

**GÜLNİSƏ MUSTAFAYEVA
SAMİRƏ MƏMMƏDOVA**

BAZAR İNFRASTRUKTURU

Dərs vəsaiti

Azərbaycan Kooperasiya Universitetinin
Elmi-Metodiki Şurasının 27 aprel 2018-ci il
tarixli 08 sayılı protokolu ilə təsdiq edilmiş
və nəşrə tövsiyə edilmişdir.

“Kooperasiya” nəşriyyatı
Bakı - 2018

Elmi redaktor: Azərbaycan Kooperasiya Universitetinin
“Beynəlxalq iqtisadi münasibətlər”
kafedrasının müdiri,
i.e.d., prof. **G.Ə.Gənciyev**

Rəyçilər: Bakı Dövlət Universitetinin “İqtisadiyyat
və idarəetmə” kafedrasının müdiri,
i.e.d., prof. **A.M.Məhərrəmov**

Azərbaycan Kooperasiya Universitetinin
Ümumi işlər üzrə prorektoru,
i.e.n., dos. **T.Ş.Şükürov**

G.Ə.Mustafayeva, S.Y.Məmmədova. Bazar infrastruktur.
Dərs vəsaiti. Bakı, 2018. “Kooperasiya” nəşriyyatı, 360 səh.

Azərbaycanda bazar infrastrukturunu və onun ayrı-ayrı elementlərinin formalaşması və inkişaf etdirilməsi müasir dövrdə mühüm və aktual məsələdir. Dərs vəsaitində Azərbaycanda fəaliyyət göstərən və ölkə iqtisadiyyatının inkişafına bilavasitə təsir edən və müəyyən istiqamətlərdə tənzimlənməsində iştirak edən müxtəlif bazarların fəaliyyətindən bəhs edilir. Burada hazırda ölkədə fəaliyyət göstərən on üç bazarın: əmtəə və xidmətlər, istehsal vasitələri, daşınmaz əmlak, işçi qüvvəsi, innovasiya, investisiya, lizinq, sığorta, maliyyə, informasiya, reklam və konsalting bazarlarının strukturu və infrastrukturlarının vəziyyəti, fəaliyyət səviyyəsi və inkişafı geniş həcmdə nəzərdən keçirilir.

Dərs vəsaiti iqtisad yönümlü ali məktəblərin tələbələri, magistrləri, aspirantları, həmçinin müəllimlər və elmi işçilər üçün nəzərdə tutulur.

MÜNDƏRİCAT

Giriş.....	7
-------------------	----------

MÖVZU 1. Bazar infrastrukturunun formalaşma xüsusiyyətləri və inkişaf istiqamətləri

1 Bazar infrastrukturunu fənninin predmeti, məqsədi və vəzifələri.....	12
2 Bazar anlayışı, mahiyyəti və funksiyaları.....	16
3 İnfrastrukturların sosial-iqtisadi mahiyyəti.....	23
4 Azərbaycanda bazar infrastrukturalarının formalaşması xüsusiyyətləri və inkişafı.....	29

MÖVZU 2. Bazar infrastrukturunun təkamülü və vəzifələri

1 “Struktur” və “infrastruktur” haqqında anlayış.....	34
2 Bazar infrastrukturunun yaranma tarixi.....	38
3 Bazar infrastrukturunda sərbəst bazarların formalaşması....	42
4 Bazar infrastrukturunun təsnifatı.....	46

MÖVZU 3. Bazar infrastrukturunun əsas elementləri və funksiyaları

1 Bazar infrastrukturunun əsas elementləri.....	53
2 Bazar infrastrukturunun funksiyaları.....	61
3 Birjalar və bazar iqtisadiyyatında onun rolu.....	65

MÖVZU 4. Əmtəə və xidmətlər bazarının infrastrukturunu

1 Əmtəə və xidmətlər bazarının mahiyyəti və əsas elementləri.....	77
2 Əmtəə və xidmətlər bazarı infrastrukturunun funksiyaları və elementləri.....	84
3 Əmtəə və xidmətlər bazarının fəaliyyətinin səmərəli təşkilində infrastrukturun rolu.....	91

MÖVZU 5. İstehsal vasitələri bazarının infrastrukturunu

1 İstehsal vasitələri bazarının mahiyyəti.....	96
2 İstehsal vasitələri bazarının formalaşma xüsusiyyətləri....	101
3 İstehsal vasitələri bazarının spesifik xüsusiyyətləri.....	110
4 İstehsal vasitələri bazarının infrastruktur təminatı.....	115

MÖVZU 6. Daşınmaz əmlak bazarı

1 Daşınmaz əmlak bazarının mahiyyəti və təsnifatı.....	119
2 Daşınmaz əmlak bazarının funksiyaları.....	124
3 Daşınmaz əmlak bazarının segmentləri.....	132
4 Daşınmaz əmlak bazarının infrastrukturları.....	135

MÖVZU 7. Əmək bazarının infrastrukturunu

1 Əmək bazarının mahiyyəti və təsnifatı.....	139
2 Əmək bazarının infrastrukturunun funksiyaları, elementləri və subyektləri.....	149
3 Əmək bazarı infrastrukturlarına təsir edən amillər.....	157
4 Əmək bazarının təkmilləşdirilməsi istiqamətləri.....	165

MÖVZU 8. İnnovasiya bazarının infrastrukturunu

1 İnnovasiya fəaliyyətinə kömək edən infrastruktur.....	170
2 İnnovasiya bazarının fəaliyyət xüsusiyyətləri.....	176
3 İnnovasiya bazarının inkişaf amilləri.....	183
4 İnnovasiya bazarının dövlət tənzimlənməsi.....	186
5 Texnoparkların mahiyyəti və əsas xüsusiyyətləri.....	189
6 Texnoparklardan səmərəli istifadə edilməsində dünya təcrübəsi.....	193
7 Azərbaycanda innovasiya bazarı infrastrukturunun müasir vəziyyəti.....	197

MÖVZU 9. İnvestisiya bazarı

1 İnvestisiya haqqında anlayış.....	203
2 İnvestisiya bazarının xüsusiyyətləri.....	206

3	İnvestisiya bazarının strukturu və infrastrukturunu.....	210
4	İnvestisiya bazarının funksiyaları.....	218
5	Azərbaycan Respublikasının investisiya siyasətinin əsas istiqamətləri.....	221

MÖVZU 10. Lizinq bazarı

1	Lizinq haqqında anlayış və əsas xüsusiyyətləri.....	225
2	Lizinq bazarı və onun əsas parametrləri.....	231
3	Lizinq bazarının strukturu və infrastrukturunu.....	236
4	Lizinq müqavilələrinin bağlanma prosedurları.....	240
5	Milli lizinq bazarının infrastrukturunun formalaşması.....	243

MÖVZU 11. Sığorta bazarının infrastrukturunu

1	Azərbaycanda sığorta sisteminin yaranması və inkişafı....	247
2	Sığorta haqqında anlayış, sığortanın növləri.....	256
3	Sığorta bazarı: funksiyaları, xüsusiyyətləri.....	268
4	Sığorta bazarının infrastrukturunu.....	280

MÖVZU 12. Maliyyə bazarı infrastrukturunu

1	Maliyyə bazarı, funksiyaları və strukturu.....	291
2	Qiymətli kağızlar bazarının funksiyaları və strukturu.....	296
3	Maliyyə bazarı infrastrukturunu və onun xarakteristikası.....	305
4	Maliyyə bazarının infrastruktur elementləri.....	308

MÖVZU 13. İnformasiya bazarı infrastrukturunu

1	İnformasiya iqtisadi resurs kimi.....	311
2	İnformasiya bazarının məqsədi və vəsifəsi.....	315
3	İnformasiya bazarının konsepsiyası və strukturu.....	320
4	İnformasiya bazarının infrastrukturunu.....	323

Mövzu 14. Reklam bazarının infrastrukturunu

1	Reklam bazarının iqtisadi əsasları.....	328
2	Reklam bazarı subyektləri.....	330

3 Reklam bazarının təsnifatı və funksiyaları.....	331
4 Reklam bazarının infrastrukturunu və ümumi xarakteristikası..	334
5 Azərbaycanda reklam bazarının vəziyyəti.....	339

