli borcların sayı əhəmiyyətli dərəcədə artmışdı. Asiya böhranı əsasən onunla əlaqədar olmuşdur ki, bu ölkələr xarici iqtisadi əlaqələrin intensivləşməsinə hazır deyildilər. Şərqi Asiya “pələnglərinin” beynəlxalq rəqabətqabiliyyətliliyin enməsi də xarici bazarlarda Çin və Vyetnamdan nisbətən ucuz məhsulların meydana çıxması və xarici ticarət şərtlərinin pisləşməsi ilə əlaqədar olmuşdur (1987-1995-ci illərdə Malayziyada 8%, İndoneziyada - 21%, Cənubi Koreyada 1994-1996-cı illərdə - 15-16%). Bundan başqa yeni sənaye ölkələrinin özləri arasında da rəqabət kəskinləşməkdədir.

Əhalisi sıx olan “Üçüncü dünya” ölkələri üçün qloballaşmadan faydalanmaq məsələsi bir qədər başqa cürdür. Xarici iqtisadi əlaqələrin inkişafı bu ölkələrə də iqtisadi rifah gətirə bilər. Dünyanın ən aparıcı ticarət ölkələrindən birinə çevrilmiş Çinin uğurlarını yada salmaq kifayətdir (2003-cü ildə ölkə ixracının həcminə görə IV, idxalın – III yeri tutmuşdur). 1990-cu illərin ikinci yarısından başlayaraq ölkə hər il 40-50 mlrd.dollara yaxın BXİ alır.¹ Çinin 2001-ci ilin noyabrında ÜTT rəsmən qəbul edilməsi ölkənin ixracının daha da inkişafına səbəb olacaqdır. Ümumdünya Bankının ekspertlərinin rəyinə görə, ölkənin ÜTT-daxil olmasının son nəticələri müsbət olacaq, xarici ticarətin artırılması isə Çinin ÜDM ildə əlavə 2-3% artmasına gətirib çıxaracaqdır.

Bununla yanaşı “Üçüncü dünya” ölkələrinin beynəlxalq ticarətdə ixtisaslaşması əsasən texniki cəhətdən mürəkkəb olmayan, lakin əmək həcmi məhsulun hazırlanması ilə məhdudlaşır. Postsənaye dünyanın “adi” ixtisas səviyyəli əmək resurslarına ehtiyacı yoxdur. Nəticədə onların iki məqsədləri postsənaye dünyasına qatılmaq və məşğulluğu təmin etmək arasında müəyyən ziddiyyət yaranır.

Latın Amerikası ölkələrində qloballaşmanın üstünlüklərindən faydalanmaq təcrübəsinə malikdirlər. Onların əksəriyyəti 1980-illərin sonunda öz daxili və xarici iqtisadi fəaliyyətini liberallaşdırılması proqramlarını həyata keçirirdilər. Nəticədə milli iqtisadiyyatların acıqlıq dərəcəsi yüksəlmiş özəlləşdirmə proqramlarında xarici investorların iştirakı hesabına iqtisadiyyatın milli maliyyə sistemlərində real sektorunda xarici kapitalın təsiri artmışdır. Eyni zamanda 1990-cı illərin ikinci yarısının hadisələri göstərir ki, bütün bunlar qitəni qloballaşmanın risklərindən xilas etməmişdir. Bu ölkələrin iqtisadiyyatına beynəlxalq maliyyə

¹ 2003-cü ildə 53 mlrd. doll. göstərici ilə Çin BXİ qəbul edən ölkələr arasında birinci yerə çıxmışdı.

bazarlarının təsiri ilə əlaqəli olan ciddi maliyyə böhranları Meksikanın (1994-95), Braziliyanı (1998-99), Argentinanı (2001-2004), Latin Amerikasının digər ölkələrini də sarsıtmışdır. Daha bir məqamı qeyd etmək lazımdır: bu ölkələrin hökumətləri düşünülmüş sosial siyasətin aparılmasının zəruri olduğunu nəzərə alsalar da, gəlir səviyyəsinə görə əhalinin differensiasiyası daha da güclənmişdi ki, bu da regionda sosial stabilliyə ciddi təhlükə yaradır.

Planet əhalisinin 10,4%-i yaşayan ən zəif inkişaf etmiş 50 ölkə inkişafın daha mürəkkəb problemləri ilə üzləşirlər. Demək olar ki, onlar beynəlxalq əmək bölgüsü sistemindən xaric edilmişdir. Tanınmış rus iqtisadçısı A.Neklessanın sözlərinə görə bu, inkişaf etmiş ölkələr üçün heç bir maraq kəsb etməyən “dərin cənubdur”. Bu ölkələrdə əhalinin minimal münasib həyat səviyyəsinin saxlanması əksər hallarda inkişaf etmiş ölkələrdən gələn xarici yardımlardan asılı olur.

Tropik Afrika regionu (Saxaradan cənuba) daha ağır vəziyyətdədir. Bu regionda yüz milyonlarla insanlar aclıq, yoxsulluq, etnik və dövlətlərarası münaqişələrin qurbanı olur. Tropik Afrikanın əhalisinin 1/3-i elə bir ölkələrdə yaşayır ki, 1960-cı və 1980-ci illərdə qeydə alınan adambaşı gəlir səviyyəsi 1990-cı illərdə də bərpa olunmamışdır.¹ Dünya birliyi gec-tez bu regiondakı problemlərin həlli zərurəti ilə üzləşəcəkdir.

Keçid iqtisadiyyatlı ölkələrə də qloballaşma prosesləri özünəməxsus təsir göstərir. Şərqi Avropa və keçmiş SSRİ dövlətlərində qloballaşma proseslərinin ilk dalğası onların iqtisadi sistemlərinin bazar transformasiyası ilə eyni vaxta təsadüf etdi. Təsərrüfatın strukturunda və cəmiyyətin təsisat sistemində baş verən kardinal dəyişikliklər şəraitində qloballaşmanın məntiqindən irəli gələn tələblər, bu ölkələrin

¹ Bax: Freeman R., Lindauer D. Why Not Afrika? // NBER Working Paper 6942. Cambridge, 1999. p.1-2, 10.

hələ möhkəmlənməyən və bazar qaydaları ilə “oynaya” bilməyən təsərrüfat subyektləri üçün əlavə risklər demək idi. Bu ölkələrin 1990-cı illərdə keçirdikləri iqtisadi böhranın inkişafında, görünür qloballaşmanın iqtisadiyyatda dövlətin rolunun tezliklə ixtisar olunmasını nəzərdə tutan neoliberal variantının da rolu az olmamışdır.

Belə ki, Rusiyadakı iqtisadi böhranın dərinliyi onunla izah olunur ki, iqtisadiyyatın bazar transformasiyası neoliberal qloballaşma dövrü ilə üst-üstə düşdü. Rusiya isə buna hazır deyildi, hətta görünür onun miqyasını da tam dərk etmirdi.

Bütün bunları, həmçinin bu ölkələrin dünya təsərrüfat əlaqələrində zəif iştirakını (2003-cü ildə bu ölkələrin payına dünya ticarətinin cəmi 6,4%, BXİ-n idxalının isə 3,8%-i düşürdü),¹ nəzərə alaraq, bəzi analitiklər qeyd edirlər ki, postsosialist ölkələrinin əksəriyyəti qloballaşmadan daha çox uduzublar.

Bununla bərabər bu gün tam əminliklə demək olar ki, xüsusi sosial-iqtisadi münasibətlərə malik olan bir ölkələr qrupu kimi “İkinci dünya”nın “yuyulub-aparılması” prosesi getdikcə sürətlənir. Bu ölkələrin əksəriyyətində, ilk növbədə keçmiş SSRİ ölkələrində mövcud olan sosial və iqtisadi problemlər inkişaf etməkdə olan ölkələr qarşısında duran problemlərə bənzəyir. Rusiya hazırda əksər sosial-iqtisadi parametrlərinə görə inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələr arasında aralıq mövqeyi tutur.

Postsovet məkanındakı dövlətlərdən fərqli olaraq, Mərkəzi və Şərqi Avropa ölkələrinin spesifikliyi ondadır ki, onların bütün əksəriyyəti yaxın gələcəkdə Avropa İttifaqının tam hüquqlu üzvləri olacaqlar. Bu isə o deməkdir ki, iqtisadi, siyasi və sosial həyatın ən müxtəlif aspektləri üzrə Avropa

¹ Bax: World Economic Outlook. 2004. September. IMF. Washington DC, 2004. p.191; World Investment Report 2004. UNCTAD. – <http://www.unctad.org>.

İttifaqının tələb və standartlarına uyğunlaşaraq onlar regional iqtisadi integrasiyada iştirak edir və beləliklə də dünya qloballaşma proseslərinə qatılırlar. Bu, onların vəziyyətini MDB ölkələrindəki situasiyalardan keyfiyyətcə fərqləndirir Mərkəzi və Şərqi Avropa ölkələri faktiki olaraq dünya geoiqtisadi və geosiyasi mərkəzlərindən birinin normalarına qatılırlar. Bu mənada onların taleyini həll olunmuş hesab etmək olar. Onların iqtisadiyyatı artıq bu və ya digər dərəcədə Avropa integrasiya proseslərinə qoşulmuşdur. Bir vaxtlar Avropa İttifaqına zəif ölkələr kimi daxil olan İspaniya, Portuqaliya və Yunanıstanın təcrübəsi isə göstərir ki, bu perspektiv səmərəli ola bilər. Lakin Mərkəzi və Şərqi Avropa ölkələrinin milli müəssisələri kapitalın təmərküzləşməsi və mərkəzləşməsi proseslərinin obyekt olmaları ilə bəzi olacaqlar. Bu ölkələrin iqtisadiyyatının struktur dəyişiklikləri xarici TMK-nın qərargahlarında qəbul edilən qərarlardan asılı olacaqdır. Belə inkişafa nümunə kimi Macarıstanı göstərmək olar. Ölkə BXİ-nin cəlb etməklə regionda liderdir. Ölkələrin real və maliyyə sektorlarında xarici kapitalın iştirakı orta qərb standartlarını aşmaqla, emal sənayesində 60%, bank sektorunda təxminən 2/3 təşkil edir.

Beləliklə, tam əminliklə qeyd etmək olar ki, sosial-iqtisadi cəhətdən daha inkişaf etmiş postsosialist ölkələri, Mərkəzi və Şərqi Avropanın əksər ölkələri yaxın gələcəkdə qabaqcıl iqtisadiyyatlar qrupuna qoşula biləcəklər.

Ümumilikdə isə deyilənlərə yekun olaraq qeyd etmək olar ki, qloballaşma prosesləri ölkə və regionlara müxtəlif cür təsir göstərir: onlardan biri qloballaşma proseslərindən faydalanır, digəri isə uduzurlar. Burada çox şey milli-dövlət səviyyəsində iqtisadiyyatın beynəlxalq, daha doğrusu global iqtisadi münasibətlərin yeni inkişaf mərhələsinin tələblərinə uyğunlaşmasını tənzimləyən fəal siyasətdən asılı olacaqdır.

Yoxlama sualları

1. Müasir dünya təsərrüfatında mərkəz və periferiya arasındakı konvergeniya/divergensiya proseslərinə qloballaşmanın təsiri.

2. Ayrı-ayrı ölkələr və regionlar üçün qloballaşmanın faydaları və riskləri. Müəyyən ölkənin milli iqtisadiyyatı üçün fayda və risklərin paylanmasının asimmetrik olmasının mümkünlüyünü arqumentləşdirin.

3. İnkişaf etmiş ölkələrin qloballaşma proseslərində rolu. Bu ölkələrə qloballaşmanın təsiri.

4. Qloballaşma proseslərində yeni sənaye ölkələrinin yerini müəyyənəşdirin.

5. Qloballaşma proseslərinin inkişaf etməkdə olan ölkələrə təsiri, həmçinin bu ölkələr üçün imkan və risklərini səciyyələndirin.

6. İnkişaf etməkdə olan ölkələrdəki differensiasiya proseslərinə qloballaşmanın təsiri. Qloballaşmanın ən zəif ölkələrə təsiri.

7. Keçid iqtisadiyyatlı ölkələrdə gedən transformasiya prosesi ilə dünya təsərrüfatının qloballaşması prosesinin bir-birilə qarşılıqlı bağlılığını səciyyələndirin.

Fəsil XII

QLOBALLAŞMANIN SOSIAL ASPEKTLƏRİ

Çoxaspektli və kompleks proses olan qloballaşmanın ölçülərindən biri cəmiyyətin təkcə iqtisadi deyil, həm də sosial sferasının əhəmiyyətli hissəsinin universallaşması və ya homogenləşməsidir.

Hələ bir neçə il əvvəl qloballaşmaya nikbin baxanlar söyləyirdilər ki, bilik, insanlar, mallar, mədəni sərvətlərin mübadiləsinin təsiri nəticəsində dünya ictimai həyatın vahid standart, prinsip və normalarına can atır. Qloballaşma informasiya, insan, mədəni, mənəvi sərvətlərin mübadiləsinə intensivləşdirir ki, bu da şəxsiyyətin, ayrı-ayrı ictimai qrupların azadlığını artırır, onların qloballaşma proseslərində fəal iştirak imkanlarını genişləndirir. Lakin indi aydın olur ki, iqtisadi qloballaşmaya münasibətdə sosial qloballaşma ikinci dərəcəlidir, sosial münasibətlərin müəyyən standart, norma və formalarının yaxınlaşması isə heç də ölkələr, cəmiyyətlər arasında sosiomədəni fərqlərin yox olması demək deyil. Müəyyən mənada hətta qarşılıqlı əlaqədə olan dünya iqtisadiyyatı ilə müxtəlif dünya ölkələrinin həyat fəaliyyətinin əsasən spesifik milli məzmunu arasında ziddiyyət də yaranır.

Buna baxmayaraq, ölkələrin həyatının sosial sferasında bəzi ümumi tendensiyalar müşahidə olunmaqdadır. Hətta qloballaşmanın dünya solumuna təsirinin əsas istiqamətlərini də qeyd etmək olar. Dərs vəsaitinin bu bölməsində söhbət bu barədə olacaqdır.

12.1. DÜNYA İQTİSADİYYATININ QLOBALLAŞMASI, SOSIAL-İQTİSADI BƏRABƏRSİZLİK VƏ CƏMİYYƏTİN STRATİFİKASİYASINDAKI DƏYİŞİKLİKLƏR

Dünya sosial-iqtisadi inkişafının ən aktual məsələləri arasında bir məsələ planetin bütün əhalisi üçün praktiki əhəmiyyətə malikdir: qloballaşma prosesləri cəmiyyətdəki sosial-iqtisadi bərabərsizliyə necə təsir göstərir? Qloballaşma dünya ölkələrində aztəminatlılıq və yoxsulluq göstəricilərinin aşağı düşməsinə səbəb olur, yoxsa yox?

XI fəsildə artıq qeyd edilmişdir ki, keçən əsr ərzində dünyada sosial-iqtisadi bərabərlik artırdı, özü də bu tendensiya son on illərdə də, yəni dünya iqtisadiyyatının qloballaşması şəraitində də dəyişməmiş qalmışdı. Məlumdur ki, dünyanın 20 ən varlı ölkələrində adambaşına orta gəlir ən yoxsul 20 ölkədəki müvafiq göstəricidən 37 dəfə çoxdur. Son 40 ildə bu fərq iki dəfə artmışdır. BMT İnkişaf Proqramının analitiklərinin qiymətləndirmələrinə görə, XXI əsrin əvvəlində planetin 225 ən varlı insanların məcmu mədvləti 1 trln. doll.-dan çox olmuşdur ki, bu da dünya əhalisinin 47%-ini təşkil edən 2,5 mlrd. yoxsulun illik gəlirinə bərabər idi. Planetin ən varlı insanların ümumi var-dövləti 48 ən zəif ölkənin məcmu ÜDM-nu aşır.¹

Yoxsulluq göstəricilərinə gəldikdə, burada situasiya bir qədər ürəkaçandır. 1990-cı illər ərzində aşağı və orta səviyyəli gəlirli ölkələrin beynəlxalq yoxsulluq həddindən aşağıda yaşayan (gəlirləri gündə 1 ABŞ dollarından az olan) əhalinin sayı 28%-dən 21%-ədək, mütləq ifadədə – 1,22 mlrd.-dan 1,1 mlrd.-adək azalmışdır. Eyni zamanda gündəlik gəliri 2 doll.-dan az olan insanların sayı 2,8 mlrd. təşkil edir.² 1990-cı illər

¹ Bax: Human Development Report 2003. UNDP, 2003. p.39. – <http://www.undp.org>.

² <http://developmentgoals.org/Poverty.htm>.

ərzində yoxsulların sayı (gündə 1 doll.-dan az gəliri olan) mütləq ifadədə yalnız Şərqi Asiyada radikal şəkildə azalmışdır, Üçüncü və İkinci dünyanın digər regionlarında azalma ya minimum olmuş, ya da yoxsulların sayı, Saxaradan cənubda, Şərqi Avropanın və keçmiş SSRİ-nin keçid iqtisadiyyatlı ölkələrində olduğu kimi, ciddi şəkildə artmışdır (cədvəl 12.1).

Cədvəl 12.1

**İnkişaf etməkdə olan və keçid iqtisadiyyatlı ölkələrdə
beynəlxalq yoxsulluq həddindən aşağı yaşayan əhali,
1990-2001-ci illər***

Region	1990-cı ildə əhali sayından payı, %	2001-ci ildə əhali sayından payı, %	1990-cı ildə sakinlərin sayı, mln.	2001-ci ildə sakinlərin sayı, mln.
Saxaradan cənuba doğru Afrika	44,6	46,5	227	314
Şərqi Asiya və Sakit Okean hövzəsi	29,6	15,6	472	284
Cənubi Asiya	40,1	31,1	462	428
Latın Amerikasını və Karib hövzəsi	11,3	9,5	49	50
Şərqi Avropa və Orta Asiya	0,5	3,7	2	18
Yaxın Şərq və Şimali Afrika	1,6	2,4	6	7
Cəmi	27,9	21,3	1219	1101

* Mənbə: <http://developmentgoals.org/Poverty.htm>.

Əvvəllər əsasən ölkədaxili problem olan sosial-iqtisadi bərabərsizlik qloballaşma şəraitində qlobal ümumplanetar səciyyə alır. Son vaxtlar dünyadakı sosial-iqtisadi bərabərsizlik müasir sivilizasiyanın qlobal problemlərindən biri hesab olunur. Qloballaşmanın, xüsusən də onun neoliberal

variantda genişlənməsi öz-özlüyündə bu sahədə situasiyanı yaxşılaşdırma bilməz. Əksinə, qloballaşmanın obyektləri olan ölkələrdə sosial bərabərsizlik və yoxsulluq problemləri yalnız kəskinləşə bilər. Görünür, onların həlli üçün həm dünya birliyi, həm də ayrılıqda hər bir dövlət şüurlu səy göstərməlidir.

Rusiya tədqiqatçısı M.Çeşkovun obrazlı ifadəsinə görə, «qloballaşma dünya bərabərsizliklərinin multiplikatoru və həvəsləndiricisi, özünəməxsus dopinqi kimi təsir göstərir».¹

Qloballaşmanın cəmiyyətin sosial həyatına təsirinin başqa istiqamətlərini də göstərmək olar. Əksər inkişafda olan ölkələrdə beynəlxalq iqtisadi və qeyri-iqtisadi əlaqələrin intensivləşməsi üzündən cəmiyyətin varlı və imkansız təbəqələri arasında sosial gərginlik potensialı artır. Məsələn bundadır ki, «kütləvi istehlak» cəmiyyətinin yüksək istehlak standartları hələlik cəmiyyətin bütün üzvlərinə yüksək həyat standartlarını təmin etmək iqtidarında olmayan hakimiyyətlərə dağıdıcı təsir göstərir, korrupsiya artır, sosial Kontrastlar güclənir. Sosial «dərinlikdə» olanlar arasında biganəlik və ümitsizlik, bu «dərinlikdə» olanların nisbətən fəal hissəsində isə mücərrəd «Qərbə» və ya ABŞ-a qarşı yönəlmiş etiraz potensialı artır (ABŞ-da 2001-ci il 11 sentyabr hadisələrinə sevinənlərin olması dünya sosiomədəni məkanının qeyri-sağlam olmasından xəbər verir).