MÖVZU 15. Konsaltinq bazarı

1 Konsaltinq xidməti və mahiyyəti.....	343
2 Konsaltinq bazarının xüsusiyyətləri.....	348
3 Konsaltinq xidmətləri bazarının obyektləri və subyektləri.....	351
4 Konsaltinq bazarının strukturu və infrastrukturunu.....	354
Ədəbiyyat siyahısı.....	358

GİRİŞ

Məlum olduğu kimi, bu gün cəmiyyətdə həm məhsuldar qüvvələr, həm də iqtisadi münasibətlər irəliləməkdə, təkmilləşməkdə və mütarəqqi meyillərlə inkişaf etməkdədir. Bu prosesdə cəmiyyətin tərkib ünsürləri, komponentləri kimi infrastruktur-lar, o cümlədən bazar infrastruktur-ları, onlarla birlikdə artır və inkişaf edir. Bu zaman elmi-texniki tərəqqi ilə üzvi əlaqədar olaraq, bazar infrastruktur-ları daim həm kəmiyyətə, həm də keyfiyyətə daha mütarəqqi dəyişikliklərə istiqamət götürürlər. Ölkəmizdə sivil bazar münasibətləri inkişaf edərək tam həllini tapdıqca, bütün növ infrastruktur-lar, o cümlədən bazar infra-struktur-u da sürətlə inkişaf edəcək və sivilizasiyalı sosial-iqtisadi quruluşun komponentləri içərisində özünəməxsus yer tutacaqdır.

Məlumdur ki, Azərbaycan demokratik bir cəmiyyət qurmağı qarşısına məqsəd qoymuşdur. Bu məqsədlə dünyanın inkişaf etmiş dövlətlərinin ictimai - iqtisadi quruluşunun müsbət keyfiyyətləri, onların qabaqcıl təcrübəsi öyrənilərək, öz milli xüsusiyyətləri və tarixi şəraitimiz nəzərə alınmaqla tətbiq edilməyə başlanmışdır. Bu dövr yeni mahiyyətli iqtisadi sistemin, bazar iqtisadi sisteminin ilkin təməli olan şəxsi mülkiyyətin yaranması və fəaliyyəti ilə başlayır. Səmərelili bazar münasibətlərinə keçid iqtisadiyyatında yalnız özəl, xüsusi mülkiyyətin üstün fəaliyyətdə olması ilə uğur qazanıla bilər. Bunun üçün Azərbaycanda aşağıdakı bir sıra sosial-iqtisadi tədbirlərin həyata keçirilməsi lüzumu yaranmışdır. Belə ki, bütün iqtisadi struktur-ların bazar iqtisadiyyatı qanunlarına uyğun olaraq yenidən qurulması; təsərrüfat subyektləri üçün bazar iqtisadiyyatı mühitinin yaradılması; ayrı-ayrı infrastruktur sahələrinin formalaşması, yaradılması və inkişaf etdirilməsi və s.-ni qeyd etmək olar.

Dövlətin tənzimləmə siyasəti inzibati-idarəetmə müdaxiləsindən kəskin fərqlənən bir prosesdir. Bazar münasibətləri şə-

raitində iqtisadiyyatın tənzimlənməsi mexanizmində dolayı və birbaşa tənzimləmə metodlarından istifadə edilir. Dövlətin iqtisadi siyasətinin əsasını təşkil edən bilavasitə və ya dolayı metodlar silsiləsinə aşağıdakılar aiddir: maliyyə-kredit və pul tənzimlənməsi, büdcə və vergi siyasəti, büdcə xərcləri və gəlirlərin tənzimlənməsi, idxal-ixrac siyasəti, kapitalın hərəkət balansı və s. Bu tənzimlənmə metodlarının tətbiqi bütövlükdə ölkənin iqtisadi inkişafından və bazar mexanizminin fəaliyyətindən asılıdır. Birbaşa tənzimləmə metodlarının tətbiqi dövlətin iqtisadiyyata birbaşa təsiri ilə səciyyələnir. Buraya aşağıdakılar aiddir: bazarın tənzimlənməsi; ətraf mühitin qorunması, standartların hazırlanması və üzərində nəzarət, əhəlinin yaşayışının minimum parametrlərinin qorunub saxlanılması, ixracın lisenziyalasdırılması və xarici investisiyaların üzərində dövlət nəzarəti.

Müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində Azərbaycanda bazar infrastrukturları bu və ya digər formada tənzimlənilir. Hazırda onların bəzi sahələri zəif, bəziləri isə güclü inkişaf etdirilir. Bazar infrastrukturalarının bir çox sahələri indi formalaşmağa başlayır.

Bazar infrastrukturunu bütün iqtisadiyyatın tərkib hissəsi olub, iqtisadi funksiyaları yerinə yetirmək üçün imkan və şərait yaradır. Mənşəyi və təbiətinə görə bazar infrastrukturunu canlı orqanizm kimi iqtisadi sistemə nüfuz etmiş və onun fəaliyyətini təmin edən institutların bütöv bir kompleksidir. Onun özünəməxsus spesifik məzmunu, sərhədləri daxilində fəaliyyət göstərən bazarların xüsusiyyətləri ilə müəyyən olunur. Deməli, bazar infrastrukturunu ən müxtəlif meyarlar əsasında bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqədə fəaliyyət göstərən sərbəst bazarlardan ibarətdir.

Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyinin İqtisadi İslahatlar Mərkəzinin apardığı tədqiqatlar və elmi ədəbiyyatların ümumiləşdirilməsi və mövcud vəziyyətin təhlili bazar infrastrukturalarının aşağıdakı müstəqil bazarlardan ibarət olduğunu göstərir. Bunlara əmtəə və xidmətlər bazarı, istehsal vasitələri bazarı, daşınmaz əmlak bazarı, işçi qüvvəsi bazarı, innovasiya

bazarı, investisiya bazarı, lizinq bazarı, sığorta bazarı, maliyyə bazarı, informasiya bazarı, reklam bazarı, konsaltinq bazarı aiddir.

Müasir iqtisadi inkişaf nöqteyi-nəzərindən infrastruktur anlayışı daha dərin və bütöv məzmunu malikdir. Lakin bazar təsərrüfatçılığı sistemində infrastruktur amillərindən istifadə məsələləri səmərəlilik baxımından özünün başlanğıc və ilkin mərhələsindədir. Ölkə iqtisadiyyatının bütün sahələrində aparılan iqtisadi islahatlar bu sahədə artıma gətirib çıxarmışsa da, bəzən geriləmə halları da müşahidə olunmaqdadır. Bu sahədə mövcud çatışmazlıqların aradan qaldırılması üçün istehsal və bazar infrastrukturunun kompleks şəkildə formalaşdırılması və inkişaf etdirilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Məlumdur ki, infrastruktur sahələr təsadüfən meydana çıxmamış, cəmiyyətin və insanların obyektiv tələbatı və həmin tələbatın getdikcə artmasına uyğun yaranaraq inkişaf etmişdir. Beləliklə, infrastrukturun cəmiyyət həyatının, o cümlədən ölkə iqtisadiyyatının inkişafında rolu danılmazdır.

Göstərilən bu bazarların hamısı eyni səviyyədə inkişaf etməmişdir. Onların hər birinin səmərəli fəaliyyəti və qarşılıqlı əlaqəsi inkişaf etmiş bazar infrastrukturunu şəraitində mümkündür.

Təqdim olunan dərslərdə sərbəst bazarların təsnifatı, məzmunu və mahiyyəti, bazar iqtisadiyyatında tutduğu yeri və rolu, ümumiyyətlə fəaliyyət xüsusiyyətləri açıqlanmışdır.

Bazar infrastrukturunu 13 sərbəst bazardan ibarətdir. Dərslərdə bu bazarların fəaliyyəti, onun respublika iqtisadiyyatı üçün əhəmiyyəti və mahiyyətinin izahı verilmişdir. Həmçinin, dərslərdə əsasən əmtəə və xidmətlər bazarı, istehsal vasitələri bazarı, daşınmaz əmlak bazarı, işçi qüvvəsi bazarı, innovasiya bazarı, investisiya bazarı, lizinq bazarı, sığorta bazarı, maliyyə bazarı, informasiya bazarı, reklam bazarı, konsaltinq bazarlarının strukturu və infrastrukturunun təhlili, müasir vəziyyəti, xarakteristikası, mahiyyəti və əsas elementlərinin izahı verilmişdir.