Qloballaşma şəraitində **cəmiyyətin sosial strukturu** (sosial stratifikasiyası) da dəyişir. Bu, inkişaf etmiş ölkələrdə daha aydın görünür. Əksər analitiklərin fikrinə görə, bu ölkələrdə əvvəllər vahid olan sosial strukturun çoxlu sayda muxtar, qapalı təbəqə və qruplara fraqmentləşməsi prosesi artır. Bu fraqmentləşmə prosesində fərdiləşmiş (sosiloqların ifadəsi ilə) cəmiyyətin təşəkkül qanunauyğunluqları öz əksini tapır.

Bu ölkələrdə hələ 1960-cı illərdən ənənəvi sinif sistemi

¹ Чешков М. Смысл противостояния: не альтернативность, но варибельность // МЭиМО. 2002. №6. с.27.

(iri və orta sahibkarlar, muzzdu fəhlələr və müəyyən dərəcədə inert və təminatlı orta sinif) öz sabitliyini itirməyə başlamışdı. Bir tərəfdən, sahibkar və muzzdu fəhlələr üçün mühüm olan maddi varlıq amili öz yerini status amilinə, insanın xüsusi qabiliyyətlərinə verdi. Son onilliklərdə qloballaşma proseslərini birbaşa həyata keçirən və ona xidmət edən yeni qlobal elitanın (maliyyəçilər, hüquqşünaslar, alim və mütəxəssislər) yaranmasından çox danışirlar. Digər tərəfdən, qabaqcıl ölkələrdə postsənaye cəmiyyətinin formalaşması ilə bağlı olan texnoloji tərəqqi getdikcə kütləvi sənaye əməyini (konveyer, «Ford-Teylor texnoloji istehsal üsulu çərçivəsində) ucuzlaşdırır. Məsələn, hətta qədim sənaye ənənələri ilə məşhur olan Almaniyada da belə, emal sənayesi ilə məşğul olanların sayı 1990-cı ildən 1998-ci ilədək 8,55 mln.-dan 6,5 mln.-dək azalmışdır. Bu, əhalinin böyük hissəsini primitiv və azödənişli funksiyaları yerinə yetirməyə məcbur edir. Bunun nəticəsidir ki, cəmiyyətin sosial strukturunun orta sinfinin eroziyası fonunda onun ali sosial stratı özünə qapanmaqdadır.

Bəzi tədqiqatçılar belə fikirdəirlər ki, son onilliklərdə inkişaf etmiş ölkələrdə əldə etdiyi gəlirlərə (ildə 15-50 mln. doll.) əsasən real olaraq orta sinif hesab oluna biləcək sosial qrupun tərkibi seyrəlidir. Eyni zamanda «ali sinif» nümayəndələrinin payı bu gün Qərbl ölkələrində əhalinin təxminən 12-17%, «aşağı sinif» nümayəndələrinin isə – 13-25% təşkil edir. Özü də bu sosial qruplarda valideynlərlə uşaqların sosial vəziyyəti arasındakı korrelyasiya orta sinif nümayəndələrindəkindən çoxdur.

Onu da əlavə etmək lazımdır ki, orta sinfin qloballaşma proseslərindən faydalanan hissəsi bəzi tədqiqatlarda «qlobal orta sinif» adlanır.

Söhbət biznesmenlərdən, mütəxəssislərdən, iqtisadiyyatın qloballaşma proseslərinin təsiri altında intensiv inkişaf edən sektor və peşələrinin yüksək ixtisaslı işçilərindən gedir. Məsələn, bu, informasiyalaşma prosesinin maddiləşdiyi peşələrdir. Ən yeni texnologiyaların yayılması bu işçilərin yüksək maddi statusunu təmin edir, onlardan elmi biliklər tələb edir, yaradıcı təşəbbüs və intellektual qabiliyyətləri

səfərbər edir.

Müxtəlif region və ölkələrdə yeni qlobal elitanın və qlobal orta sinfin xüsusi çəkisi müxtəlifdir. Əksər inkişafda olan ölkələrdə onlara yalnız ən yüksək ixtisaslı işçilərin incə və ya zəif qatı aid edilə bilər. Onların dünyanın bilik mərkəzinə – ABŞ və Qərbi Avropaya miqrasiyaya meyilliliyindən bu qatın təkrar istehsalı prosesi çətinləşir (dediklərimiz yaxşı tanış olan «beyinlərin axını» fenomeninin məzmununu təşkil edir).

İnkişaf etmiş ölkələrdə sosial differensiasiya prosesləri ilə təbəqələşmə prosesləri də sıx bağlıdır. Belə ki, statistik məlumatlara görə, XX əsrin əvvəllərindən 1970-ci illərin ortalarında əsas Qərb ölkələrində təbəqələşmə (bərabərsizliyin dərsil və kvintil əmsalları, Cini əmsalı və b. ilə ölçülən) azalmağa idi. Lakin XX əsrin son rüblüyündə bu qrupun bütün ölkələrində bu tendensiya geri döndü. Doğrudur, problem Avropa İttifaqına nisbətən ABŞ-da daha kəskin xarakter almışdır (Cədvəl 12.2).

Cədvəl 12.2

İnkişaf etmiş ölkələrdə gəlirlərin bölgüsünün bərabərsizliyi*

Ölkə	Qeyri-bərabərliyin dərsil əmsalı, orta hesabla 1990-cı illər ərzində	Cini əmsalı, orta hesabla 1980-ci illər ərzində	Cini əmsalı, orta hesabla 1990-cı illər ərzində	Cini əmsalı, orta hesabla 2002-ci ildə
Исвеч	5,4	0,2	0,25	0,25
İtaliya	6,2	0,31	0,273	0,36
Almaniya	7,1	0,27	0,3	0,283
Fransa	9,1	0,28	0,327	0,327
Böyük Britaniya	10,4	0,29	0,361	0,36
ABŞ	16,6	0,34	0,408	0,408

* Mənbə: Human Development Report 2004. UNDP, 2004. p.188. – <http://www.undp.org>; Глобализация мирового хозяйства и национальные интересы России / Под ред. В.П.Колесова. М., 2002. с.215-216.

Avropa İttifaqı ölkələrində gəlirlərin qeyri-bərabərliyin nisbətən az olması bir neçə səbəblə izah olunur. Səbəblərdən biri ilk növbədə ABŞ-la müqayisədə Avropada ictimai istehsalın strukturunun daha konservativ olmasıdır ki, bu da yüksək dərəcəli muzzdu işçilərə olan tələbin yüksək olmasını təmin edir¹, eyni zamanda əməyin ödəmə səviyyəsində əhəmiyyətli fərqlərə yol vermirdi. Əhalinin ali təbəqələrinin sürətlə varlanması Avropa iqtisadiyyatlarına təsir göstərməmişdi. Liberal vergi siyasəti şəraitində bu, ABŞ-a səciyyəvi idi. Bundan başqa, son onilliklər ərzində Avropa dövlətlərinin daxili sosial siyasəti əhalinin ödənişli təbəqələrinin gəlirlərini ictimai baxımdan münasib səviyyədə saxlamaqla, əmlak fərqlərinin azalmasına səbəb olurdu.

Beləliklə, müasir Qərb cəmiyyətlərinin stratifikasiyasındakı dəyişikliklər əmlak bərabərsizliyi probleminin kəskinləşməsində özünü ifadə edir. Əmlak qütbləşməsinin əsasında əksər hallarda vətəndaşların təhsil səviyyəsindəki və yaradıcı qabiliyyətlərindəki fərqlərin durduğu aşkar olunur.

Nəticədə qabaqcıl iqtisadiyyatlarda da sosial ziddiyyətlər kəskinləşir. Son zamanlar müasir Qərb cəmiyyətinin meritokratiya əlamətinə² görə parçalanmasından danışanlar da az deyil. Bu cəmiyyətdə intellektual və əmlak elitası simasında əhalinin kifayət qədər nazik qatı sadə insanlardan ibarət olan əsas kütləsi ilə üz-üzə qalır. Sivilizasiyanın taleyi baxımdan bunun çox böyük əhəmiyyəti var. Zahirə əmin-amanlığa baxmayaraq, statistika göstərir ki, həm inkişaf etmiş, həm də inkişafda olan ölkələrdə sosial kontrastlar güclənməkdədir.

Müasir Qərb ölkələri cəmiyyətlərinin stratifikasiyasının təkamülü qloballaşma prosesləri ilə sıx bağlı olan başqa bir

¹ Hesablamalara görə, bu gün ABŞ-da sənaye əməyinin orta ödəmə səviyyəsi Qərbi Avropadakının 78%-ini aşmır.

² Meritokratiya hakimiyyətin öz nailiyyətləri, qabiliyyətləri və peşə səriştəliliyi ilə fərqlənən insanlara mənsub olması deməkdir.

istiqamətdə də cərəyan edir. Son illərdə beynəlxalq iqtisadi münasibətlərin intensivləşməsi, dünya birliyində qarşılıqlı bağlılıq və qarşılıqlı asılılığın artması sosial-iqtisadi bərabərsizlik probleminin dünya miqyasında kəskinləşməsinə gətirib çıxardı ki, bunun da nəticəsi «Üçüncü dünyadan» Qərbi ölkələrinə nəhəng miqrasiya axınları olmuşdur (beynəlxalq əmək miqrasiyası haqqında bax: f.IV). Belə ki, 1970-ci illərdən başlayaraq, burada **cəmiyyətin etnik və milli əlamətinə görə seqmentləşməsi** artıq reallığa çevrildi. Yeni sosial problemlər ondan irəli gəlir ki, immiqrantların mentaliteti, dini görüşləri Avropa və ABŞ-da ənənəvi qəbul edilmiş normalardan çox fərqlənir. Məsələn, əgər 1900-cü ildə ABŞ-dakı bütün mühacirlərin 84,9%-i Avropa mənşəli idilərsə, 1990-cı ilə yaxın Latın Amerikasından və Asiyadan mənşəli mühacirlərin payı 67,7%-dək artmışdır. 2000-ci ildə avropalılar ABŞ-a immiqrasiya edənlərin cəmi 16%-ni təşkil edirsə, Latın Amerikasından immiqrasiya edənlər – 51%, Asiyadan – 27% təşkil edir. Bundan əlavə, 1995-ci ildə ABŞ-a leqal immiqrasiya edənlərin arasında tam orta təhsil almamışların payı 40%-i aşmış, onların orta təhsil səviyyəsi isə orta amerikalının orta təhsil səviyyəsindən 4 dəfə aşağı olmuşdur.¹ Təəccüblü deyil ki, immiqrantlar təsərrüfatın əsasən az ödənişli sektorlarında işlə təmin olunur, beləliklə də ölkələrin yerli əhalisindən ayrılırdılar.

İmmiqrantların ümumi sayında Afrika, Asiya, Yaxın Şərqi və Latın Amerikasından olan mühacirlərin payı artdıqca, Qərbi ölkələrində cəmiyyətin bir-birinə iqtisadi baxışlarına, davranış modellərinə, dini dəyərlərinə və hətta dilinə görə fərqlənən qruplara parçalanması getdikcə daha aydın görünür. Qərbin və ilk növbədə ABŞ-ın liberal demokratik cəmiyyəti buna multikulturalizm (bir cəmiyyət çərçivəsində müxtəlif mədəniyyətlərin birgə mövcudluğu)

¹ Bax: Борисюк В. Социально-политические последствия демографических изменений в США // МЭМО. 2002. №2. с.85.

ideyalarını yaymaqla cavab verdi. Lakin cəmiyyətdə belə ideyaların yayılmasına əks olaraq, müxtəlif etnik qruplar arasındakı sərhədlər daha da möhkəmlənir, onların arasındakı münaqişələr isə sosial stabilliyə getdikcə daha çox təhlükə kəsb edir (ABŞ-na Latın Amerikasını və Asiyadan miqrasiya edənlər öz dini, dil, mədəni identikliyinə qoruyub-saxlamağa can atır və əksər hallarda miqrantları qəbul edən ölkələrin cəmiyyətinə inteqrasiya etmək niyyətində olmurlar).¹

Beləliklə, qloballaşma şəraitində etnomədəni stratifikasiya müasir Qərbi cəmiyyətinin ən mühüm sosial problemlərindən birinə çevrilir. Sosial segmentləşmənin bu tipinə qarşı durmaq imkanından XXI əsrdə bu və ya digər cəmiyyətin stabilliyi asılı olacaqdır.

12.2. BAZAR İQTİSADİYYATINDA İCTİMAİ NƏZARƏT PROBLEMI VƏ QLOBALLAŞMA ŞƏRAİTİNDƏ İCTİMAİ SEKTORUN XÜSUSİLİYİ

Müasir Qərbi cəmiyyətlərinin təkamülü prosesində milli miqyasda bazar iqtisadiyyatının fəaliyyətinə çoxsaylı ictimai nəzarətin təsisat və alətləri formalaşdırılmışdır. Görünür, heç bir ölkədə mütləq azad rəqabət iqtisadiyyatı cəmiyyət tərəfindən ona nəzarət edilmədən mövcud ola bilməz (laissez-

¹ Maraqlıdır ki, bu tendensiyalar ABŞ-nın sosial-iqtisadi deinteqrasiyası konsepsiyalarının meydana çıxmasına səbəb olmuşdular. ABŞ-nın əhalisinin sonuncu siyahıya alınmasının nəticələri onu göstərir ki, ölkə bir tərəfdən əsasən Latın Amerikasını və Asiya mənşəli əhəlidən, digər tərəfdən, əsasən "ağ amerikalılardan" ibarət olan regionlara bölünmüşdür (bax: məsələn, Борисюк В. Социально-политические последствия демографических изменений в США // МЭиМО. 2002. №2).

faire). Bazar iqtisadiyyatı üzərində ictimai nəzarət həm dövlət təsisatları, həm də vətəndaş cəmiyyəti təsisatları tərəfindən həyata keçirilir. Əsas inkişaf etmiş ölkələrdə sosial xərclərin artması, əhəlinin sosial sığortalanması və sosial müdafiəsi sistemlərinin yaradılması 1950-1980-ci illərdə «ən ümumi rifah dövləti», «sosial» dövlət konsepsiyalarının yaranmasına səbəb olmuşdu.

Qlobal əmtəə və maliyyə bazarlarının təşəkkül tapdığı qloballaşma şəraitində (xüsusən də onun neoliberal variantında) milli mənşəli ictimai hakimiyyət təsisatları onlara nəzarət edə bilmir, güclü beynəlxalq ictimai nəzarət təşkilatları isə hələ ki, yaradılmamışdır (bu kimi funksiyaları nə BMT, nə beynəlxalq iqtisadi təşkilatlar, nə də qeyri-hökumət təşkilatları tam həcmdə yerinə yetirmirlər). Nəticədə bazarlar üzərində ictimai nəzarət təsisatının hardasa eroziyası baş verir. Afina klubunun (dünya idarəetməsinin yeni formalarını dəstəkləyən təşkilat) prezidentinin obrazlı ifadəsinə görə, «biz etiraf etməliyik ki, ...azad mübadilə tərəfdarlarının mənafeyinə cavab verən «sərhədsiz dünya» sözünü yaratmaqla, biz həmçinin «qaydasız dünyanı» da yaratmış olduq».¹

Maliyyəçi C.Soros hesab edir ki, qlobal bazar iqtisadiyyatına qlobal və məsul açıq cəmiyyət tələb olunur, qlobal bazarların gələcəyi onları möhkəmləndirə biləcək təsisatlardan çox asılıdır. Onun sözlərinə görə, daxili bazarda «oyun qaydalarına» zəmin milli dövlətdirsə, dünya bazarında da «oyun qaydalarına» belə bir zəmin olmalıdır. Bu mənada C.Sorosun əsas beynəlxalq maliyyə təşkilatlarında aparılacaq islahatlarla bağlı tövsiyələri maraq kəsb edir:² Soros BYİB-nı dünya inkişaf agentliyi, BVF-nu isə müvafiq ölkənin makroiqtisadi və struktur siyasətini nəzərə

¹ Futuribles. 2001. Nov. p. 61.

² Вах: Сорос Дж. Кризис мирового капитализма: Открытое общество в опасности. – <http://www.capitalizm.narod.ru/soros8.htm>.

almaqla müəyyən limit həddində beynəlxalq borc və kreditlərə zəmanət verə biləcək beynəlxalq mərkəzi bank şəklinə salınmasını məqsədəuyğun hesab edir (Maraqlıdır ki, son illər təkcə qloballaşmanın mövcud praktikasını tənqid edənlər deyil, həmçinin BVF və ÜB-nin rəhbərliyinin özü də, «Böyük 8-lər» ölkələri də Bretton-Vuds təsisatları olan bu fond və bankın mandatının dəyişdirilməsinin tərəfdarı olduqlarını bildirirlər. Onlar aşağıdakı tədbirlərin həyata keçirilməsini zəruri hesab edirlər: BVF və ÜB-nin dünya maliyyə sisteminin vəziyyətinə görə məsuliyyətinin artırılması; kapitalların beynəlxalq hərəkətinin liberallaşdırılmasına yardımın göstərilməsi; dünya bazarındakı situasiyaya görə pis şəraitə düşən dövlətlərə əvvəlcədən yardım göstərilməsi mexanizminin işlənməsi).¹

Cəmiyyət tərəfindən bazar iqtisadiyyatına nəzarət problemi ilə «ictimai nemətlər» anlayışı sıx bağlıdır. İctimai nemətlər elə nemətlərə deyilir ki, onların istehlakı müstəsna deyil (fərdin onları istifadə etməsinə qadağan qoyma mümkün deyil) və rəqabətlik obyektinə ola bilməz. Bir qayda olaraq, ictimai nemətlər kateqoriyasına milli müdafiə, asayişin qorunması, mülkiyyət hüquqlarının, bazarlarda rəqabət mühitinin təmin edilməsi, ictimai qurğular və infrastruktur obyektləri, səhiyyə və təhsil xidmətlərinin böyük hissəsi və s. aiddir.

İqtisadi nəzəriyyədən yaxşı məlumdur ki, bazarın bəzi sahələrində çökəklər ola bilər. Bu «çökək»lərdən biri əhalinin bazar üsulları ilə ictimai nemətlərlə təmin edilməsinin mümkün olmamasıdır. Bazar dövlət və vətəndaş cəmiyyəti təsisatları tərəfindən korreksiya edilməsə, bu kimi nemətlər sadəcə istehsal edilməyəcəkdir. Milli iqtisadiyyatlarda ictimai nemətlər problemi çoxdan dərk olunmuşdur, dövlət də bu kimi nemətlərin qeyri-bazar prinsiplərinə əsasən istehsalını və

¹ Вах: Глобализация мирового хозяйства и национальные интересы России / Под ред. В.П.Колесова, М.Н.Осьмовой. М., 2002. с.411 .

bölgüsünü təşkil edərək öz vətəndaşlarını bu nemətlərlə təmin edir.