Dərslərdə verilən əsas materialları öyrənən tələbələr aşağıdakı məsələlər üzrə biliklərə yiyələnmə biləcəklər:

- bazar infrastrukturunun formalaşması və xüsusiyyətləri;
- “bazar” anlayışı, bazarın mahiyyəti və növləri haqqında məlumat;
- “struktur”, infrastruktur” anlayışları, bazar infrastrukturunun inkişaf təkamülü və təsnifatı;
- bazar infrastrukturunun əsas elementləri və funksiyaları haqqında məlumat;
- əmtəə və xidmətlər bazarının xüsusiyyətləri və infrastrukturlarının mahiyyəti və fəaliyyəti;
- istehsal bazarı infrastrukturlarının mahiyyəti və elementləri, təsnifatı;
- daşınmaz əmlak bazarı, subyektləri, infrastrukturunun formalaşdırılması xüsusiyyətləri;
- işçi qüvvəsi bazarı, əmək bazarının infrastrukturlarına təsir edən amillər;
- innovasiya bazarının fəaliyyət xüsusiyyətləri, quruluşu, innovasiya bazarının infrastrukturunun əsas tərkib hissələri haqqında məlumat;
- investisiya bazarı, strukturu və inkişaf dinamikası, ölkə iqtisadiyyatının inkişafında investisiyanın rolu və onların qiymətləndirilməsi;
- lizinq bazarı, xüsusiyyətləri, parametrləri, lizinq bazarının segmentləşdirilməsi, bazarın həcmi;
- sığorta bazarı, xüsusiyyətləri, sığorta bazarının iştirakçıları, bazarın təsnifatı;
- maliyyə bazarı infrastrukturunu və onun xarakteristikası, infrastrukturunun əsas elementləri, maliyyə bazarı infrastrukturunun inkişaf istiqamətləri;
- informasiya bazarı infrastrukturunu, onun inkişafı və infrastrukturun tərkib elementləri;
- reklam bazarı infrastrukturunu, bazarın iqtisadi əsasları, baza-

rın subyektləri, funksiyaları;

- konsaltinq bazarı, məzmunu və mahiyyəti, konsaltinq vasitələri, konsaltinq xidmətləri bazarının təhlili.

Təqdim etdiyimiz dərslik iqtisad təmayüllü ali məktəb tələbələri üçün nəzərdə tutulur. Həmçinin bu sahə ilə maraqlanan doktorantlar, aspirantlar və müəllimlər bu dərslikdə olan materiallardan bəhrələnmə biləcəklər.

Dərslikdə bəhs edilən bazarların infrastrukturalarının vəziyyəti, quruluşu, tərkibi, idarə olunması və tənzimlənməsi məsələlərinin hələ də yaranmaq, inkişaf etdirilmək və təkmilləşdirilmək mərhələsində olduğunu və bu sahənin tam elmi araşdırılmasının aparılmamasını nəzərə alsaq, mövcud nöqsanların olması mümkündür. Müəlliflər dərsliyin məzmununun yaxşılaşdırılması ilə əlaqədar təklif və tövsiyələri qəbul etməyə və gələcəkdə onları nəzərə almağa hazırdır və bunun üçün sizə minnətdarlıqlarını bildirirlər.

MÖVZU I

BAZAR İNFRASTRUKTURUNUN FORMALAŞMA XÜSUSİYYƏTLƏRİ VƏ İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ

1. Bazar infrastrukturunu fənninin predmeti, məqsədi və vəzifələri
2. Bazar anlayışı, mahiyyəti və funksiyaları
3. İnfrastrukturların sosial-iqtisadi mahiyyəti
4. Azərbaycanda bazar infrastrukturalarının formalaşması xüsusiyyətləri və inkişafı

1. BAZAR İNFRASTRUKTURU FƏNNİNİN PREDMETİ, MƏQSƏDİ VƏ VƏZİFƏLƏRİ

İnfrastruktur bazar iqtisadiyyatı üçün vacib olan bir sistemdir. Bu sistem bazarın tənzimlənməsi, fəaliyyətinin formalaşdırılmasına xidmət edən və şərait yaradan xüsusi təşkilatların qarşılıqlı əsasını təşkil edir.

İnfrastruktur - bütöv iqtisadi sistem və yarımsistemin vacib komponentidir. İnfrastruktur iqtisadiyyatın müxtəlif növlərinin, maddi istehsalın funksiyası və əhəlinin gündəlik həyatının təmin edilməsi üçün vacib olan təşkilati - iqtisadi, sosial və hüquqi şərait, o cümlədən tikili binalar, sistem və xidmətlərin məcmusudur.

İnfrastruktur anlayışında başqa sahələrə xidmət göstərən təsərrüfat qurumlarının məcmusu istifadə olunur. Onun məcmusunda hansısa bir sahəyə xidmət göstərmək ifadəsi müəyyən edici istiqamətdir. İstehsala və ya yardım etdiyi müəyyən sahəyə xidmət edən infrastruktur qurum həmin prosese bilavasitə təsir göstərsə də, oradakı texnoloji və digər müvafiq prosesdən kənar qalır. İnfrastruktur bütövlükdə iqtisadiyyatın səmərəli inkişafını və istehsalın normal fəaliyyətini təşkil edən və bütün sahələrdə insanların gündəlik həyatını tənzimləyən uyğun sahə, obyekt, təşkilatların cəmini özündə birləşdirən bir sistemdir. Onlara in-

formatika, elektrik yanacağı, nəqliyyat, rabitə, kommunal təsərrüfatı, o cümlədən təhsil, səhiyyə, sosial təminat və s. aiddir.

Fəaliyyət göstərən bütün sistemlər kimi bazar da özünün müstəqil infrastrukturuna malikdir.

Qeyd etdiyimiz kimi, infrastruktur bazarın ayrılmaz hissəsidir. Deməli, onun öyrənilməsi bazar mexanizmlərinin fəaliyyətinin yaradılması və stabil inkişafı, bazar qanunlarının fəaliyyətinin optimallaşdırılması, mal axını və hərəkəti prosesinin təmin edilməsi, əhalinin tələbini ödəyə biləcək məhsulların bazarlarda təklifinin təmin edilməsi məsələlərinin təhlil edilməsinə imkan verəcəkdir.

Bazar iqtisadiyyatına keçidlə yanaşı infrastrukturların fəaliyyət mexanizmləri də dəyişməyə başladı. Onlar müstəqil bazar münasibətləri yaratmağa, bazarda məhsulların realizəsini etməyə imkan verdi.

Bazar infrastrukturunu fənninin predmetini müasir bazarların fəaliyyətinə şərait yaradan infrastruktur, onların əsas elementləri, funksiyaları və fəaliyyət dairələri, onların xüsusiyyətlərinin təhlili təşkil edir.

Bazar infrastrukturunu iqtisadiyyatın ümumi quruluşunun bazar sistemində xidmət edən, onun fəaliyyəti üçün lazımı şərait yaradan tərkib hissəsidir. Belə ki, bazarın infrastrukturunun ən mühüm tərkib hissələrinə əmtəə, fond, valyuta və əmək birjalrı, banklar, auksionlar, lizinq kompaniyaları, yarmarkalar daxildir.

Bazar infrastrukturunu bazarda malların hərəkəti və xidmətlərin göstərilməsini həyata keçirən idarə və təşkilatlar sisteminə ibarətdir. Bazar infrastrukturunun bir çox tərifı vardır. Belə ki, ona həmçinin "bazar fəaliyyətini şərtləndirən və təşkil edən, iqtisadi-təşkilati şərait yaradan təşkilat elementləri, institutlar və fəaliyyət növlərinin kompleksi", "bazarın normal fəaliyyətini təşkil edən dövlət idarələri, təşkilatlar və kommersiya müəssisələri və xidmətlərinin vəhdəti", "əmtəələrin hərəkəti və xidmətləri kapital və işçi qüvvəsi ilə təmin edən və onlara xidmət

edən bazar institutlarının birliyi” kimi təriflər və təyinatlar verilmişdir.

“Bazar infrastruktur” fənninin məqsədi bazar, onun quruluş tərkibi, bazar mexanizmlərinin fəaliyyəti, bazar subyektlərinin münasibətləri, onların tənzimlənməsi, mövcud bazarların yaranması, bazarların normal fəaliyyətini təmin edən infrastrukturların əsas elementləri, funksiyaları, onların öyrənilməsi və ziyyətini təhlil etmək, xüsusiyyətlərini izah etməkdən ibarətdir.