Bazarın daha bir "çökəyi" ümumi ehtiyatların cəmiyyət üçün optimal şəkildə istifadəsinin təmin edilməsinin mümkün olmaması (bu, rəqabət obyektini olan nemətlərdir), həmçinin təsərrüfat fəaliyyətinin neqativ xarici effektlərinin (eksternalilərin) olmasıdır. Neqativ eksternalilərin klassik nümunəsi ekoloji cəhətdən «çirkin» olan təsərrüfat fəaliyyətinin ətraf mühitə təsiridir. Dövlətin bu halda əsas vəzifəsi xarici ziyanları (cəmiyyətə vurulan ziyanı) daxili (fəaliyyəti çirklənməyə səbəb olan kompaniyanın ziyanına) ziyanı çevirməkdən ibarətdir. Milli səviyyədə həmçinin bazarın bu «çökəklərini» neytrallaşdıran ictimai və dövlət nəzarət təsisatları (az-çox uğurla) fəaliyyət göstərir.

Bazarın daha bir «çökəyi» onunla əlaqədardır ki, nə milli, nə də qlobal səviyyədə müasir bazar iqtisadiyyatı (məşğul sektorları istisna etməklə) mütləq rəqabət iqtisadiyyatını kəsb etmir. Müasir bazarda, bir qayda olaraq, inhisarçı firmalar fəaliyyət göstərir. Hökumətlər antiinhisar siyasəti apararaq onların bazar üzərində hakimlik etmək cəhdlərini məhdudlaşdırmasalar, bu firmalar istehlakçılar hesabına əlavə gəlir əldə etmək imkanını qazanacaqlar. Əksər ölkələrdə milli səviyyədə belə antiinhisar siyasətinin həyata keçirilməsində zəngin təcrübə toplanmışdır. Lakin beynəlxalq səviyyədə müvafiq nəzarət təsisatları Aİ-nda Avropa komissiyasının bölgəsi istisna olmaqla, hələ ki, mövcud deyildir. Qlobal əmtəə və maliyyə bazarları üzərində belə nəzarətin olmaması üzündən iqtisadi liberalizm prinsiplərinin həyata keçirilməsi diktat və diskriminasiya xarakterini alır.

Dünya iqtisadiyyatının qloballaşması şəraitində əhəlinin ictimai nemətlərlə təmin olunması, ümumi ehtiyatların səmərəli istifadəsi, həmçinin iri firmaların inhisarçı davranışının neytrallaşdırılması sual altına alınır. Bundan başqa, əksər tədqiqatçılar qeyd edirlər ki, varlı ölkələr üçün qloballaşmanın, daha doğrusu, onun neoliberal variantının

doğurduğu ən böyük təhlükə iqtisadi inkişafın antisosial yönəlişiyi, qlobal bazarların əkstənzimlənməsi şəraitində əhaliyə təklif olunan ictimai nemətlərin azalmasıdır. Çox hallarda qeyd olunur ki, kapitalın beynəlxalq miqrasiyası üçün manevəların aradan qaldırıldığı bir şəraitdə mobil beynəlxalq kompaniyaların öz kapital və təsərrüfat fəaliyyətini başqa ölkələrə köçürməsinin əsas motivlərindən biri əhalinin ictimai nemətlərlə təmin edilməsi üçün ehtiyat mənbəyi rolunu yerinə yetirən müxtəlif sosial fondlara ayırmaların və vergi ödəmələrinin nisbətən aşağı səviyyədə olmasıdır. Nəticədə ölkələr arasında dövlətin büdcəsinə neqativ təsir göstərən özünəməxsus vergi rəqabəti prosesi baş verir.

Bu çağırışa cavab olaraq qlobal ictimai sərvətlər konsepsiyası meydana çıxmışdır. Qlobal ictimai sərvətlər o sərvətlərə deyilir ki, artıq bütün dünya birliyi miqyasında əhalini bazar prinsipləri əsasında bu nemətlərlə təmin etmək mümkün olmur. Bu, ilk növbədə, təmiz ətraf mühit, səhiyyə və təhsil xidmətlərinin baza kompleksi, sülhün qorunması, qlobal informasiya şəbəkələri, qlobal maliyyə sferasında stabillik və b.-dir.

Əhalinin ictimai nemətlərlə təmin edilməsi funksiyalarının beynəlxalq səviyyəyə ötürülməsinin ilkin şərtləri bir sıra səbəblərdən formalaşır.

Birincisi, qloballaşma şəraitində milli iqtisadiyyatların qarşılıqlı asılılığı bu iqtisadiyyatların milli ictimai sektorlarını da bir-birinə yaxın edir. Onlar arasında əməkdaşlığın inkişaf etməsi ictimai nemətlər istehsalının strukturunu optimallaşdırmağa, xarici effektlərə qarşı birgə çıxış etməyə imkan verir.

İkincisi, dünya iqtisadiyyatının qloballaşması şəraitində ölkələrarası həm müsbət, həm də neqativ eksternalilərin təzahürləri daha böyük miqyas alır. Bu, maraqlı ölkələri bu sahədə birgə siyasət işləyib həyata keçirməyə, bəşəriyyətin təsərrüfat fəaliyyətinin ölkələrarası xarici effektlər yaranan sektorlarını birgə tənzimləməyə vadar edir.

Üçüncüsü, 1990-cı illərdə və XXI əsrin birinci onilliyində

dünyanın iqtisadi inkişaf təcrübəsi göstərdi ki, qlobal bazarların özü də «çökəklər»dən sığortalanmayıblar. Bu, maliyyə bazarlarında beynəlxalq maliyyə böhranlarının bir-birini əvəz etməsində özünü daha aydın göstərmişdi.

Dördüncüsü, dünyanın bir çox regionlarında milli dövlətlər öz funksiyalarını (daha səmərəli həyata keçirə bilmək üçün) beynəlxalq səviyyəyə ötürürlər (bu tendensiya istənilən cəmiyyətin idarəetmə sisteminin qurulmasında subsidiarlıq prinsipinə uyğun gəlir).

Milli dövlətlər, beynəlxalq rəsmi və qeyri-kommersiya təşkilatları planet əhalisinin ayrı-ayrı ictimai nemətlərlə təmin olunması sahəsində hələ 1970-1990-cı illərdə əməkdaşlıq edirdilər. Belə ki, birgə səylər nəticəsində uşaqların poliemiylitə qarşı vaksinasiyası proqramı, «yaşıl inqilab» proqramı (kənd təsərrüfatının təşkilinin yeni metodları işlənib-hazırlanmış, əsas ərzaq bitkilərinin daha məhsuldar növləri yetişdirilmiş, heyvandarlıqda Üçüncü dünya ölkələri şəraitinə uyğunlaşdırılmış cinslər yaradılmışdır ki, bu da bu ölkələrin öz əhalisini ərzaqla təmin etmək imkanını əsaslı şəkildə artırmışdır) həyata keçirilmişdir.

Bununla belə, qlobal ictimai nemətlər konsepsiyasının praktiki cəhətdən tam həcmdə realizə edilməsi planetimizin ölkələrinin liderlərinin böyük siyasi iradəsini, ciddi maliyyə ehtiyatlarının səfərbər edilməsini və təşkili tədbirlərinin həyata keçirilməsini tələb edir. C.Soros hesab edir ki, BVF və inkişaf etmiş ölkələrin rəsmi maliyyə idarələri inkişaf etməkdə olan ölkələrlə xüsusi (faktiki olaraq «qeyri-bazar») münasibətləri qurmalı və qlobal ictimai nemətlərin maliyyələşdirilməsi üçün xüsusi beynəlxalq fondlar (o cümlədən AİDS-lə, narkotiklərlə mübarizə üçün və s.) yaratmalıdırlar. Görünür, bunun üçün hazırda fəaliyyət göstərən beynəlxalq təsisatlarda (ilk növbədə, BMT sistemi idarələrində) dəyişikliklərin edilməsi və hətta yeni təsisatların yaradılması da tələb olunacaqdır. Belə ki, son vaxtlar BMT-nin demokratikləşdirilməsi, həmçinin, BMT nəzdində yeni bir orqanın – İqtisadi Təhlükəsizlik Şurasının yaradılmasına dair təkliflər

tez-tez irəli sürülür.

Bu konsepsiyanın həyata keçirilməsi kortəbii cərəyan edən bazar qloballaşmasını ictimai nəzarət altına ala bilər. BMT-nin İnkişaf Proqramında çalışan analitiklərin fikrincə, "qlobal ictimai nemətlər konsepsiyası XXI əsrin yeni qlobal çağırışlarını dərk etməkdə və onlara cavab verməkdə bizə köməklik edə bilər".¹

Qlobal bazarlar üzərində ictimai nəzarətin zəif olmasını Qərbi Avropa ölkələrində daha yaxından dərk edirlər. Aİ ölkələri nəinki ictimai nəzarət sferasını beynəlxalq səviyyəyə qaldırmış, bir sıra istiqamətlərdə hətta öz iqtisadi üstünlüklərini daha da möhkəmləndirə bilmişlər. Bundan başqa, bu ölkələrin əhalisinə təklif olunan ictimai nemətlərin həcmi və səviyyəsi də olduğu kimi qalmaqdadır. Buna Aİ-də sosial-demokratik hərəkət və partiyaların nüfuzu da öz təsirini göstərmişdi. Onların ümumi prinsipi təxminən belə olmuşdur: əvvəllər olduğu kimi, qloballaşma şəraitində də bazar kortəbiiyyəsinə nəzarət siyasəti tələb olunur. Bu mövqə çərçivəsində sosial həmrəyliyi əsas tutan siyasət artıq milli yox, beynəlxalq, perspektivdə isə – qlobal miqyaslı siyasət kimi təsdiqlənirdi.

Belə siyasətin əsas prinsipini insan kapitalına investisiyalar təşkil edir. Məsələn, fransız sosialistləri belə bir şüar irəli sürmüşdülər: «Bazar təsərrüfatına – hə, bazar cəmiyyətinə – yox!». Bu şüarın arxasında cəmiyyət üçün vətəndaşların sağlamlığının, təhsil və mədəniyyətinin vacibliyinin təsdiqlənməsi durur. Bu fikri Sosialist Beynəlmilətçiliyi Konqresinin 1999-cu ildə Parisdə qəbul edilmiş qətnaməsi daha yaxşı ifadə edir: «Bu tarixi dövrün paradoksu ondadır ki, əvvəllər bəşəriyyətin bərabərsizlik, aclıq, xəstəliklər və savadsızlıq kimi əbədi problemlərlə mübarizədə bugünkü kimi zəngin imkanları olmamışdır. Bununla belə, bu

¹ Kaul I., Granberg I., Stern M. Global Public Goods. Oxford, 1999. p.498.

imkanlar mövcud bərabərsizliyin azaldılmasına yox, artırılmasına xidmət göstərir. Bizim vəzifəmiz bu tendensiyanı geri döndərmək və beləliklə də, qloballaşmanı bəşəriyyətin tərəqqisinə xidmət göstərməyə məcbur etməkdir.¹

ABŞ-dan fərqli olaraq, Avropa ölkələrində əhalinin azimkanlı təbəqələrinin sosial müdafiəsi artıq ənənəyə çevrilmişdir. Belə ki, Qərbi Avropada istehsalatda bədbəxt hadisələrdən sığortalanma 1871-1903-cü illərdə, işçilərin məcburi tibbi sığortalanması – 1883-1911-ci illərdə, yaşla əlaqədar təqaüdlər – 1889-1913-cü illərdə, işsizlərə vəsaitlərin verilməsi 1905-1919-cu illərdə tətbiq olunmuşdur. ABŞ-da analoji tədbirlər yalnız 1929-1935-ci illərdə həyata keçirilmişdir. Ekspertlərin hesablamalarına görə, Aİ ölkələrində səmərəli sosial siyasət əhalinin azimkanlı təbəqələrinin xüsusi payını (belə siyasətin olmadığı situasiya ilə müqayisədə) 6-11 dəfə (orta hesabla əhalinin 18-23%-dən 2-5%-dək), ABŞ-da isə cəmi 44% (21%-dən 12%-dək) endirir. Böyük Britaniya, Almaniya, Fransa, İsveçrənin ÜDM-da sosial xərclərin payı hazırda 30%-i, Danimarka və İsveçdə – 40%-i aşır. ABŞ-da müvafiq göstərici 23% səviyyəsində qalmaqdadır. Aİ-nin əsas dövlətlərində təqaüdçülərin ehtiyaclarına bu gün ÜDM-un 8,8-dən 13,3%-dək, ABŞ-da – 4,1% sərf olunur.²

Maraqlıdır ki, Qərbi Avropanın əksər ölkələrində «ümumi rifah dövləti» konsepsiyası «sosial investisiyalar dövləti» konsepsiyasına transformasiya edir. Bu konsepsiyada əsas diqqət insan kapitalına qoyuluşlarda, sağlamlığın yaxşılaşdırılmasında, iqtisadi cəhətdən fəal olan əhalinin peşəkarlığı və dərəcəsinin artırılmasında cəmləşdirilir. Bu yanaşmaya əsasən, dövlət artıq nəinki ictimai bərabərsizliyi

¹ Declaration of Paris. The Challenge of Globalization. 1999. – <http://www.socialistinternational.org/5Congress/XXISICONGRESS/DeclParis-e.html>.

² Bax: Ferguson N. The Cash Nexus. Money and Power in the Modern World 1700-2000. London, 2001. p.212. Bu araşdırmada əhalinin azimkanlı təbəqələri dedikdə, gəliri orta göstəricinin 40%-dən aşağı olan insanlar kateqoriyası nəzərdə tutulur.

azaldır, həm də ümumtəhsil və peşə hazırlığına, bütün həyat boyu təlim ideyasının həyata keçməsinə şərait yaradır.

Bu, sürətli texnoloji innovasiyalar, istehsalatın strukturunun dəyişməsi şəraitində konkret fərdin ictimai həyatdan «kənarda» qalmaması üçün çox əhəmiyyətlidir. Müvafiq olaraq, «sosial investisiyalar dövlətində» mərkəzi yerlərdən biri təhsil sisteminə verilir.

Qlobal bazarların kortəbiiyyətinin əksi olaraq, bu gün qlobal ictimai şəbəkələrin (ictimai siyasətin qlobal şəbəkələrinin) formalaşması tendensiyası da qeydə alınır. Bu şəbəkələrə milli idarəetmə orqanları, vətəndaş cəmiyyəti təsisatları, rəsmi və qeyri-hökumət beynəlxalq təşkilatları hətta iri müəssisələr də qoşulurlar. Bu gün üçün vətəndaş cəmiyyəti təsisatlarının beynəlxalq səviyyəyə proyeksiyası kimi dünyada 20 mindən çox beynəlxalq qeyri-hökumət təsisatları fəaliyyət göstərir. Tanınmış Rusiya alimi Y.Şişkovun sözlərinə görə, qlobal miqyasda bazar və qeyri-bazar tənzimləyiciləri arasında tarazlığı bərpa etmək üçün tarixi «vektor tənzimləyici mexanizmlərinin gücləndirilməsinə istiqamətlənir».¹ BMT İnkişaf Proqramının ekspertlərinə görə, əgər məqsəd qlobal bazar rəqabətinin üstünlüklərini saxlamaqdırsa, onda qlobal miqyasda inteqrasiya etmiş dünyanın daha səmərəli tənzimlənməsinə ehtiyac olacaqdır.²

12.3. DÜNYA BİRLİYİNDƏ QLOBALLAŞMA PROSESLƏRİNİN QAVRANILMASI

Çoxaspektli və obyektiv proses olan qloballaşma anlayışından qlobalizm anlayışını fərqləndirmək lazımdır. Qlobalizm – qloballaşmanın bütün dünya ölkələri üçün sərfəli olduğunu vurğulayan siyasi baxışlar sistemində deyilir.

¹ Шишков Ю. Мировая финансовая система: необходимость реформ // МЭиМО. 1999. №11. с.8.

² Human Development Report 1999. UNDP, 1999. – <http://www.undp.org>.

Bu çərçivədə qloballaşma daha çox onun neoliberal variantında şərh olunur. Bu baxışların nümayəndələri dərk etmədən yaxud şüurlu surətdə qloballaşma proseslərinin məlum risklərini nəzərdən qaçırır.

Qlobalizmin məntiqi əksi olaraq, dünyada **antiqloballaşma hərəkatı** baş alır. Bu hərəkatın nümayəndələri diqqəti qloballaşma proseslərinin mümkün neqativ effektlərində cəmləşdirir. Baxmayaraq ki, onlar bəzən öz fikirlərini yolverilməz metodlarla ifadə edirlər (ali səviyyədə gedən görüşlərin keçirildiyi şəhərlərdə talanlar və s.), bu hərəkat diqqəti həqiqətən mövcud olan real problemlərə – dünyada yoxsulluq və bərabərsizliyin geniş yayılmasına cəlb edir.

Yerli və milli səviyyələrdə qloballaşmanın «qaranlıq» tərəflərinin qəbul edilməməsi hələ başlanğıcda üzə çıxmışdı. Bundan başqa, ABŞ-nın iqtisadi və hərbi potensialı ona digər ölkələrə öz təsisatlarını, mədəni norma və dəyərlərini yeritməyə imkan verir. Analitiklərin fikrinə görə, «Amerika müxtəlif yollarla açıq bazar iqtisadiyyatı uğrunda mübarizə aparır, bu arada isə o öz inhisarçılığını zorla yeridir».¹ Qloballaşma şüarı altında Amerika həyat tərzini və standartlarının zorla yeridilməsi avropalıları qıcıqlandırır, əksər inkişaf etməkdə olan ölkələrdə isə onların mədəni dəyər, adət və ənənələrinə hücum kimi qavranılır.

Antiqloballaşma hərəkatı heç də yekcins deyil. Görünür, hərəkatın əsas hissəsi qloballaşmaya deyil, onun neoliberal variantına qarşı çıxışdır. Antiqlobalizmin sosial bazasını həmkarlar, qadın, gənclər və digər ictimai təşkilatlar təşkil edir. Hərəkatın əsas məqsədi qloballaşma prosesləri və ilk növbədə yaranmaqda olan qlobal maliyyə bazarları üzərində demokratik nəzarətin həyata keçirilməsinə nail olmaqdır. Bu, həmçinin onunla əlaqədardır ki, qloballaşma proseslərinin xaotik cərəyan etməsi iqtisadi və maliyyə böhranlarına,

¹ Глобализация мирового хозяйства и национальные интересы России / Под ред. В.П.Колесова. М., 2002. с.81.

əhalinin sosial müdafiə səviyyəsinin aşağı düşməsinə, qlobal ekoloji problemin kəskinləşməsinə gətirib çıxara bilər.

Davos Ümumdünya iqtisadi forumuna əks cavab olaraq müasir qloballaşma proseslərinə tənqidi yanaşan ictimai qüvvələr tərəfindən Portu-Aleqridə (Braziliya) Ümumdünya sosial forumu təşkil edildi. Forumun işində hər il dünyanın 150 ölkəsinin 6 min təşkilatı təmsil edən 60 minə yaxın adam iştirak edir.

Qloballaşmanın sosial məzmununun (sosial nəticələrinin) dəyişdirilməsinin zəruri olduğunu vurğulayan bəzi Rusiya və xarici tədqiqatçılar qloballaşmanın neoliberal variantına qarşı sosial-bazar qloballaşma ideyasını irəli sürürlər.¹ Bu anlayış qloballaşma proseslərinin maliyyə kapitalı və TMK-n deyil, planet əhalisinin əsas kütləsinin mənafeələrinə xidmət göstərməsini nəzərdə tutur.

Bu gün əhalinin sosial və demokratik hüquqlarının müdafiəsinə çıxan qlobal hərəkətin nüfuzu qlobal bazar və onun təsisatlarının siyasi potensialı ilə müqayisədə zəifdir. Lakin demək olar ki, bu hərəkət gətdikcə güclənərək qlobal iqtisadi proseslərin axarına dəyişikliklər gətirməyə qadir olacaqdır.