Bazar infrastrukturları bazarın fasiləsiz fəaliyyətini təmin edən, onun vacib tərkib hissələridir. Bazar infrastruktur bazar subyektlərinə onların maraqlarının realizə edilməsini, bazar münasibətlərinin tərtibinin təşkil edilməsini, iş təcrübəsinin hüquqi və ictimai tənzimlənməsini asanlaşdırır.

Bazar infrastrukturunun təşkilati və maddi bazası mövcuddur. Bazar infrastrukturunun təşkilati bazası özündə təchizat, broker və digər aralıq təşkilatları, iri sənaye müəssisələrinin kommersiya firmalarını birləşdirir. Maddi baza nəqliyyat, bank və sığorta sistemləri, müstəqil bank və kredit - əmanət müəssisələri, o cümlədən apardıqları əməliyyatların həcmindən asılı olaraq orta və xırda kommersiya banklarını özündə birləşdirir.

Quruluşundan asılı olaraq müxtəlif növ bazar infrastrukturları mövcuddur.

İstehsal qüvvələrinin strukturundan asılı olaraq bazar infrastrukturunun aşağıdakı növləri var:

- kadr infrastruktur (birjalar, bank, sığorta şirkətlərində və s. işləyə biləcək müxtəlif ixtisaslı kadrların hazırlanması ilə məşğul olan tədris müəssisələri və təşkilatlar);
- maddi infrastruktur (nəqliyyat sistemləri, anbarlar və s.);
- elmi infrastruktur (patentlərin alqı-satqısı, lisenziyaların verilməsi və digər intellektual biliklərin əldə edilməsini təmin edən aralıq strukturlar);
- informasiya infrastruktur (birjalar, topdan ticarət müəssisələri, broker, audit təşkilatları və s.).

İqtisadi münasibətlərin quruluşundan asılı olaraq texniki iqtisadi infrastruktur da mövcuddur. Bunlara: ölkə daxili və xaricdə istehsalın digər təşkilat və idarələrlə münasibətlərinin ixtisaslaşdırılması, kooperativ əlaqələrin yaradılması, istehsalın kombiləşdirilməsini təmin edən müəssisə və təşkilatların bölmələri daxildir.

İqtisadi-təşkilati münasibətlərin strukturundan asılı olaraq bazar infrastrukturuna marketing xidməti, idarəedici strukturlar və s. aid edilir.

İqtisadi mülkiyyət strukturuna görə isə banklar, sığorta kompaniyaları, kredit-əmanət müəssisələri və s. bazar infrastrukturunun növləri sayılır.

Ölkə iqtisadiyyatında son illərdə baş verən proseslər, müsbət irəliləyişlər, yenidənqurma və diversifikasiya, innovasiya və investisiya fəaliyyətinin fəallaşması bazar infrastrukturunun elementləri, növləri və məhsullarının intensiv inkişafına gətirib çıxarmışdır.

Bazarın yaranması onun fəaliyyətini təmin edəcək yeni təşkilat və müəssisələrin yaranmasını labüd etdi. İnfrastruktur iqtisadi kateqoriya olub - xidmət sahəsi kimi fəaliyyət göstərərək bazarda əsas proseslərin, mexanizmlərin, subyektlərin, satıcı və alıcıların bir-birini axtarıb tapmaq əməliyyatlarının, mal hərəkəti, əmtəələrin pulla dəyişdirilməsi, o cümlədən aralıq strukturların maliyyə-iqtisadi fəaliyyətini təşkil edən və maddi təminatını verən sistemdir.

Bazar infrastrukturunun əsas vəzifələri aşağıdakılardır:

1) sığorta, auditor fəaliyyəti, konsaltinq, sertifikatlaşma xidmətləri göstərərək risk dərəcəsinin azaldılması;

2) faktoring, broker və makler xidməti, işçi və podratçıların tez zamanda müqavilə ilə cəlb edilməsi, təkmilləşdirilmiş xüsusi rabitə vasitələrinin hesabına dövriyyə vasitələrinin dövriyyəsinin sürətləndirilməsi;

3) kirayə və lizinq fəaliyyətinin, qiymətli kağızlar buraxıl-

masının (emissiyası), menecment sahəsində işlərin hazırlanması və ixtisasın artırılmasının, xırda və orta müəssisələrin sayının artırılması kimi məsələlərin hesabına müəssisənin inkişafının sürətləndirilməsi;

4) konkret bazarların, həmçinin, istehlakçıların tələblərinin tədqiqat işləri apararaq öyrənilməsi, reklam və digər vasitələrin hesabına əmtəə və xidmətlərin istehlakçıya çatdırılmasını təşkil edərək marketinqin inkişafına nail olunması.

Yuxarıda qeyd etdiyimiz vəzifələr bazar infrastrukturunun fəaliyyətini açıqlamış olur. Məhz "bazar infrastruktur" fənninin əsas vəzifəsi bu məsələlərin öyrənilməsi, təhlili və iqtisadiyyatın inkişafına təsiri amillərinin izahını vermək və onu aşılamaqdır.

Beləliklə, bazar iqtisadiyyatının müvəffəqiyyətli formalaşması o zaman mümkündür ki, müxtəlif bazar subyektləri arasında müxtəlifliyi, kompleksliliyi və uzunmüddətli qarşılıqlı fəaliyyəti təmin edəcək səmərəli fəaliyyət göstərən infrastruktur yaradılmış olsun.

Bazar infrastruktur kateqoriyası altında bazar iqtisadiyyatının normal reallaşmasını təmin edəcək forma, metod və proseslərin məcmusu başa düşülür.

Deməli, istehsala və ya yardım etdiyi başqa sahəyə xidmət edən infrastruktur qurum həmin prosesə bilavasitə təsir göstərsə də, bu texnoloji və digər müvafiq prosedən kənarda durur. Lakin, bazarların fəaliyyətinin normal şəkildə aparılması üçün lazımi münbit şərait yaratmış olur.

2. BAZAR ANLAYIŞI, MƏHİYYƏTİ VƏ FUNKSIYALARI

Bazar iqtisadi kateqoriya olub, mübadilə, tədavül, ticarət, ticarət xidmətləri ilə bağlıdır. O, 6-7 min il əvvəl yaranmış, daim inkişaf etməkdədir. Bazarın çoxsaylı tərifləri mövcuddur. İqtisad alimləri onu müxtəlif baxışlarla təhlil edib, təriflər vermiş-

lər. Mal təsərrüfatının inkişafının gedişatı nəticəsində bazar formalaşmağa başlamış və inkişaf edərək qədim bazarlardan kompüter təchizatıyla idarə olunan müasir təşkil olunmuş bazarlara qədər gəlib çatmışdır. Bazarın konsepsiyalarının yaradılması üzərində çox iqtisadçılar işləyirdilər. Bazarın yaranması şərtləri və mahiyyəti haqqında alimlər müxtəlif fikirlər irəli sürmüşlər.

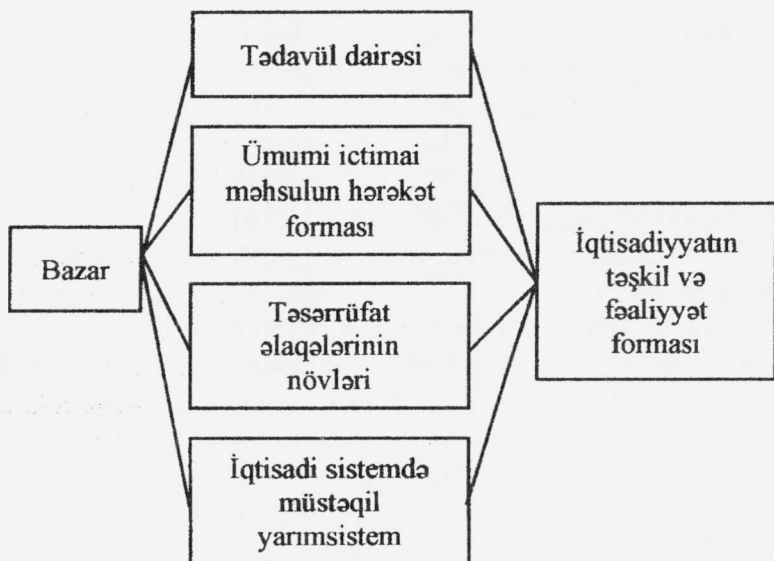
Nobel mükafatı laureatı F.Xayek (1899-1992) ən böyük, bütövlüklə və effektivliklə saysız-hesabsız bir çox fərdi agentin arasında yayılmış informasiyadan istifadə etməyə icazə verən mürəkkəb ötürücü qurğu kimi bazarı müəyyən edirdi. XIX əsrin ingilis iqtisadçısı U.Djevons bazarı istənilən mal haqqında işgüzar münasibətlərə (əlaqələrə) girən və böyük sazişlər bağlayan subyektlərin fəaliyyəti kimi görürdü.

Müasir Amerika iqtisadçısı F.Kotler bazarı alıcıların məcmusu, A.Marşall sıx iş əlaqələrinə girən və istənilən əmtəyə dair iri müqavilələr bağlayan istənilən insan qruplarının məcmusu kimi təhlil etmişdir.

Bazar alqı-satqı münasibətlərini, sosial-iqtisadi münasibətləri, həmçinin təşkilati-iqtisadi münasibətləri özündə cəmləşdirərək fəaliyyət göstərən iqtisadi sistem daxilində müstəqil altsistemdir. Bazarda tələb və təklifin nisbəti ilə müəyyənləşən əmtəə və xidmətlərin realizə olunma şərtləri formalaşır. Bazarın şərtləri onun vəziyyətini səciyyələndirir. Bunu aşağıdakı şəkildə görə bilərik (şəkil 1).

Bazarın inkişafı onun müxtəlif növlərinin bir-birindən fərqləndirilməsinə imkan verir.

Bazar – iqtisadi kateqoriya olub, bazar subyektlərini əks etdirən, əmək məhsullarının mübadiləsini təmin edən əmtəə və pulların hərəkəti ilə əlaqədar alıcı və satıcılar, ticarət vasitəçiləri arasında konkret iqtisadi münasibətlərin məcmusudur.



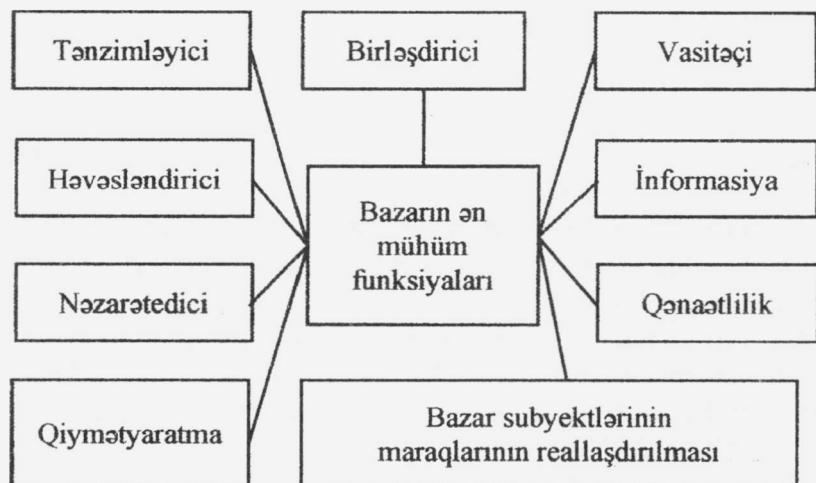
Şəkil 1. Bazarın ümumiləşdirilmiş səciyyəsi.

İctimai istehsalda bazarın rolu aşağıdakılardan ibarətdir:

- “ilkin” əks-əlaqələr vasitəsilə istehsala xəbər verməsi, hər hansı həcmdə və hansı quruluşda istehsal olunmasını bildirmək;
- tələb və təklifi tarazlaşdırma, iqtisadiyyatın balanslaşdırılmasını təmin etmək;
- işlərin səmərəliliyini və bazarın tələbini ödəməyə yönəlməsinə müvafiq olaraq əmtəə istehsalçılarını fərqləndirmək;
- rəqabət qabiliyyəti olmayan müəssisələri yox etmək və köhnəlmiş istehsalı dayandırmaq.

Bazarın mahiyyəti özünü onun əsas iqtisadi funksiyalarında tapır.

Bazarın iqtisadi funksiyaları aşağıdakı kimidir (şəkil 2).



Şəkil 2. Bazarın əsas iqtisadi funksiyaları.

Bazarın integrasiya funksiyaları - istehsal və istehlak sferası, o cümlədən əmək məhsulu və xidmətin fəal dəyişməsi prosesində iştirak edən ticarət-vasitəçilər arasında bağlılıq yaratmaqdan ibarətdir. Bazar olmadan istehsalçılar öz mallarını realizə edə bilməz, istehlakçılarsa öz tələbatını ödəyə bilməzlər.

Bazarın tənzimləmə funksiyaları - iqtisadiyyatın bütün sahələrinə təsirini nəzərdə tutur, istehsal və istehlakçının çeşid quruluşunu razılaşdırmağı; qiymət, həcm və quruluş üzrə tələb və təklifi balanslaşdırmağı; milli iqtisadiyyatın sferalarının istehsal və realizəsinin bərabərləşdirilməsini təmin edir.

Bazarı, məşhur iqtisadçı A.Smitin təbiri ilə desək, “görünməz əl” idarə edir. O, qeyd edirdi ki, “Sahibkar öz şəxsi marağını güdürək, öz gəlirini əldə etməyə çalışır, bu vaxt isə görünməyən əl ilə məqsədə doğru irəliləyərək heç də onun məqsədinə uyğun olmayan halla qarşılaşır. O özünün şəxsi marağını güdürək, çox zaman istədiyi və ya planlaşdırdığı haldan da çox cəmiyyətə xidmət etmiş olur”.

Müasir bazarlar təkcə “görünməyən əl” deyil, həm də dövlət tərəfindən tənzimlənilir. Belə ki, dövlət sifarişləri, qiymət siyasəti, fiskal siyasət (vergi siyasəti və dövlət xərcləri siyasəti), marketing sistemi, gəlir siyasəti vasitəsilə bazarın fəaliyyətinə tənzimləyici təsir göstərilir.

Bazarın stimullaşdırma funksiyası - istehsalçıları yeni məhsul istehsalına sövq edir, elmi-texniki inkişafı stimullaşdıraraq, onun əsasında istehsalın intensivləşməsinə nail olur. Bu isə bütün iqtisadiyyatın fəaliyyətinin səmərəliliyini artırır.

Qiymətəmələgəlmə (ekvivalentlik) funksiyası - dedikdə bazarda malların realizəsi üçün qiymət ekvivalentliyinin təyin edilməsi başa düşülür.

Bazarın nəzarət funksiyası - istehsalın son nəticəsinin nəzarət edilməsini təşkil edir. Bazarda istehlakçının hansı mala olan tələbatının nəinki miqdarca, həmçinin keyfiyyətli mal və xidmətlər üzrə tələbatını müəyyən edir.

Vasitəçilik funksiyası - bazar olmadan ictimai istehsalın iştirakçıları arasındakı iqtisadi və texnoloji əlaqələrin nə dərəcədə səmərəli olduğunu bilmək mümkün deyildir. İstehlakçı optimal malgöndərən - satıcını, satıcı isə ona uyğun alıcını seçmək imkanı əldə edir.

Bazarın informasiya funksiyası - bazar iştirakçılarına daim dəyişən qiymət, kredit faizləri, mal və xidmətlərə olan təklif və tələb haqda məlumatların verilməsindən ibarətdir.

Səmərəlilik funksiyası - istehlak sferasında döviyyə xərclərinin azaldılmasını və əhalinin tələbatının əmək haqqına uyğunluğunun müəyyən edilməsini nəzərdə tutur.

Bazar subyektlərinin maraqlarının realizə edilməsi funksiyası - satıcının iqtisadi marağı yüksək gəlir, alıcının isə az xərclərlə tələbatının ödənilməsindən ibarətdir. Bu maraqların birləşməsi, üst-üstə düşməsi bazar əməliyyatlarının ekvivalentliyi və onların bir-birinə vacib olan yararlılıqlarını nəzərdə tutur.

Bazar çox mürəkkəb və uzun inkişaf yolu keçmişdir. Bazar

bütün sivilizasiyalarda fəaliyyət göstərmişdir, lakin onlarda bazarın rolu müxtəlif olmuşdur. Hətta müasir dövrdə də bazar münasibətləri tam təkmilləşməmişdir. Bazarın inkişaf tarixi onun aşağıdakı növlərə bölünməsinə imkan verir:

- inkişaf etməmiş bazarlar;
- azad bazarlar;
- tənzimlənən bazarlar ;
- deformasiya olunmuş bazarlar.