Yoxlama sualları

1. Qloballaşma proseslərinin cəmiyyətin sosial sferasına təsirinin əsas istiqamətləri.
2. Cəmiyyətdəki bərabərsizlik formalarına qloballaşma proseslərinin təsiri.
3. Ayrı-ayrı ölkələrdə və ümumilikdə dünyada yoxsulluğun miqyası və yayılmasına qloballaşma proseslərinin təsiri.
4. Dünyanın müxtəlif ölkələrində qloballaşma proseslərinin sosial stratifikasiyaya təsiri.
5. Əhaliyə ictimai nemətlərin təklif edilməsi prosesinə

¹ Вах: məsələ, Перегудов С. Неолиберальная глобализация: есть ли альтернатива? // МЭиМО. 2002. №4.

qloballaşmanın təsiri. Əhalinin milli sosial müdafiə və sosial sığorta sistemlərinə qloballaşma proseslərinin təsiri.

6. Qlobalizm nədir? Antiqlobalizm nə deməkdir? Sizin fikrinizcə, dünya birliyinin inkişafına qlobalizm və antiqlobalizm nəzəriyyəçilərinin baxışlar sistemi nə dərəcədə əsaslandırılmış hesab oluna bilər?

7. Qlobalizmin qloballaşma proseslərinin inkişafına təsiri.

Fəsil XIII

RUSIYA İQTİSADİYYATININ QLOBALLAŞMA KONTEKSTİNDƏ TRANSFORMASIYASI

13.1. RUSIYA İQTİSADİYYATININ VƏZİYYƏTİ VƏ ÖLKƏNİN XARİCİ İQTİSADI ƏLAQƏLƏRİ

Qloballaşma problemləri keçid iqtisadiyyatlı ölkələrdə, xüsusən də Rusiyada bəzi spesifik cəhətlərlə səciyyələnir. Məsələ bundadır ki, milli təsərrüfatı, qloballaşmanın tələblərinə uyğunlaşdırmaq zərurəti, Rusiya Federasiyasında iqtisadi sistemin transformasiyası prosesləri ilə eyni bir vaxta təsadüf etdi. Nəticədə ölkə müxtəlif səciyyəli iki şoka məruz qaldı. Bir-biri ilə qarşılıqlı təsirdə olan bu şokların hər birinin milli iqtisadiyyata təsiri çox güclü olmuşdur. Bütün bunlar Rusiya iqtisadiyyatının problemlərini daha da mürəkkəbləşdirdi.

1990-cı illərin əvvəlindən 1998-ci ilin böhranından sonrakı iqtisadi artıma keçəndək Rusiyanın dünya təsərrüfatındakı iqtisadi mövqeləri durmadan zəifləyirdi. İslahatlar astanasında ölkənin elmi-texniki, intellektual və iqtisadi potensialı istənilən inkişafda olan ölkənin göstəricilərini aşırırdı. Lakin transformasiya böhranının təsiri altında Rusiya Qərbdən getdikcə daha çox aralanırdı. Belə ki, 1990-2001-ci illər ərzində dünyanın ümumi ÜDM-da ölkəmizin payı 2

dəfə – 5,5-dən 2,6%-dən azalmışdı. Buna səbəb istehsalın azalması olmuşdur. 1990-cı ilə nisbətən Rusiya ÜDM-nin faiz göstəricisi 1993-cü ildə 74%, 2000-ci ildə 66% olmuşdur. Məsələn, həmin dövr ərzində statistik məlumatlar Avstraliyada bu göstəricilərin artdığını sübut edir (müvafiq olaraq 106 və 135%, adambaşına – 102 və 122%); Almaniyada bu, 104 və 117% (adambaşına 102 və 113%), ABŞ-da – 104 və 129% (adambaşına 101 və 118%) təşkil etmişdir. ÜDM-nin ən yüksək göstəricisi Çində qeydə alınmışdır: 1993-cü ildə ölkənin ÜDM-nin göstəricisi 1990-cı ilə nisbətən 142%, 2000-ci ildə isə 243% təşkil etmişdir (adambaşına müvafiq olaraq 136 və 222%). Hindistanda 1990-cı illə müqayisədə 1993-cü ildə ÜDM-nin həcmi 111%, 2000-ci ildə 164% olmuşdur.¹

Sonrakı illərdə real ÜDM aşağıdakı kimi dəyişmişdir: 2004-cü ilin sonuna yaxın ABŞ-da real ÜDM-nin artımı sürətləndi, Avropa İqtisadi və Valyuta İttifaqında (İVİ) və Böyük Britaniyada isə onun artım tempi azaldı. RF-nin Mərkəzi Bankının məlumatlarına görə, ABŞ-da real ÜDM-nin orta illik artım tempi 4% təşkil etmişdir ki, bu da əsasən fərdi istehlaka xərclərin artırılması hesabına əldə edilmişdir.² BVF-nin proqnozlarına görə, ABŞ-da real ÜDM-un orta illik artım tempi 2003-cü ildə 2,6% (adambaşına 1,5%), 2004-cü ildə 3,9% (adambaşına 2,9%) təşkil etmişdir.³

İqtisadi və Valyuta İttifaqının real ÜDM 2004-cü ildə 1,2%

¹ Bax: World Economic Outlook. IMF. December 2001. – <http://www.imf.org>.

² Bax: Россия: экономическое и финансовое положение: Аналитические материалы ЦБ РФ. Россия. 2005. Январь. с.36. – <http://www.cbr.ru/analytics>.

³ Bax: World Economic Outlook. 2003. September. Statistical Appendix. p.173. - <http://www.imf.org>.

artmışdır.¹ BVF-nun proqnozlarına görə, Almaniyanın real ÜDM-nun orta illik artım templəri 2003-cü ildə cəmi 0,1% təşkil etmişdirsə, 2004-cü ildə artım 1,4% (adambaşına 1,5%), Fransada isə real ÜDM orta illik artım templəri 2003-cü ildə cəmi 0,8%, 2004-cü ildə 2,4% təşkil etmişdir (yenə də adambaşına 1,5%).²

Çində ÜDM orta illik artım templəri stabil olaraq qalmışdır: 2003 və 2004-cü illərdə 7,5%. Hindistanın da real ÜDM orta illik artım templəri kifayət qədər yüksək olmuşdur: müvafiq olaraq 5,6 və 5,9%.³

Rusiyaya gəldikdə isə, onun iqtisadi inkişaf dinamikası XXI əsrin əvvəllərində nisbətən canlanmış və ÜDM-nə aşağıdakı artım templəri ilə səciyyələnmişdi: RF MB-nın məlumatlarına görə, artım templəri ötən ilin analoji dövrü ilə müqayisədə: 2002-ci ildə – 104,7%, 2003-cü ildə – 107,3%, 2004-cü ilin yanvar-sentyabrında – 107%⁴ təşkil etmişdi. BVF-nun proqnozlarına görə, Rusiyanın 1990-cı illərdə mənfi göstəricilərlə səciyyələnən real ÜDM-nun orta illik templəri 2000-ci ildə 10%-ə çatmış, lakin sonrakı illərdə nisbətən azalmışdı: 2001-ci ildə – 5%, 2002-ci ildə – 4,3%, 2003-cü ildə – 6,0%, 2004-cü ildə – 5,0%.⁵ XXI əsrin əvvəllərində real ÜDM-nin artımının müsbət dinamikasına baxmayaraq, əksər göstəricilərə görə Rusiya əvvəlki inkişafının neqativ nəticəsi olaraq inkişaf etməkdə olan ölkələr siyahısının ortasına atılmışdır.

Transformasiya böhranı ilə üst-üstə düşən qloballaşma

¹ Вах: Россия: экономическое и финансовое положение: Аналитические материалы ЦБ РФ. Россия. 2005. Январь. с.38. – <http://www.cbr.ru/analytics>.

² Вах: World Economic Outlook. 2003. September. Statistical Appendix. p.178. - <http://www.imf.org>.

³ Вах: Yenə orada. p.179.

⁴ Вах: Россия: экономическое и финансовое положение: Аналитические материалы ЦБ РФ. Россия. 2005. Январь. с.39. – <http://www.cbr.ru/analytics>.

⁵ Вах: World Economic Outlook. 2003. September. Statistical Appendix. p.183. - <http://www.imf.org>.

proseslərinin Rusiya iqtisadiyyatına təsiri şok xarakteri almış, ölkə istehsalçıları adaptasiya dövrü keçmədən Qərb kompaniyaları ilə intensiv rəqabət vəziyyətinə düşmüşdülər. Əksər tədqiqatçılar bunu xarici iqtisadi fəaliyyətin tez bir zamanda liberallaşdırılması ilə əlaqələndirir. Ekspertlərin qiymətləndirmələrinə görə, RF-nın ixrac kvotası 2000-ci ildə 45% təşkil etmişdir ki, bu da ölkə iqtisadiyyatının daha çox xarici əlaqələrdən asılılığından xəbər verir. İlk baxışdan bu faktı müsbət qiymətləndirmək olardı. Lakin bir faktı unutmamaq olmaz: Rusiya dünya iqtisadiyyatına bir tərəfli qatılır, yəni dünya bazarlarına əsasən xammal – yanacaq məhsullarını çıxarır.

Beləliklə, RF-nın bu gün dünya təsərrüfatına inteqrasiyası modeli xaricə xammal məhsullarının (neft, təbii qaz), qara və əlvan metallurgiya, kimya və neft-kimya sənayesi məhsullarının çıxarılmasına əsaslanır. Əvəzində xaricdən hazır, o cümlədən istehlak təyinatlı məhsullar, həmçinin ərzaq alır. 2001-ci ildə Rusiya ixracında yanacaq-xammal məhsullarının (enerji daşıyıcılarının) payı 54% (2003-cü ildə – 57%), qara və əlvan metallurgiya məhsullarının payı isə 14,5% (2003-cü ildə – 17%) təşkil etmişdir. Eyni zamanda ölkə ixracının mütərəqqiliyinin göstəricisi olan maşın, avadanlıq və nəqliyyat vasitələrinin payı 11%-dən yuxarı olmamışdır.

Enerji daşıyıcılarının, qara və əlvan metalların ixracının dəyər həcmi artmaqda davam edir. Təkcə 2004-cü ilin 9 ayı ərzində 2003-cü ilin analoji dövrü ilə müqayisədə enerji daşıyıcılarının ixracının dəyər həcmi 1,3 dəfə, qara metal ixracının dəyər həcmi 1,8 dəfə artmışdır. Maşın, avadanlıq və nəqliyyat vasitələrinin ixrac dəyəri isə cəmi 12% artmışdır.

İxracın strukturunda enerji məhsullarının payı əsasən neftin xüsusi payının artması hesabına (29,7-dən 32,7-dək) 2003-cü ilin yanvar-oktyabrında 57,2%-dən 2004-cü ilin müvafiq dövründə 57,4%-dək, artmışdır.

Rusiyanın ixrac dəyərinin 65%-ni təşkil edən mallar üzrə ixrac əməliyyatlarının səmərəlilik indeksi (İƏSİ)

azalmaqdadır: 2003-cü ildə – 1,12, 2004-cü ildə – 1,11. İƏSİ 1,0-ə bərabər olan ixrac «əmtə» məzənnəsi 2004-cü ildə 1 dollara 26,1 rubl məbləğində qiymətləndirilirdi. Bu dövrdə ABŞ dollarının 1 rubla olan orta nominal məzənnəsi 1 dollara 28,93 rubl təşkil etmişdir.¹

13.1 nömrəli şəkildəki diaqram 2001-ci ildə RF-nın ixracında ayrı-ayrı əmtəə qruplarının xüsusi çəkisini, 13.1 cədvəl isə Rusiya ixracının bir sıra mühüm malları üçün son həddə çatan ixrac kvotasını (ixracın istehsala münasibətini) göstərir.

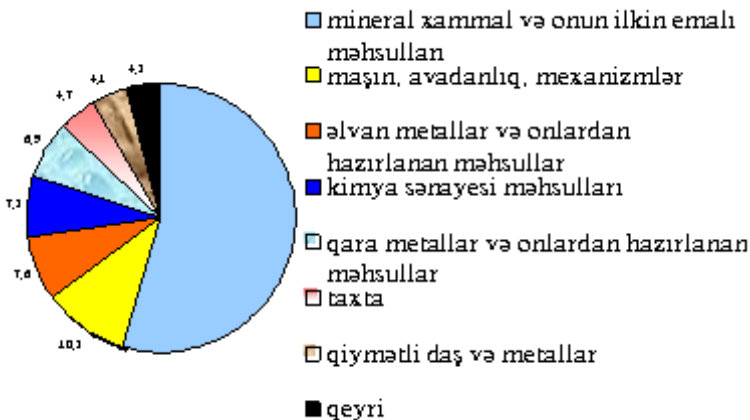
Cədvəl 13.1

Rusiyanın bəzi mühüm ixrac məhsullarının istehsalında xaricə çıxarılmaların payı, %

İxrac malları	1994-cü il	1997-ci il	2000-ci il	2003-cü il	2004-cü ilin yanvar-oktyabrı
Xam neft	41,4	41,5	44,7	55,8	57,8
Neft məhsulları	24,9	34,4	35,6	57,5	59,2
Təbii qaz	30,3	35,2	34,9	32,6	34,0
Mineral gübrələr	69,9	72,8	81,3		
Odun	12,4	29,3	39,3		
Sellüloz	65,1	82,8	83,9		

* Mənbə: Глобализация мирового хозяйства и национальные интересы России / Под ред. В.П.Колесова. М., 2002. с.81.

¹ Вах: Россия: экономическое и финансовое положение: Аналитические материалы ЦБ РФ. Россия. 2005. Январь. с.10. – <http://www.cbr.ru/analytics>.



Şəkil 13.1. 2001-ci ildə Rusiya ixracında əmtəə qruplarının xüsusi çəkisi, %

(Bax: ЦБ РФ. Аналитический комментарий платежного баланса и внешнего долга России в 2001 г. – <http://www.cbr.ru>)

Rusiya müəssisələrinin müxtlif sənaye əməkdaşlığı formalarında, ilk növbədə, QİYŞ çərçivəsində iştirak etdikləri SSRİ dövründən fərqli olaraq, müasir şəraitdə əksər Rusiya müəssisələri istehsalın beynəlxalq ixtisaslaşması və kooperasiyasında iştirak etmir. Bazar islahatları, o cümlədən özəlləşdirmə prosesində Rusiyanın təsərrüfat subyektlərinin bir çox xarici əlaqələri kəsildi («Qazprom» RSC istisna olmaqla) və hazırda ölkənin kompaniyaları bu əlaqələri bərpa etməyə çalışırlar («Lukoil», «Yukoil», TNK, «Sibur», «Rusal» və b.).

Rusiyanın dünya təsərrüfatına inteqrasiyasının hazırkı modelində gedən dəyişikliklər ölkədə maşınqayırma, kimya sahələrinin, bütövlükdə elmi-texniki sferanın fəaliyyətinin bazar prinsipləri üzərində yenidən qurulması ilə əlaqədardır. Bu sferanın bugünkü inkişaf problemləri əsasən onun maliyyələşdirilməsi ilə bağlıdır: ölkənin ÜDM-nda elmi tədqiqatlara qoyulan xərclərin ümumi payı təxminən 1% təşkil edir ki, bu da maliyyə vəsaitlərinin mütləq ölçüsünə

görə 1960-cı illərin xərclərinə uyğun gəlir, halbuki ÜDM yüksək həcmdə olan inkişaf etmiş ölkələrdə müvafiq göstərici 3%-ə yaxındır. Görünür, mövqelərin qabaqcıl texnoloji sərhədlərdə saxlanması üçün maliyyələşdirmənin belə həcmi kifayət etmir. Bu gün üçün Rusiya sənaye məhsullarının ümumi həcmində elmtutumlu məhsulun payı təxminən 2% təşkil edir. Eyni zamanda, ekspertlərin verdikləri qiymətlərə görə, Rusiya hələ də ən yeni yüksək texnologiyalar sırasındakı makrotexnologiyaların 10-15-nə malik olmaqda davam edir və məhz bu texnologiyalar milli prioritetlər siyahısına daxil etdirilməlidir. Əgər situasiya sərfəli inkişaf edərsə, onda ölkəmiz yaxın gələcəkdə dünyanın elmtutumlu məhsul bazarının 20-30%-nə nail ola bilər. Bu gün bu bazarda inkişaf etmiş ölkələr üstünlüyə malikdirlər: əsas makrotexnologiyaların 50-dən 46-sı dünyanın 7 aparıcı ölkələrinin payına düşür. Müharibədəsonrakı dövr ərzində (2001-ci il daxil olmaqla) elmtutumlu məhsulların ixracından ABŞ 700 mlrd. doll., Almaniya – 530 mlrd., Yaponiya – 400 mlrd. doll. gəlir əldə etmişdi.

XXI əsrin əvvəllərində Rusiyanın beynəlxalq texnoloji mübadilədə iştirakında müəyyən pozitiv dəyişikliklər müşahidə olunur. Belə ki, 2000-ci ildə Rusiya texnologiyalarının xaricə ixracı 1094, idxalı isə – 566 razılaşmanın predmeti olmuşdur. Rusiya texnologiyalarının ixracında İƏİT ölkələrinin payına daha çox düşür (734 razılaşma, o cümlədən 251 – ABŞ-la). Elə bu ölkələr də Rusiyaya texnologiyalarının idxalının mənbəyini təşkil edirlər (432 razılaşma, o cümlədən 60-ı ABŞ-la).¹

Rusiyanın davamlı iqtisadi artımının dəstəklənməsi üçün iqtisadiyyatın real sektorunda istehsala investisiyaları artırmaq tələb olunur. Bu həm də ona görə mühüm əhəmiyyət kəsb edir ki, sənayenin istehsal avadanlığı, əsas

¹ Вах: Российский статистический ежегодник: 2001 г. М.: Госкомстат России, 2002. с.519, 521.

fondların böyük bir hissəsi fiziki və mənəvi köhnəlmişdir (onlardan 70%-dən çoxu 10 ildən artıqdır ki, istismardadır). Rusiyanın istehsal bazası əsasında rəqabət qabiliyyətli məhsul buraxmaq bu gün ya çox çətin, ya da heç mümkün deyil. Bu bazanı tam dəyişmək üçün isə böyük həcmdə kapital qoyuluşları tələb olunur. Yaxın 20 il ərzində Rusiyanın istehsal investisiyalarına olan ehtiyacı ekspertlər tərəfindən 1,2 trln. doll. məbləğində qiymətləndirilir.¹ BXİ-rı cəlb etməklə situasiyanı qismən yaxşılaşdırmaq olar. Lakin iqtisadi artım dövründə də belə - yəni 2000-2001-ci illərdə istehsal investisiyaların illik real həcmi 3,5 mlrd. doll.-dan çox olmamışdır. (Rusiya Federasiyası Dövlət Statistika Komitəsinin (RF DST) rəsmi məlumatlarına görə, 2001-ci ildə 34 mlrd.doll.). Bunlardan BXİ-n payına 3-4 mlrd. dol.-dan az düşmüşdür (Rusiya Bankının məlumatlarına görə, 2001-ci ildə ölkəyə 2,5 mlrd. dol. həcmində BXİ qoyulmuşdur. RF-nın DSK-nin məlumatlarına görə isə bu məbləğin 4 mlrd. dol. təşkil etdiyi bildirilir). İslahatlar dövründə Rusiyada toplanan BXİ-nin həcmi 2002-ci ilin əvvəllərinə olan məlumata görə cəmi 18,2 mlrd. doll. təşkil etmişdir (RFDSK-nin məlumatları).

Beləliklə, Rusiya iqtisadiyyatında əsas kapitalın təkrar istehsalına xarici investisiyalar elə bir ciddi təsir göstərmir. Xarici kapitalın özü ilə yeni texnologiyaları gətirəcəyinə olan etimadlar özünü doğrultmadı. Xarici investisiyalar, ilk növbədə, enerji-yanacaq kompleksinə, yeyinti sənayesinə və ticarətə yönəldilirdi ki, bu da ölkə iqtisadiyyatının daxili bazarlarına işləyən sektorlarının maraqlarına heç də həmişə uyğun gəlmir.