Bazarın inkişafı onun müxtəlif növlərinin bir-birindən fərqləndirilməsinə imkan verir.

Inkişaf etməmiş bazar - əsasən bazar münasibətləri təsadüfi formalaşmış, əmtəə səciyyəli olmuşdur.

Azad bazar - qeyri-məhdud sayda iştirakçı və onların arasında azad rəqabət, istehsal amillərinin tam sərbəstliyi və kapitalın məhdudiyyətsiz azad hərəkəti, bazar iştirakçılarının bazar haqqında informasiyaya malik olması, azad rəqabət mühitində qiymətlərin kortəbii müəyyənəlməsi ilə səciyyələnir.

Tənzimlənən bazar - özünün bazar mexanizmləri ilə (rəqabət, mənfəət, qiymət, tələb, təklif və s.) dövlət tərəfindən bilavasitə və ya dolayısı ilə dövlət sifarişləri, vergilər və s. vasitəsilə tənzimlənir.

Deformasiya edilmiş bazar - əsasən dövlət onun fəaliyyəti üçün şərait yaradaraq, bazar münasibətlərinə həddən artıq qarışdıqda mövcud olur.

Bazarın növləri onun fəaliyyət sferasına və ayrı-ayrı elementlərinə görə müəyyən edilir:

- əmtəə və xidmətlər bazarı;
- işçi qüvvəsi bazarı;
- istehsal vasitələri bazarı;
- qiymətli kağızlar bazarı;
- informasiya bazarı;
- innovasiya bazarı;
- daşınmaz əmlak bazarı;

- investisiya bazarı və s.

Subyektlərinə görə aşağıdakı bazar növləri mövcuddur:

- alıcı bazarı;
- satıcı bazarı;
- dövlət təşkilatları bazarı;
- aralıq satıcı - vasitəçilər bazarı.

Bazarlar digər əlamətlərinə görə də təsnifləşdirilir.

Mükəmməllik səviyyəsinə görə bazarlar:

- tarazlı bazarlar;
- qıtlıq bazarı;
- ifrat bazarlar.

Yetkinlik səviyyəsinə görə bazarlar:

- inkişaf etməmiş bazar;
- inkişaf etmiş bazar;
- formalaşan bazar.

Rəqabətin məhdudlaşdırılması dərəcəsinə görə:

- sərbəst bazarlar;
- inhisarçı bazarlar;
- oliqopolik bazar;
- qarışıq bazarlar.

Qüvvədə olan qanunvericiliyə uyğunluğuna görə bazarlar:

- leqal bazarlar ;
- qeyri-leqal bazarlar.

Sahələr üzrə bazarlar:

- avtomobil bazarı;
- kompüter bazarı və s.

Bazar mübadiləsinin təşkilinə görə:

- topdansaş bazar;
- pərakəndə satış bazarı;
- ixrac bazarı;
- idxal bazarı.

Əmtəənin çeşidinə görə:

- ilkin istehsalçının əmtəəsi olan bazar;

- çoxlu istehsalçının çoxsaylı əmtəələri olan dolğun bazar;
- bir neçə tələbatı ödəyən geniş çeşidli bazar;
- əlaqəli olmayan, müxtəlif əmtəələri olan qarışıq bazar.

Bu bazarlarla yanaşı hərraclər, birja ticarəti, telefon bazarı və s. bazarlar da mövcuddur. Bu bazarların inkişafı, fəaliyyəti inkişaf etmiş infrastrukturların olmasını tələb edir.

3. INFRASTRUKTURLARIN SOSIAL-İQTİSADI MƏHİYYƏTİ

İnfrastrukturlar bəşər cəmiyyətinin, mövcud ölkənin və mil-lətin çox mühüm nemətləri sırasında özünəməxsus yer tutur. Onlar da insanların tələbatını ödəmək qabiliyyətinə malik bir nemət kimi müsbət, yararlı cəhətləri özündə birləşdirir, bir predmet, hadisə, əmək məhsuldarlığı kimi özünü göstərir, in-sanların mənafeələrinə, məqsəd və cəhdlərinə cavab verirlər.

“İnfrastruktur” məfhumu iqtisadi təhlildə ilk dəfə silahlı qüvvələrin həyat qabiliyyətini təmin edən obyekt və qurğuları göstərmək üçün istifadə olunmuşdur.

“İnfrastruktur” temini latın mənşəli olub, “infra”- aşağı, alt və “struktura” - quruluş, yerləşmə sözlərinin birləşməsindən əmələ gəlmişdir. Qərb ölkələrində 40-cı illərdə infrastruktur sahələr maddi nemətlər istehsal edən sahələrin normal fəaliyyə-tini təmin edən sahələrin cəmi kimi başa düşülürdü. Bizim iqtı-sadi ədəbiyyatlarda bu problemin həllinə 70-ci illərdə rast gə-linməyə başlanmışdır.

İnfrastruktur-maddi, texniki, texnoloji, təşkilati, hüquqi, ma-liyyə və informasiya xarakterli subyektlərin məcmusu olub, əm-təə və xidmətlərin reallaşdırılması zamanı tələb və təklifə uy-ğun olaraq, onların qiymətlərinin müəyyənləşdirilməsi əsasında təkrar istehsal prosesinin, ümumiyyətlə iqtisadi mexanizmin fa-siləsiz fəaliyyət göstərməsini təmin edir.

İnfrastruktur anlayışında başqa sahələrə xidmət göstərən tə-sərrüfat qurumlarının məcmusu ifadə olunur. Onun məcmusun-

da hansısa bir sahəyə xidmət göstərmək ifadəsi müəyyən edici istiqamətdir. İstehsalat və ya yardım etdiyi digər sahəyə xidmət edən infrastruktur qurum həmin prosesə bilavasitə təsir göstərsə də, oradakı texnoloji və digər müvafiq prosesdən adətən kənarda qalır.

İstənilən sistemin bir-biri ilə bağlı olan ötürücü özəkləri (halqaları) mövcuddur. Onlarsız heç bir sistem fəaliyyət göstərə bilməz. İqtisadi sistemdə də bir-biri ilə bağlı halqalar mövcuddur ki, onları iqtisadi infrastruktur adlandırmaq mümkündür. Bu infrastruktur iqtisadi subyektlərin arasında mövcud olan qarşılıqlı əlaqələrin bağlayıcı elementi kimi çıxış edirlər.

İnfrastruktur sahə özünəməxsus və spesifik əlamətlərə görə struktur sahəyə nisbətən fərqli cəhətlərə malikdir. İnfrastruktur daha geniş əhatəli, elmi və praktik yük daşıyan, əmək bölgüsü ilə səciyyələnən, başqa aparıcı sahələrə də xidmət göstərən sahələrdir. İnfrastruktur sahələr maddi istehsal sahələri ilə yanaşı, sosial sahələrə də xidmət göstərir.

İnfrastruktur qurumları müəyyən bir mülkiyyət formasında: həm dövlət mülkiyyəti, həm çeşidli müxtəlif xüsusi mülkiyyət formalarında, həm səhmdar cəmiyyət mülkiyyəti formasında, həm də bələdiyyə mülkiyyəti formasında ola bilərlər. İnfrastruktur mülkiyyət obyektlərində olduqları kimi mikro, makro, mezo və meqo (inter) iqtisadiyyat üzrə də bölünürlər.

Bütün istehsal və iqtisadi problemlərin həllinin təmin edilməsi, bilavasitə infrastrukturların normal fəaliyyəti ilə bağlı ola bilər. Buna görə də onların normal fəaliyyəti və öz yerini tutması, bütövlükdə ölkənin sosial-iqtisadi həyatında çox mühüm rol oynamasına kömək edir.

Bazar münasibətlərinə keçid və bu sistemin normal fəaliyyət göstərməsi, iqtisadiyyatda aparılan struktur dəyişiklikləri ilə sıx bağlıdır. Struktur siyasətinin aparılmasında, o cümlədən infrastruktur sahələrinin yaranmasında əsas məsələ - maddi istehsalda baş verən irəliləyişləri ardıcıl olaraq təmin etməkdən ibarət

ola bilər. Hazırda bu siyasətə qarşı qoyulan yeni tələblər elmi-texniki tərəqqinin sürətləndirilməsi ilə daha çox əlaqələndirilir. Çünki, sosial-iqtisadi inkişaf-istehsalın yeni elmi-texniki səviyyəyə qaldırılmasını tələb edir.

İnfrastruktur bütöv sistemin zəruri tərkib hissəsidir. O, iqtisadi və siyasi həyatın ümumi quruluşunun tabe və həm də köməkçi səviyyəsində olan, iqtisadi və siyasi sistemin bütövlükdə normal təsərrüfat fəaliyyətini təmin edən tərkib hissəsidir. İnfrastrukturun yeni növü olan bazar infrastrukturuna əmtəə və xidmətlərin hərəkətlərini, alqı-satqı aktlarını və ya bazara xidmət edən və onun normal fəaliyyətini təmin edən funksiyaları yerinə yetirən institutlar, sistemlər, xidmətlər, müəssisələrin cəmini təşkil edən təşkilati-hüquqi formaların məcmusudur.

İnfrastruktur inkişaf etmiş bazar iqtisadiyyatının ayrılmaz bir hissəsidir, eyni zamanda da onun istehsal və rəqabətqabiliyyətli imkanlarını müəyyən edir. Bundan başqa, bu sfera mürəkkəb və yüksək ixtisaslı əmək tələb edən bir sahədir. Bu isə əhəlinin məşğulluğunun təmin edilməsində, yeni iş yerlərinin açılmasında ölkənin qarşısında duran vacib məsələlərin həllində kömək göstərən bir amildir.

Bazar infrastrukturunun iqtisadi təyinatı, milli təsərrüfatın fəaliyyətdə olan hissəsi, nisbətən təcrid olunmuş bazar subyektlərinin müvəffəqiyyətlə işlənməsi üçün siqnallarının verilməsindən ibarətdir. Bu funksiyanı yerinə yetirməklə, bazar infrastrukturuna əvvəl xalq təsərrüfatı planına xas olan koordinasiya rolunu oynayır.

İstər istehsal sahələrində və istərsə də bilavasitə infrastruktururlarda mülkiyyət münasibətləri bütövdür, onun hissələri isə sahibolma, istifadəetmə və sərəncamvermə ilə üzvi əlaqədardır. Beləliklə, sərəncamvermə birbaşa sahibolma ilə, sahibolma isə mülkiyyət forması ilə müəyyən edilir.

Bütün mülkiyyət obyektlərində, o cümlədən infrastruktur özlərində sahibolma, istifadəetmə və sərəncamvermə bir sıra

hüquqi elementlərlə səciyyələnir ki, bu elementlərə aşağıdakıları aid etmək olar:

- sahibolma hüququ - nemətlər, özəklər, şeylər üzərində tam fiziki nəzarət hüququ;
- faydalı xassələrdən istifadəetmə hüququ;
- idarəetmə hüququ - yəni onlardan istifadənin kim tərəfindən və necə təmin etmə hüququ;
- suverenlik hüququ - yəni özgəninkiləşdirmək, istehlak etmək, dəyişdirmək hüququ;
- təhlükəsizlik hüququ - yəni xarici mühitin zərər verməsindən qorunmaq, müdafiə etmək hüququ;
- varisə vermək hüququ;
- müddətsiz malın almaq hüququ və s.

Deməli, bütün infrastruktur qurumlar və özəklər əlahiddələşmiş mülkiyyət formaları zəminində müvafiq funksiyalar, xidmətlər yerinə yetirirlər.

Bəzi iqtisadi ədəbiyyatlarda infrastruktur bazar iqtisadiyyatının, müasir kapitalizmin “məhsulu” kimi qələmə verilir. Lakin, iqtisadi nəzəriyyə elmi iqtisadi hadisələrə və proseslərə tarixilik mövqeyi ilə yanaşdığı üçün elmi-metodoloji baxışı daha düzgün hesab edir. Odur ki, bu yanaşmanı əsas tutaraq nəzərə alınmalıdır ki, infrastrukturların yaranması və onların özünəməxsus funksiyalarını yerinə yetirən qurum kimi fəaliyyəti qədimlərə gedib çıxır. Bu, ilk növbədə kənd təsərrüfatı ilə (əkinçilik), bu sahənin tələbatı və dövrünə görə ona xidmət etmək, inkişaf etdirmək zərurəti ilə bağlı olmuşdur.

Bəzi marksist ədəbiyyatlarda isə infrastruktur elementlərinin ən çox kapitalist təsərrüfatı sisteminə xas olduğu və mühüm əhəmiyyət kəsb etdiyi göstərilir. Lakin, bu heç də düzgün olmayan, yanlış bir müddədir. İqtisadi sistemin mahiyyətindən asılı olmayaraq, infrastruktur subyektlərin (qurumların) fəaliyyəti daim obyektiv zərurətdən doğur və cəmiyyətin ümumi tərəqqisi, sosial-iqtisadi inkişafı üçün çox mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

İnfrastruktur elementləri təsadüflər nəticəsində kortəbii surətdə meydana gəlməmişdir. Onlar bilavasitə cəmiyyətin artan tələbatı və onlara obyektiv surətdə, xüsusi ehtiyacların yaranması ilə formalaşmışdır. Cəmiyyət və iqtisadi sistemlər özünün inkişaf pillələri ilə getdiyi kimi, həmin pillələrin özünəməxsusluğuna uyğun olaraq infrastruktur elementləri də sadədən mürəkkəbə doğru artmış, struktur tərkibi daim dəyişmiş və zənginləşdirilmişdir. Müasir dövrdə sivilizasiyanın mümkün yüksək zirvəsi fəth edildiyi bir şəraitdə, infrastrukturлар da öz mütəmadi inkişaf yolunu davam etdirirlər.

Göründüyü kimi, cəmiyyətin digər atributları kimi infrastruktur sahəsi də, hər şeydən əvvəl tələbatın artması qanunu, müxtəlif tələbatlar, onların müxtəlif strukturlu vəziyyəti ilə üzvi şəkildə artmış, müvafiq təsnifata uğramış və belə bir müştəri ilə daim zənginləşmişdi. Uzun müddət infrastrukturлар iqtisadiyyatın arxa planına keçirilərək, onların inkişafına az vəsait ayrılırdı. Belə ki, istehsal sahələrinin inkişafı əsas sayılaraq bütün vəsait onların artması və dövrüyliliyinə yönəldilirdi. Lakin tədricən XX əsrin ikinci yarısından başlayaraq infrastruktur sahələrinin tədqiqatı və onların istehsalın, bütöv iqtisadiyyatın inkişafındakı mühüm əhəmiyyətini açıqlayaraq bu sahələrin mövcudluğu, onların fəaliyyətinin təkmilləşməsi və inkişafı olmadan heç bir iqtisadi sahənin mümkün olmayacağı bir daha ön plana çəkildi. Məhz bu dövrdən bu sahələrin dirçəlməsi, inkişafı və təkmilləşdirilməsi, müvafiq infrastrukturların açılması, infrastruktur müəssisə və təşkilatların, idarənin yaradılması, ən başlıcası, bu sahənin inkişafına dövlət tərəfindən vəsaitin ayrılması mümkün olmuşdur.

İnfrastrukturun, ictimai istehsalın nisbətən müstəqil sahəsi kimi formalaşması prosesi ictimai əmək bölgüsü ilə bağlı olan bir sıra mərhələlərdən keçmişdir. Hazırda istehsala xidmət edən istehsal infrastrukturunu, fəaliyyəti şəxsi tələbatların ödənilməsinə, əhəlinin həyat fəaliyyətinin və intellektual inkişafının təmin edilməsinə yönəldilmiş xidmət sahəsi obyektlərinin cəmin-

dən ibarət sosial infrastruktur, həmçinin bazar infrastrukturunu fərqləndirirlər.

Bazar infrastrukturunun siyasi təyinatı dövlət idarələri tərəfindən dolayı idarə edilməsinə həssas reaksiya verən stabil fəaliyyət göstərən təsərrüfat kompleksinin yaranmasından ibarətdir. Bundan başqa, bazar infrastrukturalarının fəaliyyətində fəal iştirak edən dövlət müəssisə və təşkilatları, istehsal münasibətlərinin xarakterini müəyyən edir və milli, iqtisadi, siyasi tədbirlər həyata keçirirlər.