Maraqlıdır ki, Rusiya iqtisadiyyatına BXİ qoyuluşunun xüsusi çəkisi dünyadakı BXİ ümumi həcmindən 0,5-0,6% təşkil edir (cədvəl 13.2).

¹ Вах: Инвестиционный климат в России / Рук. авт. кол. Е.В.Ясина // Вопросы экономики. 1999. №12. с.5.

Rusiya iqtisadiyyatına investisiya qoyuluşları

İllər	Mlrd. doll.	Ötən dövrə nisbətən, %
Xarici investisiyalar		
2002	19,8	138,7
2003	29,7	150,1
Yanvar-sentyabr 2004	29,1	139,4
BXİ		
2002	4,0	100,6
2003	6,8	169,4
Yanvar-sentyabr 2004	5,6	119,8
Portfel investisiyaları		
2002	0,47	104,6
2003	0,40	84,9
Yanvar-sentyabr 2004	0,23	280,0
Digər		
2002	15,3	155,8
2003	22,5	147,1
Yanvar-sentyabr 2004	23,3	144,4

2003-cü ildən Rusiyanın xarici iqtisadi vəziyyəti qismən yaxşılaşdı ki, bu da ölkənin ödəmə balansının əsas komponentlərinin vəziyyətinə müsbət təsir göstərdi. RF MB-nın 1994-cü ildən mütəmadi müşahidələri dövründə cari əməliyyatlar hesabının aktiv saldosu və valyuta ehtiyatları ən yüksək göstəricilərə çatmışdır. Qeyri-maliyyə müəssisələr sektoruna xarici kapital axını artdı.¹

RF MB-nın 2005-ci ilə olan məlumatlarına görə, birbaşa investisiyaların ümumi həcmi 2004-cü il yanvarın 1-nə olan vəziyyətə görə 32,2 mlrd. doll., 2005-ci il yanvarın 1-

¹ Вах: Россия. 2005. Январь. с.13. – <http://www.cbr.ru/analytics>.

nə isə 86,1 mlrd. doll., portfel investisiyaların ümumi həcmi isə müvafiq olaraq 32,1 və 93,9 mlrd. doll. təşkil etmişdir.¹ 2003-cü ilin yanvar-oktyabrında BXİ 8,3 mlrd. doll.-a çatmış, bu arada isə axıb gedən portfel xarici investisiyalarının məbləği 1,3 mlrd. doll. təşkil etmişdir.

Qeyri maliyyə müəssisələr sektoruna xarici kapital axını 2004-cü ilin yanvar-oktyabr aylarında 18,2 mlrd. doll. təşkil etmişdir. Lakin ötən dövrlə müqayisədə BXİ-nin həcmi 5,5 mlrd. doll.-dək azalmış, portfel investisiyalar axını isə 3,3 mlrd. doll. təşkil etmişdir. Nəticədə qeyri-maliyyə müəssisələr sektoruna xarici investisiyaların xalis axınının strukturunda əhəmiyyətli dəyişikliklər baş vermişdir. Xarici investisiyaların payı 2003-cü ilin yanvar-sentyabrında 46%-dən 2004-cü ilin yanvar-sentyabrında 30%-dək azalmış, portfel investisiyaların payı 18% təşkil etmişdir.²

13.2. RUSİYA İQTİSADİYYATININ RƏQABƏTƏ DAVAMLILIĞI VƏ ONU MÜƏYYƏN EDƏN AMİLLƏR

İstənilən ölkənin iqtisadiyyatı üçün, xüsusən də globallaşma şəraitində rəqabət qabiliyyətlik problemi çox böyük məna kəsb edir. Rəqabət qabiliyyətlik açıq təsərrüfat sisteminin istənilən milli iqtisadiyyata verdiyi universal tələblərdən biridir. REA DİBMİ-nin ekspertlərinin fikrinə görə, ölkənin rəqabət qabiliyyətliliyi dedikdə, başqa ölkələrdə istehsal olunan mal və xidmətlərlə rəqabət şəraitində onun milli iqtisadiyyatının beynəlxalq ekoloji standartlara riayət etməklə mal və xidmətləri istehsal və istehlak etmək

¹ Вах: Бюллетень банковской статистики. 2005. №2 (141). с.23. - <http://www.cbr.ru/ББС>.

² Вах: Россия. 2005. Январь. с.15.

qabiliyyəti nəzərdə tutulur.¹ Rusiya tədqiqatçısı V.Obolenskinin fikrinə görə, «rəqabət qabiliyyətli olmaq mal və xidmətlərin daxili və ya xarici bazar üçün nəzərdə tutulmasından asılı olmayaraq onların dünya səviyyəsi ilə müqayisə oluna biləcək istehlak, keyfiyyət və qiymət göstəricilərini təmin etmək deməkdir.²

İstehsalın dinamikası, əhalinin məşğulluq və gəlir səviyyəsi ölkənin milli təsərrüfatının, onun ayrı-ayrı sahələrinin rəqabət qabiliyyətindən birbaşa asılıdır. Sahə və firmaların rəqabət qabiliyyətlilik səviyyəsindən asılı olaraq ölkənin idxal-ixracının həcmi və strukturu, ticarət və ödəmə balansı formalaşır.

Rusiya üçün rəqabət qabiliyyətlik məsələsi ikiqat aktual mənə kəsb edir. Bir tərəfdən, qloballaşmanın tələbləri, digər tərəfdən, ölkənin iqtisadi sisteminin transformasiyası bu məsələni daha da aktuallaşdırır. Sosializm şəraitində ölkə dünya bazarından təcrid olunmuşdu. «Dünya sosialist təsərrüfatında» rəqabət qabiliyyətliliyin elə bir əhəmiyyəti yox idi. 1980-ci illərdə əməyin məhsuldarlığına görə SSRİ ABŞ-dan 4-5 dəfə geridə idi. Dünya maşın və avadanlıq ixracında SSRİ-nin payına cəmisi 2% düşürdü. Öz təbii sərvətləri və ucuz işçi qüvvəsinə arxalanan SSRİ yalnız neft, təbii qaz və digər xammal növlərinin ixracında rəqabət qabiliyyətli idi.

Rusiyanın bazar iqtisadiyyatına keçməsi həm də onun dünya təsərrüfatı ilə əlaqələrinin güclənməsi demək idi. Bununla yanaşı, əvvəlki sovet iqtisadiyyatının zəif rəqabət qabiliyyətliliyi fonunda sistemli transformasiya böhranı keçirən Rusiya iqtisadiyyatının rəqabətqabiliyyətliliyi daha da zəiflədi. Təbii ki, Davosda keçirilən Beynəlxalq İqtisadi

¹Вах: Конкуренентоспособность России в глобальном экономическом пространстве. М.: ИМЭМО. 2001. с.10-11.

²Оболенский В. Россия и ВТО: возможности повышения конкурентоспособности отечественной продукции // МЭиМО. 2002. №5. с.38.

Forumun ekspertləri qlobal səviyyədə ölkələrin ümumi rəqabətlik reytingində Rusiyanı 2000-ci ildə müqayisəli təhlildə iştirak edən 59 ölkə arasında 55-ci, 2002-ci ildə müqayisəli təhlildə iştirak edən 84 ölkə arasında 64-cü yerə qoymuşdular. McKinsey Beynəlxalq konsaltinq kompaniyasının araşdırmalarının nəticələrinə görə, ölkədə mövcud olan sənaye avadanlığının 25%-i bazar şəraitində həyata qabil deyil.¹

İstənilən ölkənin rəqabətqabiliyyətlilik strategiyasını araşdırarkən onun rəqabət üstünlüklərini hesaba almaq lazımdır. Müasir yanaşmalara görə, onlar təbii **müqayisəli üstünlüklərə** və bu solumun şüurlu siyasəti hesabına formalaşdırılan **inkışaf etdirilmiş üstünlüklərə** bölünür. Birinci üstünlüklərə zəngin təbii sərvətlər, sərfəli coğrafi, iqlim, infrastruktur amilləri, böyük sayda əhali və əməyin ucuzluğu aid edilə bilər. İnkışaf etmiş müqayisəli üstünlüklərə elmi-texniki potensial, yeni texnologiya və biliklər, insan kapitalının yüksək keyfiyyəti, o cümlədən əmək ehtiyatlarının dərəcəsi və b. aiddir. Rusiya bəzi təbii müqayisəli üstünlüklərə (ilk növbədə zəngin təbii resurslara) malik olsa da, əksər inkışaf etmiş müqayisəli üstünlüklərə görə dünyadakı aparıcı mövqelərdən hələ ki, kifayət qədər uzaqdadır.

Ölkənin rəqabət qabiliyyətliliyinin makro və mikro səviyyədə, yəni ayrı-ayrı kompaniyalar səviyyəsində uzlaşdırılması da sadə məsələ deyil. Hazırda dünya bazarına xammal ixracında, yəni makro səviyyədə Rusiya müəyyən dərəcədə rəqabətə qabildir. Lakin belə rəqabət qabiliyyətlilik davamlı və stabil olmur. Rusiyanın dünya iqtisadiyyatına inteqrasiyasının xammal modelindən rəqabətə qabil olan hazır məhsulların istehsalına söykənən modelə keçməsi rəqabətin mikro səviyyədə, yəni firmalar səviyyəsində rolunun artmasına gətirib çıxara bilərdi.

¹ Вах: Коммерсантъ. 2000. 1 февраля.

İnkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, son 20 ildə dövlətin öz ölkəsinin müəssisələrinin rəqabət qabiliyyətliliyin yüksəldilməsində iştirakı artmışdı. Bu ölkələrin hökumətləri milli iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətliliyin təmin edilməsinə dair xüsusi proqram işləyib həyata keçirir, bunun üçün lazım olan infrastrukturunu formalaşdırılmaq, inkişaf etdirmək və ucuzlaşdırmaq qayğısını öz üzərlərinə götürür, rəqabətə qabil olan sahələri həvəsləndirmək məqsədilə vergi qanunvericiliyinə yenidən baxır. Mövcud realıq bu təcrübədən faydalanmağı tələb edir.

Milli iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətliliyinə təsir göstərən amillər arasında dövlətin iqtisadi siyasətini, o cümlədən onun məqsədyönlü sənaye siyasətini ayrıca qeyd etmək lazımdır. Rusiyada davamlı iqtisadi artımı təmin etmək üçün müvafiq sənaye siyasəti aparılmalıdır. Bu, həmçinin dövlət strukturlarının sahibkarlar birliyi ilə qarşılıqlı təsirlərini nəzərdə tutur. Milli iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətliliyinin artırılması üçün sənaye siyasətinin aparılmasının zəruriliyi haqqında qərar dövlət proqramlarında da öz təsdiqini tapmışdır. Belə ki, RF hökuməti tərəfindən 2001-ci ildə təsdiqlənən «RF-nın sosial-iqtisadi inkişafının əsas istiqamətləri»ndə deyilir ki, «gələcək dövrün əsas iqtisadi problemi ... rəqabət qabiliyyətlilik problemdir».

Xammal sahələri, metallurgiya, energetika, kimya sənayesi, qismən müdafiə kompleksi dünya bazarında öz oyuqlarını tapmışdırlarsa da, emal sənayesinin böyük bir hissəsi bu gün xarici rəqabətə qarşı dura bilmir və dövlətin köməyinə ehtiyac duyur. Sənaye siyasəti tədbirləri ilə bu sahələri həvəsləndirməklə onların rəqabətqabiliyyətliliyini artırmaq olar.

Özəlləşdirmədən sonra meydana çıxan Rusiya sənaye kompaniyaları dünya bazarındakı transmilli nəhənglərlə rəqabətə girmək iqtidarında deyil. Eyni zamanda xarici təcrübə göstərir ki, iri sənaye-maliyyə strukturlarının formalaşmasının iqtisadi nəticələri əsasən müsbət qiymətləndirilməlidir. Rusiyanın sənaye siyasəti bu kimi strukturların formalaşmasına şərait yaratmalıdır. İqtisadiyyatın real

və maliyyə sektorlarında özəl kapitalın formalaşmasında, eləcə də iri maliyyə-sənaye və sənaye-maliyyə alyanslarının yaradılmasında sahibkar gəlirlərinin diversifikasiyası və məhsuldar kapitalla transformasiya etməsinin xüsusi rolu var. Korporasiya səhmlərinin strukturunun davamlılığı da böyük əhəmiyyətə malikdir. Bundan özəl səhmdarlar, menecerlər və dövlətin maraqlarının bir-birinə nisbəti birbaşa asılıdır.

Beləliklə, Rusiya dövləti maliyyə-sənaye qruplarını (MSQ) dəstəkləməlidir. Onların yüksək texnologiyaların kəşfində nümayiş etdirdikləri fəallığı həvəsləndirmək lazımdır. Uzaq perspektivdə də olsa, bu, potensial olaraq Rusiya kompaniyalarını dünya bazarının müəyyən sektorlarında lider mövqelərinə çıxara bilər.

Ölkənin mövcud intellektual və elmi-texnoloji potensialını nəzərə alaraq belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, səmərəli texnoloji və sənaye siyasətini aparmaqla, Rusiya öz məhsullarının texnoloji rəqabət qabiliyyətliyini yüksəldə bilər. Texnoloji tərəqqi məsələlərini həll etmək üçün ilk növbədə innovasiyaları dəstəkləyən mühit yaratmaq lazımdır.

Rusiyaya müasir sahibkarlar, müasir rəqabət mühiti, bunların da hər ikisinə dövlətin dəstəyi tələb olunur. Bunun üçün isə ölkənin maliyyə-bank sistemini möhkəmləndirmək, fond bazarının səmərəliliyini artırmaq, investisiya proseslərini həvəsləndirmək lazımdır. Rəqabətqabiliyyətlik problemlərini araşdıran L.Demidovanın fikrinə görə, "islahatların başa çatmadığı bir şəraitdə dövlətin iqtisadi siyasətinin sahibkar mühitinin normalaşdırılmasına, biznesin inkişafının daxili mənbələrinin həvəsləndirilməsinə yönəlməsi daha yaxşı effekt verə bilər. Mükəmməl və stabil qanunverici və normativ bazanın olması, mülkiyyət hüquqlarının qorunması, təsərrüfat həyatının korrupsiya, mütəşəkkil cinayətkarlıq kimi təhlükəli defektlərinin aradan qaldırılması önəmli məsələlərdəndir".¹

Rusiya məhsullarının rəqabət qabiliyyətliyinin daha bir

¹ Конкурентоспособность России в глобальном экономическом пространстве. М.: ИМЭМО. 2001. с.103.

amili ölkənin düşünülmüş xarici ticarət siyasətidir. Xarici siyasət dünya bazarında rəqabətə qabil olan istehsalın təşəkkülünə dəstək ola bilər. Lakin İndiyə kimi gömrük rüsumları (həm idxal, həm də ixrac) əsasən başqa – fiskal məqsədlərlə istifadə olunur. Gömrük rüsumları milli iqtisadiyyatın struktur dəyişiklikləri üçün səmərəli şəraitin yaradılması aləti kimi deyil, daha çox dövlət büdcəsini dolduran bir vasitə kimi xidmət göstərir. İndiyə kimi tarif siyasətindən fərqlənən digər alətlərdən – antidempinq, xüsusi və kompensasiya tariflərindən, qeyri-tarif məhdudiyətlərdən az istifadə olunur.

Dövlətin xarici iqtisadi siyasət tədbirlərinin geniş arsenalından tam istifadə olunmur. Məsələn, ixracın bir çox dünya ölkələrində qəbul edilən və öz səmərəliliyini sübut edən həvəsləndirmə alətlərindən – ixrac edənlərə güzəştli vergilər; ixracın risklərdən sığorta edilməsi və s.-dən İndiyədək zəif istifadə olunur. Rusiya maşınqayırma məhsullarının ixracı üçün uzunmüddətli kreditlər məsələsi də çox əhəmiyyətlidir: müasir dünya praktikasında maşın və avadanlıqlar, demək olar ki, tam kredit əsasında ixrac edilir. 1996-cı ilin müvafiq federal proqramında ixracın həvəsləndirilməsinə ÜDM-n 0,3-0,35% həcmində büdcə vəsaitlərinin artırılması nəzərdə tutulsa da, praktikada bu proqram hələ ki, yerinə yetirilmir.

13.3. RUSİYANIN XARİCİ İQTİSADI MÜNASİBƏTLƏRİNİN MALİYYƏ ASPEKTLƏRİ

Rusiya istehsalının qiymət rəqabətqabiliyyətliliyinə təsir göstərən və eyni zamanda dövlətin xarici iqtisadi siyasətinin güclü aləti olan əsas amillərdən biri milli valyutanın nominal mübadilə məzənnəsidir. Valyuta məzənnəsi ölkə istehsalçılarının rəqabətqabiliyyətliliyinə necə təsir göstərir?

Dünya təcrübəsi göstərir ki, inkişafda olan və keçid iqtisadiyyatlı ölkələrdə alıcılıq qabiliyyətinin pariteti ilə müqayisədə valyuta məzənnəsi aşağı (əksər ölkələrdə təxminən 40-50%-dən) səviyyədə saxlanılır. Bu, təsadüfi deyil. Məsələn burasındadır ki, bu ölkələrin xarici borcları onları çətinliklərə salır. Bundan əlavə, onlar kapitalın xaricə axmasından da əziyyət çəkirlər. Hər ikisinin maliyyələşdirilməsi üçün cari ödəmə və xarici ticarət balanslarının davamlı müsbət saldosu tələb olunur. Bir sözlə, ixrac idxalı aşmalıdır. Milli valyutanın valyuta məzənnəsinin aşağı olması elə buna şərait yaradır.

2002-ci ildə rublun dollara cari məzənnəsi haqqında məlumatları və iki valyutanın alıcılıq qabiliyyətinin paritetinin ekspert qiymətləndirmələrini istifadə etməklə Rusiya məhsulunun xarici məhsula münasibətdə real mübadilə məzənnəsini hesablamaq mümkündür: təxminən 1 dəst xarici mala 2 dəst Rusiya malı düşür. Görünür, 1998-ci ildə rublun nominal valyuta məzənnəsinin düşməsi (beynəlxalq iqtisadi nəzəriyyədə bu, valyuta məzənnəsinin «hiperreaksiyası» adlanır) real mübadilə məzənnəsini aşağı salmış, beləliklə də, Rusiya istehsalçıları üçün qiymət rəqabət qabiliyyətinin ehtiyatlarını təmin etmişdir. Lakin böhrandan sonrakı dövrdə (1998-ci ildən sonra real mübadilə məzənnəsi durmadan artır), (rəsmi məlumatlara görə, 2000-ci ildə – 11%, 2001 – 15%), müvafiq qiymət rəqabət qabiliyyətliliyi ehtiyatı aşağı düşür. Belə situasiyada Rusiya kompaniyaları üçün ən optimal strategiya dövlətin dəstəyi ilə qiymətdən başqa, məhsulun digər rəqabət qabiliyyətlilik göstəricilərinin (keyfiyyət, istehlak xüsusiyyətləri) yaxşılaşdırılmasına nail olmaqdır.

Bu mənada, nominal valyuta məzənnəsini milli iqtisadiyyatın vəziyyətini əks etdirən makroiqtisadi indikator kimi qiymətləndirmək düzgün deyil.

ABŞ dollarının rubla nisbətinin mənfi məzənnəsi (rub./doll.) müvafiq illərin yanvarında – 1993-cü ildə – 0,5720; 1994-cü ildə – 1,529; 1995-ci ildə – 4,0040; 1998-ci

ildə – 6,0260; 1999-cu ildə – 22,6000; 2000-ci ildə – 28,5500; 2001-ci ildə – 28,3700; 2002-ci ildə – 30,6850; 2003-cü ildə – 31,822; 2004-cü ildə – 28,4937; 2005-ci ildə – 28,0845 təşkil etmişdi.¹

Rublun ABŞ dollarına həm nominal, həm də real məzənnəsinin indeksləri rublun möhkəmləndiyindən xəbər verir: 2003-cü ildə onlar müvafiq olaraq +2,2 və +13,6 təşkil etmişdi.²

Rusiyanın 1998-ci ilin maliyyə böhranıadək apardığı valyuta siyasəti də bundan xəbər verir. Həmin ildə Rusiyanın vaxtından tez «valyuta dəhlizi» çərçivəsində rublun qeydə alınmış məzənnəsinə keçməsi milli valyutanın miqyaslı devalvasiyası ilə nəticələndi. Argentinada da, məsələn, pesonun dollara fiksə edilməsi inflyasiyanın qarşısını ala bilsə də, iqtisadi artımın zəifləməsinə və dünya bazarlarında milli məhsulun rəqabətqabiliyyətinin aşağı düşməsinə gətirib çıxarmış, 2001-ci ilin sonunda isə nəinki iqtisadi, həm də ciddi siyasi böhranla nəticələnmişdi.

Xarici portfel investisiyaları, yəni qeyri-rezidentlər tərəfindən səhm və qiymətli kağızların alınması Rusiya istehsalının əkstrukturlaşdırılmasının maliyyə mənbəyi ola bilər. Lakin xarici portfel investisiyalarının cəlb edilməsi ilə ciddi risklər də bağlıdır: ödəmə balansının kapital maddələri üzrə valyuta əməliyyatlarına genişmiqyaslı məhdudiyətlərin olmadığı zəif və keçid iqtisadiyyatlı ölkələrdə portfel investisiyaları konyunktura dəyişikliklərinə çox həssasdır, buna görə də tezliklə yerini bir ölkədən başqa bir ölkəyə dəyişə bilər («qaynar pullar»). Bunu 1998-ci ildə Rusiyanın özündə də baş vermiş maliyyə böhranı bir daha sübut etdi.

Portfel investisiyaları formasında xarici kapitalın cəlb edilməsində əsas rolunu Rusiya fond bazarı oynaya bilər. O,

¹ Бюллетень банковской статистики ЦБ РФ. 2005. №2 (141). с.59. – <http://www.cbr.ru/BBS>.

² Вах: Аналитические показатели обменного курса рубля в январе-декабре 2003 г. - <http://www.cbr.ru/Statistics>.

ardıcıl olmasa da, tədricən dünya bazarının bir hissəsinə çevrilir. 2001-ci ilin nəticələrinə görə, Rusiya fond bazarı səhm kotirovkalarının ən gözəl dinamikasını nümayiş etdirmiş, «B» tipli səhmlər üzrə birinciliyi yalnız Çin fond bazarı vermişdi.

Ümumiyyətlə, Rusiyanın səhmlər bazarında kotirovkaların enməsi tendensiyası müşahidə olunurdu. Lakin 2004-cü ilin dekabr ayının İkinci yarısında səhmlərin kotirovkalarının artımı qeydə alınmışdı. 2004-cü ilin dekabr ayının nəticələrinə görə, əsas Rusiya fond indeksləri enmişdir. Korporasiya və regional istiqraz vərəqələri bazarında da 2004-cü ilin dekabrında RUX-Cbonds aparıcı korporasiya istiqraz vərəqələrin kotirovkalarının, eləcə də Cbonds-Muni subfederal və bələdiyyə istiqraz vərəqələrinin kotirovka indekslərinin endiyi qeydə alınmışdır. Lakin dünya standartları fonunda Rusiya bazarı hələ ki, zəifdir, əsas göstəricilərinə görə bir çox ölkələrdən geridədir, həm xarici, həm də ölkə portfel investorlarının hüquqları isə yaxşı müdafiə olunmur.

Rusiya kompaniyalarının öz istiqraz vərəqələri ilə xarici fond bazarlarına çıxması da xarici portfel investisiyalarının cəlb edilməsinə şərait yaradır. Bununla yanaşı, bu strategiyanın uğurluluğu milli valyutanın davamlılığından həlledici şəkildə asılıdır.

Rusiya istehsalının əkstrukturlaşdırılmasının xarici maliyyələşdirilməsinin daha bir mənbəyi xarici kreditlərin cəlb edilməsidir. Bu məsələ Rusiya iqtisadiyyatı üçün çox aktual əhəmiyyət kəsb edir, çünki ölkənin böyük məbləğdə xarici borclarının olması iqtisadi islahatlar yolunda ciddi maneədir.

Xarici borc məsələsinə iqtisadi nəzəriyyə mövqeyindən yanaşarkən onu qeyd etmək lazımdır ki, daxil olan vəsaitlər səmərəli istifadə olunsay, xarici borclar inkişafın mühüm amili ola bilər. Kifayət həcmdə daxili investisiya ehtiyatlarına malik olmayan Rusiya iqtisadiyyatında xarici kredit maliyyələşdirilməsinin istifadə edilməsi islahatların aparılmasının mühüm aləti ola bilər.

Bununla bərabər, xarici ssuda kapitalının daxil olması əsas makroiqtisadi göstəricilərə və milli valyutanın mübadilə məzənnəsinə təsir göstərir, dövlət büdcəsini yükləndirir və, deməli, bütün milli təkrar istehsal sisteminə təsir göstərir. Cəlb olunan xarici borclar səmərəli istifadə olunmasa, ölkə gec-tez borc böhranına məruz qalacaqdır.

Rusiya Federasiyasının xarici borcları keçmiş SSRİ-nin borcları üzrə öz üzərinə vəzifələri götürməsindən başlayır. Bundan əlavə, keçmiş SSRİ-nin borclarına Rusiyanın özünün 1990-cı illər ərzində yığılmış borc öhdəlikləri də əlavə olundu. Rusiya Bankının məlumatlarına görə, 2002-ci ilin yanvar ayının 1-nə Rusiyanın ümumi borcu 150,9 mlrd.doll., 2004-cü ilin yanvar ayının 1-nə – 185,7 mlrd., 2004-ci ilin oktyabr ayının 10-na – 192,1 mlrd.doll. təşkil etmişdir (Cədv.13.3); 2004-cü ilin yanvar-sentyabr ayları ərzində Rusiyanın xarici borcu 6,4 mlrd.doll. məbləğində artmışdır. Sırf Rusiyanın xarici borcu isə daha çox 1993-98-ci illər ərzində artmış, 1998-ci ilin maliyyə böhranına yaxın özünün zirvəsinə çatmışdı. 1998-ci ildən sonra xarici borclar azalmağa başladı. Buna səbəb köhnə borcların ödənilməsi və federal səviyyədə yeni borcların cəlb edilməməsi olmuşdur. Lakin eyni zamanda özəl sektorun xarici öhdəlikləri artırdı ki, bu da kredit ehtiyatlarının çatışmaması, ölkənin daxilində maliyyə bazarının zəif olması ilə izah olunur. Burada əsas rol ölkə iqtisadiyyatının qeyri-maliyyə sektorunun iri müəssisələrinə məxsusdur. Liderlik isə xarici borcları təxminən 12 mlrd. dollar təşkil edən «Qazprom» RSC-nə məxsusdur. 2004-cü ilin dekabrında RF Hökumətinin valyuta borcları üzrə ödəmələr (Rusiya Maliyyə Nazirliyinin Rusiya Bankına ödəmələrindən başqa) 0,8 mlrd. doll. təşkil etmişdir: bundan 0,4 mlrd. dollar – əsas borclar üzrə, təxminən elə bu məbləğdə də faizlər üzrə, Beynəlxalq maliyyə təşkilatlarının (əsasən BVF və BYİB) kreditləri üzrə, RF-nın ikitərəfli kreditləri üzrə, avroistiqrazları üzrə də borclar ödənilirdi.

Keçmiş SSRİ-nin borcları üzrə ödəmələr az olmuşdur.

2004-cü ildə cəmisi 12,8 mlrd. doll. ödənilmişdir: bunlardan 7,2 mlrd. doll. – əsas borc üzrə, 5,6 mlrd. doll. isə – faizlər üzrə. Ödəmələr təyin olunmuş qrafik üzrə həyata keçirilirdi.¹ 2004-cü il yanvarın 1-inə olan vəziyyətə görə Rusiyanın xarici borclarının strukturu 13.3 cədvəlində göstərilir.

Cədvəl 13.3

Rusiyanın 2004-cü il yanvarın 1-nə olan xarici borcları, mlrd. doll.*

Göstəricilər	1 yanvar 2002-ci ilə	1 yanvar 2003-cü ilə	1 yanvar 2004-cü ilə
Xarici borclar, cəmisi	150,9	85,7	192,1
Rusiyanın yeni borcları	89,2	38,6	39,0
O cümlədən: dövlət idarəetmə sektoru	52,1	97,9	92,8
O cümlədən: beynəlxalq maliyyə təşkilatlarının kreditləri	14,4	6,6	6,1
yerli hakimiyyət orqanlarının borcları	5,4		
başqa kreditlər (Paris kreditorlar klubunun üzvü olan ölkələrin valyuta kreditləri)		4,9	4,3
avroistiqrazlar (London kreditorlar klubuna borclar da daxil olmaqla)	28,7	24,5	25,6
qeyri-borclar	2,6	2,7	3,0
Özəl sektor	37,1	80,0	92,3
O cümlədən: kredit təşkilatları	13,6		
qeyri-maliyyə müəssisələri	23,5	55,1	66,8
Keçmiş SSRİ-nin borcları	61,7	58,1	52,4
O cümlədən: Paris Kreditorlar Klubuna	36,3	42,7	40,2
Keçmiş sosialist ölkələrinə	11,3	3,6	2,8
Paris Klubundan kənar rəsmi kreditorlara	5,0		
qeyri borclar	9,1	10,4	7,8

* Вестник Банка России. 2002. №26-27 (604-605). 14 мая. с.67; Бюллетень банковской статистики. 2005. №2. (141). с.17. – <http://www.cbr.ru/BBS>; Россия. 2005. Январь. с.16-17. məlumatlarına əsasən tərtib edilib hazırlanmışdır.

¹ Вах: Россия. 2005. Январь. с.16. – <http://www.cbr.ru/analytics>.

XX əsrin sonunda (1998-ci ildə) Rusiyanın BVF-na borcları 20 mlrd. doll. təşkil etmişdir. Lakin o vaxtdan Fondan yeni borclar almayan RF orijinal qrafik üzrə öz borclarını hər il ödəyir. Nəticədə Rusiyaya münasibətdə BVF bu gün yalnız məsləhətçi funksiyasını yerini yetirir.

1998-ci ildə xarici borclar böhranı ölkədə baş verən ümumi maliyyə-iqtisadi böhranının bir hissəsinə çevrilib, həm dövlət idarəetmə sektorunun xarici ölkələr qarşısında öhdəliklərinə, həm də özəl sektorun öhdəliklərinə toxunmuşdu. Xarici borclar böhranının əsas səbəbi milli iqtisadiyyatın rəqabətə qabil olmaması idi.

Xarici maliyyə vəsaitləri səmərəsiz istifadə olunur, investisiyaya yox, cari istehlaka yönəldilirdi. Bu praktikadan fərqli olaraq, xarici kreditlərin səmərəli istifadəsi investisiyaların ümumi iqtisadi miqyasda artırılmasını nəzərdə tutur.

Dünya təcrübəsindən məlumdur ki, xarici borcların tənzimlənməsi üsullarına:

- xarici borcların əksstrukturlaşdırılması (məsələn, Breydi planı üzrə Latın Amerikasını ölkələri üçün 1980-ci illərin sonunda – 1990-cı illərin əvvəllərində Paris kreditör klubunun zəif ölkələr üçün nəzərdə tutulan şərtlərinə uyğun olaraq);
- xarici öhdəliklərin müxtəlif konversiya sxemləri (borcun səhmlərlə mal tədarükləri ilə əvəz edilməsi, yeni borclarla, müəyyən ekoloji tələblərin yerinə yetirilməsi üzrə öhdəliklərlə əvəz edilməsi).

Xarici borclarını tənzimləməkdə Rusiya bu metodlardan artıq geniş istifadə edir. Məsələn, QIYŞ-nin üzvü olan keçmiş sosialist ölkələrinə olan borclarını Rusiya mal göndərmələri ilə ödəyir. Belə ki, 2000-2002-ci illərdə Rusiya 3 mlrd. doll. məbləğində belə tədarüklər etmişdi.

Rusiyada gedən transformasiya böhranının aradan qaldırılmasını mürəkkəbləşdirən və ölkədəki investisiya iqliminin qeyri-səmərəliliyini əks etdirən daha bir amil xaricə qeyri-rəsmi kapital axınıdır (kapitalın qaçışı). Kapitalın

qeyri-leqal çıxarılmasında əsas məqsəd vergidən yayınmaqdır. Rusiya Bankının məlumatlarına görə, 2000-2001-ci illərdə başlayan iqtisadi artım dövründə də belə kapitalın xaricə axını davam edirdi (bax: 13.2 şəkildəki diaqram). Ümumilikdə isə iqtisadçıların fikirlərinə görə, islahatlar dövründə Rusiyadan 160 mlrd.-dan 240 mlrd. doll. məbləğinə qədər kapital axmışdır.

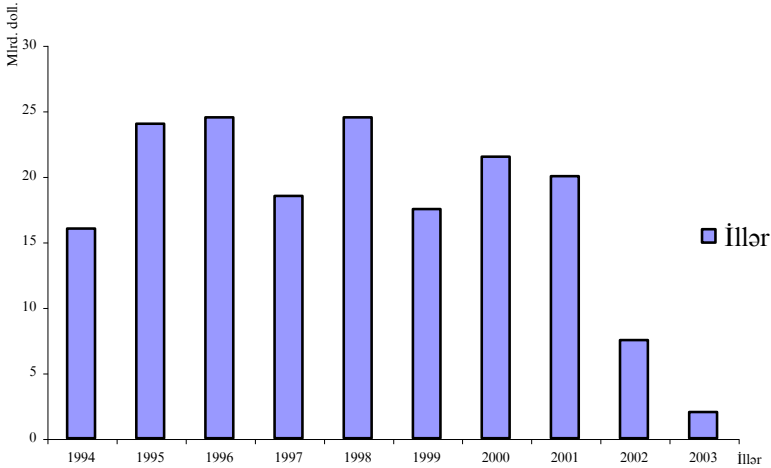
Kapitalın xaricə qeyri-rəsmi axınını kapitalın xaricə çıxarılmasından fərqləndirmək lazımdır. Kapitalın rəsmi çıxarılması (RB məlumatlarına görə, xaricə birbaşa investisiyalar 2001-ci ildə 2,6 mlrd. doll. təşkil etmişdir) milli təsərrüfatını qlobal iqtisadiyyatda iştirakının zəruri tərkib hissəsidir. Rusiya kapitalının belə formada çıxarılması Rusiya kompaniyalarının dünya bazarlarında mövqelərinin möhkəmləndirilməsinə, xarici firmalarla istehsalat əməkdaşlığının genişləndirilməsinə səbəb ola bilər.

Özəl sektorun kapitalının ixracı 2000-ci ildə 24,8 mlrd. doll., 2001-ci ildə 15,0 mlrd., 2002 – 8,1 mlrd., 2003 – 1,9 mlrd., 2004-cü ilin I-III rüblərində – 18,2 mlrd. doll. təşkil etmişdir.¹

2004-cü ilin 9 ayı ərzində Rusiya iqtisadiyyatının özəl sektorunun çıxardığı kapitalın həcmi 40%, bank sektorunun isə – 1,9 dəfə (6,4 mlrd. doll. təşkil edərək) artmışdır. Bununla yanaşı, qeyri-maliyyə müəssisələri tərəfindən xaricə göndərilən birbaşa və portfel investisiyalarının həcmi 5,7 mlrd. doll.-a qədər azalmışdı (2003-cü ilin yanvar-sentyabr aylarında 8,2 mlrd. dol.). Özəl sektorun bütün əməliyyatları nəticəsində 2004-cü ilin yanvar-sentyabr aylarında özəl kapitalın ölkədən çıxarılması analoji dövr ilə müqayisədə 5 dəfə artmışdı. Qiymətləndirmələrə görə, 2004-cü ildə Rusiya iqtisadiyyatının özəl sektorunun xaricə çıxardığı kapital 7,8 mlrd.doll. (2003-cü ildə – 1,9 mlrd. doll.) təşkil etmişdi.

¹ Вых: Бюллетень банковский статистики. 2005. №2 (141) с. 16.-
<http://www.cbr.ru/BBS>

Qeyri-maliyyə müəssisələri və ev təsərrüfatları sektorunun kapital çıxarmaları 10,8 mlrd. doll.-ra qədər azalmışdır (2005-ci ildə 12,2 mlrd. doll.).



Şəkil 13.2. Rusiyadan qeyri-rəsmi kapital axını, mlrd.dol.
(Mənbə: ЦБ РФ. – <http://www.cbr.ru>)

13.4. RUSİYANIN QLOBALLAŞMA PROSESLƏRİNDƏ İŞTİRAK ETMƏ İMKANLARI

Son illər Rusiya qloballaşma proseslərindən əsasən xammal ticarəti hesabına faydalanırdı. 2000-ci ildə Rusiyanın ticarət şəraiti (idxal və ixrac qiymətlərinin indekslərinin nisbəti) 35%, 2001-ci ildə – daha 10% yaxşılaşmışdı. Lakin bununla bərabər, dünya əmək bölgüsündə ölkənin belə birtərəfli xammal-yanacaq ixtisaslaşması stabil iqtisadi artımın etibarlı əsası ola bilməz, çünki bu halda ticarətdən

alınan gəlir dünya xammal bazarındakı dəyişkən konyunkturadan asılı olur. Bir qayda olaraq, əksər xammal satış bazarları emal sənaye məhsulları bazarlarından daha ləng genişlənir; istehlakçı ölkələrdəki gəlirlərin artımı ilə müqayisədə onlardan bəzilərinin artımı daha zəifdir (bu, Engelin mənfi effektləri adlandırılır). Məsələn, proqnozlara görə, Rusiyanın xammal-enerji kompleksinin məhsullarının əsas xarici bazarı olan Qərbi və Şərqi Avropa ölkələrində ilkin enerji ehtiyatlarının istehlak artımı yaxın 15 il ərzində ildə 0,5%-dən çox olmayacaq, neftin istehlakı isə hətta azalacaqdır. Materiala qənaət edən istehsalın geniş tətbiqi şəraitində dünya metal bazarlarının da əhəmiyyətli şəkildə genişləncəyini gözləmək çətindir. Bundan başqa, beynəlxalq iqtisadi nəzəriyyə göstərir ki, dünya bazarlarında xammalın qiyməti baha olduqda, ölkənin emal sənayesinin məhsulunun ixracına depressiv təsir göstərən «holland xəstəliyi» özünü biruzə verəcəkdir. Rusiyanın xammal ixtisaslaşması möhkəmlənərsə, o, özünün elmi-texnoloji potensialının əhəmiyyətli bir hissəsini tamamilə itirəcəkdir.

Rusiyanın dünya təsərrüfat əlaqələrində iştirakının müasir strukturu açıq iqtisadiyyat şəraitində ölkənin iqtisadi inkişafının davamlılığını təmin etmir.

Rusiyanın qloballaşma proseslərində iştirak etmə imkanları dövlətin, qloballaşmanın ölkə üçün mümkün risklərini nəzərə alan və bu risklərin neytrallaşdırılmasına yönəldilən məqsədyönlü iqtisadi siyasəti ilə bağlıdır. Belə siyasətin aparılması üçün Rusiyanın iqtisadi inkişaf konsepsiyaları dünya iqtisadiyyatındakı qüvvələrin nisbətini nəzərə almalıdır. Bəzi Rusiya mütəxəssislərinin fikrinə görə, ölkənin dünya iqtisadiyyatına qoşulması strategiyası təkcə təbii potensialın deyil, həm də elmi-texnoloji potensialın istifadəsinə söykənən ikiqütblü beynəlxalq ixtisaslaşmasının formalaşdırılmasına yönəlməlidir.

Bu strategiya çərçivəsində dövlətin xarici iqtisadi siyasətinin vəzifələri aşağıdakılardan ibarət ola bilər:

- ölkə ixracının qiymət rəqabətqabiliyyətinin kəskin dərəcədə enməsinə yol verməməli;
- müasir yüksək texnologiyalar əsasında buraxılan

məhsulun ixracını həvəsləndirməli;

- daxili və xarici bazarlarda potensial baxımdan rəqabətə qabil olan sahə və istehsalların müdafiəsini təmin etməli.

Rusiyanın qloballaşma proseslərində iştirakının tərkib hissələrindən biri kimi digər postsovet ölkələri ilə iqtisadi əlaqələrin fəallaşdırılmasını, MDB, Avrasiya iqtisadi birliyi, eləcə də Rusiya və Belorusiya İttifaqı çərçivəsində real inteqrasiya proseslərinin intensivləşdirilməsini göstərmək olar. Hazırda formal yox, real inteqrasiyaya atılan addımlar çox cüzdür. Postsovet məkanında istehsal və digər iqtisadi əlaqələrin bərpa etdirilməsi bu ölkələrdə ümumi iqtisadi artımın mühüm amili ola bilər.

Rusiyanın milli iqtisadiyyatının qlobal rəqabətin çağırışlarına adaptasiya etdirilməsi problemi ölkənin yaxın gələcəkdə ÜTT-na daxil olması ilə əlaqədar daha da kəskinləşəcəkdir. Təşkilata daxilolma prosesində Rusiya öz daxili bazarlarını xarici kompaniyalara açmaqda müəyyən güzəştlər etməli, iqtisadiyyatın müəyyən sahələrində milli istehsalçıların tarif müdafiəsini endirməli olacaqdır.¹ Qərbi ölkələri arzu edirlər ki, Rusiya öz xarici ticarət rejimini daha da liberallaşdırsın. Güzəştlər məsələsi həm də ona görə mürəkkəb hal alır ki, ölkəmizin ticarət partnyorları danışıqlar zamanı bəzən RF tərəfindən standartlarla müqayisədə daha böyük məhdudiyət və güzəştlər edilməsi haqqında əlavə tələblər irəli sürürlər.

Görünür, Rusiyanın ÜTT-na daxil olması milli iqtisadiyyatın xammal ixrac sahələri müəssisələrinə heç bir problem yaratmır. Əksinə, onlar bununla mallarının xarici bazarlara daha asanlıqla çıxarılmasına nail olurlar. Emal sənayesi və xidmətlər sferası sahələrində, o cümlədən sığorta və bank sektorlarına gəldikdə isə, onların əksəriyyəti xarici

¹ Hal-hazırda Rusiyada idxal gömrük rüsumlarının orta səviyyəsi təxminən 11%-dir ki, bu da inkişaf etmiş ölkələr üzrə orta hesabla təxminən 2,5-3 dəfə çox olmaqla inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün müvafiq göstəricidən aşağıdır.

mal və xidmətlərlə rəqabətə girməyə, hələ ki, hazır deyillər.

Bələliklə, ölkənin ÜTT-na daxil olması qısamüddətli problemlər yarada bilər. Lakin Rusiyanın ÜTT-na daxil olmasının müsbət tərəfləri Rusiya kompaniyalarının dövlətin köməyi ilə öz rəqabətqabiliyyətini artırmasından asılı olacaqdır.¹

Danışqlar zamanı Rusiya tərəfinin ən çətin məsələsi ölkənin ÜTT-na üzv olmasından irəli gələn hüquq və vəzifələr balansının Rusiya biznesinin xeyrinə, yəni obyektiv olaraq ölkə iqtisadiyyatının inkişafına səbəb olmasına nail olmaqdır.

Deyənləri nəzərə alaraq, bunu demək olar ki, ölkəmizin yaxın gələcəkdə ÜTT-na üzv olması Rusiyanın milli rəqabətqabiliyyətlilik məsələsini daha da aktuallaşdıracaqdır.

Yoxlama sualları

1. Rusiyanın xarici iqtisadi siyasətinin mahiyyətini açıqlayın.

2. RF-nın xarici ticarətinin əmtəə strukturu.

3. Rusiyanın potensialını və rəqabət üstünlüklərini səciyyələndirin. Ölkənin dünya iqtisadi əlaqələrinə qoşulmasında onların əhəmiyyəti.

4. Rəqabətqabiliyyətliliyin əsas növləri hansılardır? Dünya bazarlarında, milli bazarda və ayrı-ayrı firmalar səviyyəsində rəqabətqabiliyyətliliyin məzmununu açıqlayın.

5. Rusiyanın beynəlxalq iqtisadi təşkilatlarda iştirakını səciyyələndirin.

6. Rusiyanın milli iqtisadiyyatı üçün onun ÜTT-na daxil olmasının hansı nəticələri ola bilər?

¹ Məsələn, 2001-ci ildə Rusiyanın metallurjiya, kimya və yüngül sənaye məhsullarına dair dünyada 120-dən çox müxtəlif məhdudiyətlər mövcud idi ki, bu da ölkəyə ildə 2 mlrd. doll.-dək ziyan vururdu (Портанский А. Присоединение к ВТО – в числе приоритетов России // Европа. 2001. №10. с.18).

TÖVSIYƏ OLUNAN ƏDƏBİYYAT

Global Financial Stability Report 2004. IMF, 2004. P. 186.

Global Financial Stability Report 2004. IMF. Washington DC, 2004. P. 187.

Globalization and Future of Social Protection. IMF Working Paper. WP. 2000. №12, P. 3.

Hollensen S. Global Marketing. L., 2003.
<http://developmentgoals.org/Poverty.htm>.

<http://news1205.fxclub.ru>; <http://www.fxbest.ru>;
<http://www.businesspress.ru>.

International Trade Statistics 2004. WTO, 2004. P. 19, 21.
<http://www.wto.org>.

Kacovicz A. Regionalization, Globalization and Nationalism. In: Alternatives. 1999. №4. P. 529.

Kumhof M., Tanner E. Government debt: a key role in financial intermediation. IMF Working Paper WP. 2005. № 57. P. 24.

Measuring the Internet Economy. University of Texas. 2000. June 6.

Partnership for Development: the World Bank 2000. Wash., 2000. P. 208.

World Development Indicators Database. <http://www.worldbank.org>.

World Economic Outlook. IMF. <http://www.imf.org>.

World Economic Outlook. 2004. September. IMF. Washington DC, 2004. P. 191; World Investment Report 2004. UNCTAD. <http://www.unctad.org>.

World Economic Outlook. 2004. September. IMF, Washington DC, 2004. P. 250.

Global Development Finance 2004. World Bank, Washington DC, 2004. P. 197.

World Investment Report 2003. UNCTAD, 2003. P. 187.

Афонцев С. Проблема глобального управления мирохозяйственной системой: теоретические аспекты // МЭиМО. 2001. № 5.

Бек У. Политическая динамика в глобальном обществе риска // МЭиМО. 2002. №5.

Борко Ю.А. Расширение и условия европейской интеграции // МЭиМО. 2004. №7.

Вайнштейн Г. Интернет как фактор общей трансформации // МЭиМО. 2002. №7.

Вебер А. Что стоит за так называемым антиглобализмом? // МЭиМО. 2001. №12.

Глобализация и Россия: (Круглый стол) // МЭиМО. 2002. № 9, 10.

Глобализация мирового хозяйства и национальные интересы России / Под ред. В.П. Колесова. М.: Экон. ф-т МГУ; ТЕИС, 2002.

Глобализация мировой экономики и место России / Отв. ред. М.Н. Осьмова. М.: Экон. ф-т МГУ; ТЕИС, 2002.

Дилигенский Г. Глобализация в человеческом измерении // МЭиМО. 2002. №7.

Долгов С.И. Глобализация экономики: новое слово или новое явление? М.: Экономика, 1998.

Дюмулен И.И. Международная торговля услугами. М.: Всероссийская академия внешней торговли, 2001.

Евстигнеев В. Финансовая глобализация — явление и методология инструмента // МЭиМО. 2001. № 3.

Ершов М. Россия и рычаги глобализационной политики // МЭиМО. 2002. № 5.

Загашвили В. Торгово-политические инструменты ВТО // МЭиМО. 2002. № 8.

Замятин А. Геополитические образы современного мирового развития // МЭиМО. 2001. № 8.

Зевин Л. Проблемы регулирования глобальных экономических процессов // МЭиМО. 2002. № 7.

Зуев А., Масницкая Л. Онлайн-сообщества в «новой экономике» // МЭиМО. 2002. № 5.

Иноземцев В. Стресс глобализации: благородное возмущение и упрямая реальность // МЭиМО. 2002. № 11.

Ионцев В.А. Международная миграция. М., 2001.

Кастельс М. Информационная эпоха. М., 2000.

Клавдиенко В.П. Инвестиции и экономический рост // Инвестиции в России. 2002. № 7.

Клавдиенко В.П. Энергетическая проблема в контексте концепции устойчивого развития // Общество и экономика. 2002. № 5.

Коллонтай В. Эволюция западных концепций глобализации. Ст. 2 // МЭиМО. 2002. № 2.

Косолапов Н. Глобализация: сущность и международно-политические аспекты // МЭиМО. 2001. № 3.

Кочетов Э. Осознание глобального мира // МЭиМО. 2001. № 5.

Майбуров И. Глобализация сферы высшего образования // МЭиМО. 2005. № 3.

Майданик К. Альтернативное движение: фаза консолидации? Ч. 1 // МЭиМО. 2002. № 11.

Макарычев А. Регионализм эпохи глобализации: Три вызова для России. Н.Новгород, 2000.

Малков Л. Некоторые черты «новой экономики»: взгляд с глубокого расстояния // МЭиМО. 2001. № 12.

Мартин Г.П., Шуманн Х. Западная глобализация. Атака на процветание и демократию: Пер. с нем. М.: Издательский дом «Альпина», 2001.

Мартынов В. Коммуникационная среда мира и общественное развитие // МЭиМО. 2001. № 1.

Мир на рубеже тысячелетий: Прогноз развития мировой экономики до 2015 года / Рук. авт. кол-ва акад. В.Мартынов и чл.-корр. РАН А.Дынкин. М.: Издательский дом «Новый век», 2001.

Мирский Г. Дракон встает на дыбы: (О

международном терроризме) // МЭиМО. 2002. № 3.

Михеев В.В. Глобализация и азиатский регионализм: вызовы для России. М.: РАН. Институт Дальнего Востока, 2001.

Оболенский В. Глобализация мировой экономики России // МЭиМО. 2001. №3.

Осадчая Е.Ф., Лобанов К.Н. Эволюция Евросоюза // МЭиМО. 2005. № 5.

Осадчая И. Глобализация и государство: новое в регулировании экономики развитых стран // МЭиМО. 2002. № 11.

Осьмова М.Н., Клавдиенко В.П., Ляменков А.К. Глобализация мировой экономики и устойчивое развитие как императив современного этапа человеческой цивилизации. М.: ТЕИС, 2001.

Перегудов С. Неолиберальная глобализация: есть ли альтернатива? // МЭиМО. 2002. № 4.

Пищик В. Европейская конституция и ее роль в валютной интеграции // МЭиМО. 2005. № 5.

Пищик В.Я. Евро и доллар США: Конкуренция и партнерство в условиях глобализации. М., 2002.

Плисецкий Д. Экономическая безопасность: валютно-финансовые аспекты // МЭиМО. 2002. № 5.

Примаков Е. Постиндустриальная эпоха: вызов российским политикам // МЭиМО. 2001. № 3.

Римашевская Н.М. Глобализация и население // Народонаселение. 2001. №3.

Рогожина Н. Политическое лицо антиглобалистов // МЭиМО. 2002. № 6.

Ротлена Л. Глобализация и протекционизм // МЭиМО. 2002. № 4.

Рубцов Б.5. Мировые фондовые рынки: современное состояние и закономерности развития. М.: ФА, 2000.

Рубцов Б. Мировые фондовые рынки // МЭиМО 2001. № 8.

Рыбаков В. «Розовая Европа» в час глобализации // МЭиМО. 2001. № 3, 4.

Симония Н. Глобализация и неравномерность мирового развития // МЭиМО. 2001. № 3.

Скорое Г.Н. Россия — Евросоюз: Вопросы стратегии партнерства // 2005. № 3.

Слуцкий А. Вызовы глобализации и проблемы крупных полупериферийных стран // МЭиМО. 2002. № 2.

Соколов В. Контуры будущего мира: национальные, региональные, транснациональные общности // МЭиМО. 2001. № 3.

Сорос Дж. Открытое общество: Реформируя глобальный капитализм. М., 2001.

Строев Е.С. Системные проблемы России: Самоопределение России и глобальная модернизация. М.: Экономика, 2001.

Хозин Г. Глобализация международных отношений: объективная тенденция или стратегия США // США и Канада. 2000. № 1.

Чебанов С. Международное регулирование прямых иностранных инвестиций: тенденции и проблемы // МЭиМО. 2001. № 12.

Чешков М. Взгляд на глобализацию через призму глобалистики // МЭиМО. 2001. № 2.

Чургов С. Глобализация, модернизация или интеграция? // МЭиМО. 2002. № 4..

Чургов С. К вопросу об интеграции Росси в мировую экономику // МЭиМО. 2001, №10.

Шемятенков В.Г. Европейская интеграция. М., 2003.

Шшиков Ю.В. Интеграционные процессы на пороге XXI века: Почему не интегрируются страны СНГ М.: НП «III тысячелетие», 2002.

Шшиков Ю. О гетерогенности глобалистики и стадиях ее развития // МЭиМО. 2001. № 2.

**M.V.LOMONOSOV ADINA MOSKVA DÖVLƏT
UNİVERSİTETİ
İQTİSADİYYAT FAKÜLTƏSİ**

**DÜNYA TƏSƏRRÜFATININ
QLOBALLAŞMASI**

BAKI- 2007

**M.V.LOMONOSOV ADINA MOSKVA DÖVLƏT
UNİVERSİTETİ
İQTİSADİYYAT FAKÜLTƏSİ**

DÜNYA TƏSƏRRÜFATININ QLOBALLAŞMASI

**Dərs vəsaiti
Rus dilindən tərcümə edilmişdir**

**İqtisad elmləri doktoru, professor M.N.Osmovoyun, iqtisad elmləri
namizədi, dosent A.V.Voyçenkonun ümumi redaktəsi ilə**

**Klassik universitet təhsili üçün tədris-metodiki birlik
tərəfindən iqtisadiyyat ixtisasları üzrə təhsil alan təhsil
müəssisələrinin tələbələrinə dərs vəsaiti kimi tövsiyə edilir.**

BAKI - 2007

416

**M.V.LOMONOSOV adına MOSKVA
DÖVLƏT UNİVERSİTETİ
İQTİSAD FAKÜLTƏSİ**

DÜNYA TƏSƏRRÜFATININ QLOBALLAŞMASI

Dərs vəsaiti

**İqtisad elmləri doktoru, professor M.N.Osmovannın, iqtisad elmləri
namizədi, dosent A.V.Boyçenkonun redaktəsi ilə**

**İqtisad ixtisasları üzrə təhsil alan ali məktəb tələbələri üçün
dərs vəsaiti qismində klassik universitet təhsili üzrə
Tədris-metodiki birliyi tərəfindən tövsiyə edilmişdir**

BAKI- 2008

417

KBT 65.5
UOT 339.9
D 97

**Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin «Fəlsəfə»
kafedrasının əməkdaşları dos. R.Səmədov və
dos. L.Hümmətova tərəfindən rus dilindən
tərcümə edilmişdir**

**D 97 Dünya təsərrüfatının qloballaşması: Dərslik/
Rus dilindən tərcümə. Bakı: «İqtisad Universiteti»
nəşriyyatı, 2008**

«Dünya təsərrüfatının qloballaşması» adlı dərş vəsaitində dünya iqtisadiyyatının qloballaşmasının mahiyyəti, amilləri, təzahür formaları və sosial-iqtisadi nəticələri, dövlət və beynəlxəq iqtisadi təşkilatlarının rolunun təkamülü və həmçinin qloballaşma kontekstində Rusiya iqtisadiyyatının transformasiyası problemləri araşdırılır.

Tələbə, kadrların yenidən hazırlama kurslarının dinləyiciləri, aspirantlar, müəllimlər, elmi və praktiki işçilər üçün nəzərdə tutulmuşdur.

Təhsilin inkişafının innovasiya layihəsinin «Sosial-iqtisadi fənnlərin tədrisinin təkmilləşməsi» adı altında proqram çərçivəsində Kadr Hazırlanmasının Milli Fondunun (KHMФ) yardımı ilə hazırlanmışdır.

ISBN 5-16-002032-2

© Экономический факультет МГУ
им М.В.Ломоносова
© Оформление. ИНФРА –М, 2006
© «İqtisad Universiteti», 2008

*M.V.Lomonosov adına Moskva Dövlət
Universitetinin 250 illiyinə həsr olunur*

Hörmətli oxucu!

Bu dərs vəsaiti universitetdaxili iqtisadi təhsilin məzmun və strukturunun yeniləşdirilməsi məqsədilə fakültə kollektivi tərəfindən aparılmış uzunmüddətli işin nəticəsi olaraq "M.V.Lomonosov ad. MDU iqtisadiyyat fakültəsinin dərslikləri" silsiləsi çərçivəsində çapa buraxılır.

Ölkənin bazar münasibətlərinə keçidi iqtisadçı peşəsinə yenidən müraciət edilməsini, əvvəllər tələb olunmayan və ola bilsin ki, "burjua" iqtisadi fikrinin məhdud tənqidçilər dairəsinə məlum olan biliklərin mənimsənilməsi və tətbiq edilməsini tələb etmişdir.

Yeni iqtisad yönümlü fənlərin daxil edilməsi və bir sıra ənənəvi xarakter daşıyan fənlərin yeniləşdirilməsi vasitəsilə iqtisadi təhsilin məzmun etibarilə zənginləşdirilməsi üçün müəllimlərin yenidən təhsil alması və dərslik probleminin həll edilməsi lazım idi. Yeni fənlərin tədris planlarına daxil edilməsinin ilk cəhdləri bunun bir pillə çərçivəsində mümkün olmamasını göstərmişdir və buna görə də məzmunun yeniləşdirilməsilə yanaşı, təhsilin iki pilləli sistemə keçməsi problemini də həll etmək lazım idi.

Arxada qalmış 10 il ikipilləli "bakalavr-magistr" təhsil sisteminin texnologiyasının mənimsənilməsi dövrüdür və bu sistem mütəxəssislərin paralel şəkildə hazırlanması olmadan fakültə tərəfindən həyata keçirilir. Ölkənin Bolonya prosesinə qoşulması həmin keçidin mütləq səciyyə daşmasını təsdiqləyir.

Həmin illər ərzində müəllim heyyyətinin yenidən hazırlanması işi aparılırdı: fakültənin təxminən 160 müəllimi beynəlxalq əməkdaşlıq proqramları sayəsində orta hesabla azı iki dəfə ən yaxşı xarici universitetlərdə təcrübə keçmişdi.

Dərsliklərlə əlaqədar onu qeyd edək ki, əvvəllər müəllimlərimiz tərəfindən xeyli hissəsi rus dilinə tərcümə edilmiş xarici ölkələrin ən yaxşı dərsliklərindən istifadə etmək

məcburiyyətində idik. Hal-hazırda özümüzə məxsus keyfiyyətli dərsliklərin hazırlanması vaxtı gəlib çatmışdır. Müəllim heyəti öz orijinallığı ilə seçilən, tədris təcrübəsinə əsaslanan və dinləyicilərin hazırlıq səviyyəsinə görə fərqləndirilən (bakalavrlar proqramı üzrə dərsliklər və magistrlər proqramı üzrə dərsliklər) dərslik və dərs vəsaitlərinin hazırlanması üçün bütün imkanlara malikdir.

Ümumdünya bankı tərəfindən maliyyələşdirilən RF Təhsil Nazirliyinin İnnovasiya layihəsində fakültəmizin də iştirak etməsi həmin məsələnin həll edilməsinə təsir göstərmişdir. Milli kadrların hazırlanmasına fondu layihənin bilavasitə icrası olmuşdur.

Həmin layihənin iştirakçısı olması sayəsində fakültə öz tərəfindən hazırladığı "MDU-də ali iqtisadi təhsilin təkmilləşdirilməsi" adlı layihəni gerçəkləşdirmiş və bunun müqabilində iqtisadiyyat fakültəsinin müəllimləri iqtisadçı və menecer ixtisaslarının hazırlanmasını nəzərdə tutan əsas fənlər üzrə 74 dərslik və dərs vəsaiti yazıb təqdim etmişlər.

Biz hesab edirik ki, yuxarı pillələrdə fəaliyyət göstərən idarəetmə və iqtisadçıların mükəmməl şəkildə hazırlanılması üçün nəzərdə tutulan bu dərsliklər universitetlərə xas olan iqtisadi fikrin ən böyük nailiyyətlərini tam şəkildə özündə əks etdirir.

Hal-hazırda MDU-nun iqtisadiyyat fakültəsində 3000-dən çox tələbə təhsil alır, fakültə ölkədə iqtisadiyyat üzrə ən böyük magistr və iqtisadçı ixtisaslarına yiyələnən çoxsaylı aspirant heyətinə malikdir. Həyata keçirdiyimiz təhsildə ümumi xarakter daşıyan fənn və xüsusi kursların sayı artıq 300-ü keçmişdir. Ümumi xarakter daşıyan kursların bir hissəsi göstərilən dərsliklər silsiləsində təqdim edilir.

Adı çəkilən dərsliklər silsiləsinin təkmilləşdirilməsi naminə səslənən irad və təkliflərinizi fakültənin kollektivi minnətdarlıqla qəbul etməyə hazırdır.

V.P.KOLESOV
professor, iqtisad elmləri doktoru,
M.V.Lomonosov adına MDU-nun iqtisadiyyat
fakültəsinin dekani

MÜNDƏRİCAT

MÜQƏDDİMƏ.....	VII	
FƏSİL I	QLOBAL DÜNYA TƏSƏRRÜFATININ FORMALAŞMASI: ANLAYIŞI, SƏBƏBLƏRİ, APARICI QÜVVƏLƏRİ ..	1
	1.1. DÜNYA İQTİSADİYYATININ QLOBALLAŞMASI ANLAYIŞI	1
	1.2. DÜNYA İQTİSADİYYATINDA QLOBALLAŞMA AMİLLƏRİ VƏ APARICI QÜVVƏLƏRİ.....	8
	1.3. DÜNYA İQTİSADİYYATININ QLOBALLAŞMASI PROSESLƏRİNİN NƏTİCƏLƏRİ.....	25
	1.4. QLOBALLAŞMA ŞƏRAİTİNDƏ DÜNYA TƏSƏRRÜFATININ TƏNZİMLƏNMƏSİ VƏ DÖVLƏTİN ROLU..	31
	1.5. ANTİQLOBALİZM FENOMENİ	44
FƏSİL II	ƏMTƏƏ BAZARLARININ QLOBALLAŞMASI.....	48
	2.1. ƏMTƏƏ BAZARLARININ QLOBALLAŞMASININ SƏBƏBLƏRİ.....	48
	2.2. QLOBALLAŞMA ŞƏRAİTİNDƏ BAZARIN STRUKTUR SAHƏLƏRİNİN DƏYİŞMƏSİ.....	53
	2.3. İNFORMASIYA İNQİLABI.....	55
	2.4. ƏMTƏƏ BAZARLARININ QLOBALLAŞMASI ŞƏRAİTİNDƏ KOMPANİYALARIN BÖLGÜ KANALLARI.....	58
	2.5. ƏMTƏƏ BAZARLARININ QLOBALLAŞMASI ŞƏRAİTİNDƏ KOMPANİYALARIN STRATEGİYALARI.....	63
	2.6. QLOBAL ƏMTƏƏ BAZARLARINDA MAARKETİNG.....	70
	2.7. QLOBAL XİDMƏTLƏR BAZARININ FORMALAŞMASI.....	87
Fəsil III	DÜNYA MALİYYƏ BAZARLARI.....	106
	3.1. DÜNYA TƏSƏRRÜFATININ QLOBALLAŞMASI VƏ DÜNYA MALİYYƏ BAZARLARININ İNKİŞAFI; ONLARIN QARŞILIQLI ƏLAQƏSİ VƏ QARŞILIQLI ASİLİLİĞİ.....	107
	3.2. DÜNYA MALİYYƏ AXINLARI.....	109
	3.3. QLOBALLAŞMA ŞƏRAİTİNDƏ DÜNYA MALİYYƏ BAZARLARININ FUNKSİYALARI VƏ STRUKTURU.....	120
	3.4. QLOBALLAŞAN DÜNYA TƏSƏRRÜFFATINDA DÜNYANIN MALİYYƏ MƏRKƏZLƏRİ.....	125
	3.5 DÜNYA MALİYYƏ BAZARLARININ QLOBALLAŞMASININ YEKUNLARI.....	134

Fəsil IV	DÜNYA İQTİSADİYYATININ QLOBALLAŞMASI ŞƏRAİTİNDƏ ƏMƏK BAZARI.....	140
	4.1. BEYNƏLXALQ TİCARƏT VƏ MİLLİ ƏMƏK BAZARLARI.....	142
	4.2. XARİCİ İNVESTİSİYALAR, KAPİTALIN BEYNƏLXALQ MİQYASDA HƏRƏKƏTİ VƏ MİLLİ ƏMƏK BAZARLARI.....	147
	4.3. BEYNƏLXALQ ƏMƏK MİQRASIYASI DÜNYA İQTİSADİYYATININ QLOBALLAŞMASININ AMİLİ VƏ NƏTİCƏSİDİR.....	151
	4.4. MİLLİ ƏMƏK BAZARLARININ TƏŞKİLİ VƏ TƏNZİMLƏNMƏSİ PRİNSİPLƏRİNİN YAXINLAŞMASI. BEYNƏLXALQ TƏŞKİLATLAR VƏ İNTEQRASIYA BİRLİKLƏRİNİN ROLU.....	164
FƏSİL V	DÜNYA İQTİSADİYYATINDA REGIONALLAŞMA PROSESLƏRİ.....	170
	5.1. REGIONLAŞMANIN MÜASİR MƏRHƏLƏSİNİN MAHİYYƏTİ, İLKİN ŞƏRTLƏRİ VƏ XÜSUSİLİYİ.....	170
	5.2. BEYNƏLXALQ İQTİSADI İNTEQRASIYANIN FORMALARI.....	187
	5.3. DÖVLƏTLƏRARASI İNTEQRASIYANIN MODEL-LƏRİ: REGIONAL ASPEKT.....	193
Fəsil VI	QLOBAL KORPORASIYALAR.....	222
Fəsil VII	QLOBALLAŞMA PROSESİNDƏ İNFORMASIYA SAHƏSİNİN ROLU.....	240
	7.1. ELEKTRON KOMMERSİYADA MÖVCUD OLAN MÜASİR MEYLLƏRİN XARİCİ KAMPANIYALARIN FƏALİYYƏTİNƏ TƏSİR GÖSTƏRMƏSİ.....	240
	7.2. İNFORMASIYA TEXNOLOGİYALARI VƏ XARİCİ KAMPANIYALARIN FƏALİYYƏTİNDƏ LOGİSTİKANIN İNKİŞAF ETMƏSİ.....	261
FƏSİL VIII	MÜASİR DÖVRÜN QLOBAL PROBLEMLƏRİ.....	280
	8.1. QLOBAL PROBLEMLƏRİN MAHİYYƏTİ VƏ ƏSAS TƏZAHÜRLƏRİ.....	280
	8.2. QLOBAL MARKETİNG MÜASİR QLOBAL PROBLEMLƏRİN ƏKS OLUNMASIDIR.....	288
Fəsi IX	QLOBALLAŞMA ŞƏRAİTİNDƏ DÖVLƏTİN ROLU.....	311
Fəsil X	QLOBALLAŞMA ŞƏRAİTİNDƏ BEYNƏLXALQ İQTİSADI TƏŞKİLATLARIN MEXANİZMİ VƏ FUNKSIYALARININ TƏKAMÜLÜ.....	320

FƏSİL XI	FƏRQLİ İNKİŞAF SƏVİYYƏSİNƏ MALİK OLAN ÖLKƏLƏRƏ QLOBALLAŞMANIN TƏSİR ETMƏSİ XÜSUSİYYƏTLƏRİ.....	334
	11.1. QLOBALLAŞMA ŞƏRAİTİNDƏ DÜNYA TƏSƏR-RUFATININ ƏTRAFI VƏ MƏRKƏZİ.....	334
	11.2. DÜNYA BİRLİYİNDƏ BAŞ VERƏN SOSİAL-İQTİSADİ KONVERGENSİYA/DİVERGENSİYA PROSESLƏRİ.....	342
	11.3. QLOBALLAŞMA PROSESLƏRİNDƏ AYRI-AYRI ÖLKƏLƏRİN VƏ ÖLKƏ QRUPLAŞMALARININ YERİ...	346
FƏSİL XII	QLOBALLAŞMANIN SOSİAL ASPEKTLƏRİ.....	363
	12.1. DÜNYA İQTİSADİYYATININ QLOBALLAŞMASI, SOSİAL-İQTİSADİ BƏRABƏRSİZLİK VƏ CƏMİYYƏTİN STRATİFİKASİYASINDAKI DƏYİŞİKLİKLƏR.....	364
	12.2. BAZAR İQTİSADİYYATINDA İCTİMAİ NƏZARƏT PROBLEMİ VƏ QLOBALLAŞMA ŞƏRAİTİNDƏ İCTİMAİ SEKTÖRÜN XÜSUSİLİYİ.....	371
	12.3. DÜNYA BİRLİYİNDƏ QLOBALLAŞMA PROSESLƏRİNİN QAVRANILMASI.....	379
Fəsil XIII	RUSİYA İQTİSADİYYATININ QLOBALLAŞMA KONTEKSTİNDƏKİ TRANSFORMASİYASI.....	383
	13.1. RUSİYA İQTİSADİYYATININ VƏZİYYƏTİ VƏ ÖLKƏNİN XARİCİ İQTİSADİ ƏLAQƏLƏRİ.....	383
	13.2. RUSİYA İQTİSADİYYATININ RƏQABƏTƏ DAVAMLILIĞI VƏ ONU MÜƏYYƏN EDƏN AMİLLƏR.....	392
	13.3. RUSİYANIN XARİCİ İQTİSADİ MÜNASİBƏTLƏRİNİN MALİYYƏ ASPEKTLƏRİ.....	397
	13.4. RUSİYANIN QLOBALLAŞMA PROSESLƏRİNDƏ İŞTİRAK ETMƏ İMKANLARI.....	405
	TÖVSIYYƏ EDİLƏN ƏDƏBİYYAT.....	409

MÜQƏDDİMƏ

Dünya iqtisadiyyatında qloballaşmanın mahiyyəti və nəticələri intensiv tədqiqatların şiddətli siyasi və elmi mübahisələrin predmetinə çevrilmişdir. Əsasən son on beş-iyirmi il ərzində qloballaşma prosesi daha güclü şəkildə inkişaf etməyə başlanmışdır.

Bu problemə həsr olunmuş bir çox tədqiqatların diqqətlə öyrənilməsi göstərir ki, qloballaşma anlayışı ilə bağlı ticarət, istehsal və maliyyədə məhz hansı inkişaf meyillərinin iqtisadiyyatın qloballaşması prosesinə daha çox müsbət təsir göstərməsi ilə əlaqədar tədqiqatçılar arasında ciddi fikir ayrılığı mövcud olmuşdur.

Dərs vəsaitinin əsas qayəsi ondan ibarətdir ki, dünya təsərrüfatının xarakterinin dəyişməsində son illər ərzində keyfiyyət sıçrayışı baş verir. Qloballaşma nəinki müxtəlif ölkələr arasındakı iqtisadi, sosial və digər münasibətlərin qurulub inkişaf etməsini gerçəkləşdirir, həmçinin, bu münasibətlərin son dərəcə əhəmiyyətli olmasına səbəb olur. Beynəlxalq iqtisadi münasibətləri səciyyələndirən qarşılıqlı asılılıq, qarşılıqlı əlaqə və qarşılıqlı şərtləndirmə sabitləşməyə doğru meyl edir.

Qlobal iqtisadiyyatın formalaşmasına təsir göstərən hərəkətverici qüvvələrin araşdırılmasına da kitabda xeyli diqqət yetirilir. Qloballaşmanın təzahürləri iki səviyyəli çərçivədə, yəni, makro və mikro səviyyədə təhlil edilir. İlk əvvəl bu transmilli korporasiyalardır, hansı ki, pulunu bir çox ölkələrdə dövriyyəyə buraxır, daxilində böyük maliyyə axınları və yeni texnologiyaların hərəkət etdiyi geniş iqtisadi sferalar yaradır.

İqtisadiyyatın qloballaşması şəraitində cərəyan edən beynəlxalq iqtisadi münasibətlər təsərrüfat fəaliyyətinin yeni subyektlərini üzə çıxardır. Kapitalın inkişaf etmiş ölkələr arasında hərəkət etməsi xüsusilə, şirkətlərin qarışmasına və birləşməsinə yönəlmiş beynəlxalq əməliyyatların keçirilməsi ilə bağlıdır.

Yaxın keçmişdə oyun qaydalarını müəyyən edən və onların əməl olunmasına fiziki və hüquqi şəxsləri məcbur edən dövlət milli subyektlər, ölkələr arasındakı mövcud münasibətlərin yeganə hərəkətverici qüvvəsi olmuşdur. Bazar tənzimləyiciləri inkişaf etdikcə dövlət və bazar tənzimlənməsi arasında müəyyən bir simbioz yaranır. Bundan başqa, dərs vəsaitində qeyd edildiyi kimi bir sıra iqtisadi və xüsusilə maliyyə-kredit sahəsində baş verən proseslər artıq bir dövlətin tənzimləyici fəaliyyətindən asılı vəziyyətdə qalmır və burada bir çox ölkələr tərəfindən razılaşıdırılmış tədbirlərin görülməsinə, Beynəlxalq Valyuta Fondu, Dünya Bankı, Ümumdünya ticarət təşkilatı kimi beynəlxalq iqtisadi qurumların fəaliyyətinə ehtiyac duyulur.

Beynəlxalq institutların yeni təsiretmə prinsipləri ilə yanaşı, dövlətin rolu dəyişir, onun yeni funksiyaları əmələ gəlir.

Qloballaşma hər şeydən əvvəl dərs vəsaitində araşdırılmasına xüsusi diqqət yetirilmiş maliyyə bazarının formalaşması ilə nəticələnən maliyyə tədavülü sahəsini əhatə edir.

İqtisadi inteqrasiya iqtisadiyyatın qloballaşmasına çox yaxındır; bu anlayışlar mürəkkəb qarşılıqlı dialektik əlaqə təşkil edir. Lakin bir-biri ilə eyniləşdirilmir. İnteqrasiya ittifaqlar dövlət və milli iqtisadiyyatların regional birliyini qüvvətləndirir. Eyni zamanda daha yüksək səviyyəli qlobal birlik üçün zəmin yaradır. Müəlliflər belə qənaətə gəlirlər ki, inteqrasiya birliklərinin mütəşəkkil, səmərəlilik səviyyəsindən asılı olaraq regional inteqrasiyanın baş verməsi nəticəsində iqtisadiyyatın qloballaşması prosesi ya sürətlənir, ya da ləngiyir.

Dərs vəsaitində qloballaşmanın ziddiyyətli xarakter daşıyan prosesləri də araşdırılır. Buna misal olaraq inkişaf etmiş və inkişaf edən ölkələr arasında artan differensiasiya, dünya fond bazarının tənzimlənməməsi, dünya miqyasındakı rəqabətin yeni xarakter daşmasını və digərlərini göstərmək olar.

Kitabda qloballaşan dünyada Rusiyanın tutduğu yer probleminə, beynəlxalq miqyaslı təsərrüfat əlaqələrində bizim ölkənin iştirakını müəyyən edən amillərin xüsusiyyətlərinə, onun rəqabətə davamlılığının artmasına böyük diqqət yetirilir.

Dərs vəsaitində ona iddia edilmir ki, inkişafı başlanğıc mərhələsində olan dünya təsərrüfatının rəngarəngliyi və dinamikliyi ilə seçilən qloballaşma prosesi burada ətraflı və dolğun şəkildə açıqlanmışdır. Müəlliflər qloballaşmanın təsiri nəticəsində dünya təsərrüfatında baş verən proseslər haqqında sistemləşdirilmiş və ümumiləşdirilmiş təsəvvürün yaradılmasına cəhd etmişlər. Müasir şəraitdə qloballaşan dünya təsərrüfatının inkişafında meyl və problemlərin dərinədən öyrənilməsi böyük əhəmiyyətə malikdir. Çünki o nəinki nəzəri, idraki və həmçinin praktiki baxımdan iqtisadi və siyasi əhəmiyyət kəsb edir.

Dərs vəsaiti M.V.Lomonosov adına Moskva dövlət Universitetinin iqtisadiyyat fakültəsinin xarici ölkələr iqtisadiyyatı və xarici iqtisadi əlaqələr kafedrasının müəllimləri tərəfindən hazırlanmış və iqtisad yönümlü ali məktəb və fakültələrin tələbə və aspirantları, xarici iqtisadi siyasət strategiyasının işlənməsi məsələləri, onun əməli baxımdan gerçəkləşdirilməsi ilə məşğul olan müəllim, elmi əməkdaş və praktiki sahədə fəaliyyət göstərən işçilər üçün nəzərdə tutulmuşdur.

Dərs vəsaitinin hazırlanmasında aşağıdakılar iştirak etmişlər: prof. M.N.Osmova (Müqəddimə, fəsil I, XIII), prof. V.F.Jelezova (f.III), iqt.elm.dok. E.A.Kasatkina (f.II(2.1.-2.6.),VII,VIII), iqt.elm.nam. V.A.Zubenko (f. II (2.7.), VI, IX, X), iqt.elm.nam. A.V.Boyçenko, iqt.elm.nam. E.V.Talızına (f.V), iqt.elm.nam. A.K.Lyamenkov (f.IV, XI, XII).

Müəlliflər təşkilati-yardım fəaliyyətinə görə, E.V.Talızınaya öz minnətdarlığını bildirirlər.

Учебное издание

**ГЛОБАЛИЗАЦИЯ
МИРОВОГО ХОЗЯЙСТВА**

Учебное пособие

Редактор: *Т.И.Никитина*
Компьютерная верстка: *Г.А.Волковой*

*Çapa imzalanıb 22. 02. 2008. Kağız formatı 60x84 1/16.
Həcmi 26 ç.v. Sifariş 10. Sayı 500.*

*" İqtisad Universiteti " nəşriyyatı.
AZ 1001, Bakı, İstiqlaliyyət küçəsi, 6*

Qrant layihəsi əsasında qeyri-kommersiya xarakterli nəşr.