Sosial təyinatlı əhəlinin məşğulluq imkanlarının genişləndirilməsində və hər bir cəmiyyət üzvünün ictimai əmək bölgüsü sistemində özünə uyğun yer tutmaq üçün müstəqil seçim etməsində infrastruktur sahələr müəyyən üstünlüyə malikdir:

İnfrastrukturun tədqiqi iqtisadi və qeyri-iqtisadi xidmət növlərinə ayrılır. İqtisadi xidmətə dövlət quruculuğu ilə məşğul olan institutlar aiddir. Bunlara dövlət aparatı, hakimiyyətin nümayəndəlik orqanları və s. aid edilir. Xidmət növləri bazar infrastrukturlu institutlara transformasiya edilir ki, bunlar da aşağıdakılardır:

- kredit sistemi və kommersiya bankları;
- emissiya sistemi və emissiya bankları;
- fond və valyuta birjalrı;
- hərraclar, yarmarkalar və digər qeyri-birja ortaqlıqlı təşkil olunmuş firmalar;
- əhəlinin məşğulluğunu tənzimləyən sistem (dövlət və qeyri-dövlət və məşğulluğa təsir edən mərkəzlər (əmək birjası));
- işgüzar kommunikasiya vasitələri və informasiya texnologiyaları;
- vergi sistemi və vergi müfəttişi;
- kommersiya sığorta sistemi, təsərrüfat riskləri və sığorta (dövlət və qeyri-dövlət) kompaniyaları;
- xüsusi reklam agentliyi, informasiya agentliyi və kütləvi informasiya vasitələri;

- ticarət palatası və digər işgüzar dairələrin ictimai könüllü birlikləri;

- gömrük sistemi;
- muzzdla işləyənlərin peşəkar ittifaqları;
- kommersiya - sərgi kompleksi;
- kommersiya mərkəzləri;
- logistik servis mərkəzləri;
- orta və ali iqtisadi təhsil sistemi;
- məsləhət kompaniyaları;
- auditor kompaniyaları;
- azad sahibkarlığın olduğu xüsusi zonalar.

Müasir bazar infrastrukturunu bütün bazar institutlarının nəticələrinin reallaşmasını müəyyənləşdirən tərkib hissəsidir. İstər istehsal sahələrində və istərsə də bilavasitə infrastrukturlarda mülkiyyət münasibətləri bütövdür, onun hissələri isə sahibolma, istifadəetmə və sərancamvermə ilə əlaqədardır.

Bazar infrastrukturunu fəaliyyət növlərinin məcmusunu özündə əks etdirməklə, bazar iqtisadiyyatının subyektlərinin reallaşmasını təmin edərək, müəyyən olunmuş real bazar müstəvisində onların vahid və qarşılıqlı fəaliyyətini əks etdirir.

Müasir bazar infrastrukturunu inkişaf etmiş ölkələrdə kompleks sahələri özündə əks etdirir. İlk öncə bütövlükdə iqtisadiyyatın inkişafında, xüsusən istehsal sektorunun inkişafında nəzərəçar-pacaq dərəcədə infrastruktur üstələməsi qeyd olunur. Buna görə də bunu dərk edən ölkələr infrastruktur sahələrinə fəal sürətdə investisiya yatırmağa başlamışlar.

4. AZƏRBAYCANDA BAZAR İNFRASTRUKTURLARININ FORMALAŞMASI XÜSUSİYYƏTLƏRİ VƏ İNKİŞAFI

Azərbaycanda gedən proseslərin, həyata keçirilən iqtisadi islahatların, xüsusilə də sahibkarlığın inkişafında infrastruktur sa-

hələrinin rolu böyükdür. Bu gün ölkəmizdə bazar münasibətlərinin formalaşması prosesində özəl bölmənin təşəkkül tapmasına və inkişafına göstərilən qayğı dövlətimizin iqtisadi siyasətinin prioritet istiqamətlərindən biri olmaqla, daim diqqət mərkəzindədir. Milli iqtisadiyyatda bütün sahələrdə sahibkarlığın rolunun gücləndirilməsi, mövcud bazarların və yeni yaradılan bazarların formalaşması və normativ-hüquqi bazasının və maliyyə-kredit sisteminin formalaşdırılması, informasiya, kadr və elmi-metodiki təminatlarının yaradılması, müvafiq institutların inkişafı, ardıcıl və məqsədyönlü səylər nəticəsində özəl bölmə ölkə iqtisadiyyatındakı payına görə artıq hakim mövqeyə yiyələnmişdir.

Bazar infrastrukturunu yaradılarkən, hər şeydən əvvəl, bu təsisatların formalaşması üçün hüquqi baza hazırlanır, onların fəaliyyətinə qanunvericiliklə nəzarət edilir. Bazar münasibətlərinin inkişaf etdiyi ölkələrin təcrübəsi sübut edir ki, dövlət bazarın tənzimlənməsinə təsir göstərə bilər və göstərir.

Azərbaycanda yeni iqtisadi sistem təkamül tapdıqca və irəliləmə prosesi davam etdikcə, infrastruktur sahələri, o cümlədən bazar infrastrukturları da inkişaf edir, bu sahələrdə kəmiyyət və keyfiyyət artımı baş verir.

Bazar iqtisadiyyatının inkişafı ilə əlaqədar, müasir istehsal funksiyaları, əməyin xarakteri, mülkiyyət münasibətlərinin dəyişməsi yeni-yeni fəaliyyət sahələrinin yaranmasına səbəb olmuşdur. İqtisadi idarəetmə sahələrinin fəaliyyəti və inkişafına xidmət edən infrastruktur sahələri institusional infrastrukturlar adlanır. İnstitusional infrastrukturların iqtisadi fəaliyyətdə rolu böyükdür. Belə ki, iqtisadi sahələrin təşkilati-idarəetmə funksiyalarının səmərəli fəaliyyətinin həyata keçirilməsinə xidmət edən funksional qurumlar, o cümlədən kredit təşkilatları, vergi, gömrük orqanları, hüquqi xidmət təşkilatları və s. institusional infraqururura aid edilir. İstər istehsal, istər sosial, istərsə də institusional infraqurururlar istehsal prosesində məhsul istehsal et-

mir, lakin istehsalın ümumi inkişafına xidmət edərək onun sürətlənməsinə şərait yaradır. Yerinə yetirdiyi funksiyalardan asılı olaraq ilkin mərhələdən (istehsaldan) başlayaraq son istehlak sferasına qədər bütün mərhələlərdə istehsal prosesini maddi və qeyri-maddi vəsaitlərlə təchiz edir. Göründüyü kimi, infrastruktur sahələri yaradılmadan istehsal prosesinin tamlığına nail olmaq mümkün deyildir. Çünki bu proseslərdə hər bir infrastruktur sahəsinin özünəməxsus yeri və rolu vardır.

İstehsal infrastrukturunun inkişafı istehsalın daha da intensivləşdirilməsi, cəmiyyətin maddi və mənəvi tələbatının ödənilməsi və insan amilinin fəallaşması ilə bağlı olan sosial məsələlərin həllinin zəruri şərtidir. Makro səviyyədə infrastruktur cəmiyyətin bütün üzvlərinin ehtiyaclarının ödənilməsi və xalq təsərrüfatının səmərəli inkişafını təmin edən ümumi iqtisadi və sosial şərtləri özündə birləşdirir və həmin şərtlər istehsalın əsas sahələri üçün lazımdır. İnfrastrukturun bu və digər sahəsinin olmaması və ya onların xalq təsərrüfatının əsas sahələrinin tələblərinə cavab verməməsi həmin sahələrin inkişafının ləngiməsinə və nəticədə böyük itkilərə, hətta, bəzi hallarda bu sahələrin fəaliyyətinin dayanmasına səbəb olur.

Ümumiyyətlə, infrastruktur obyektlərinin fəaliyyətində baş verən çatışmazlıqlar bütünlüklə xalq təsərrüfatı sahələrinin inkişafına mənfi təsir göstərir. Məsələn, ölkədə müəyyən ərazidə nəqliyyat şəbəkəsinin zəif inkişaf etməsi istehsal sahələri ilə istehlakçıların əlaqəsini çətinləşdirir, məhsulların reallaşdırılmasını ləngidir, təkrar istehsalın təşkili pozulur.

Azərbaycan demokratik bir cəmiyyət qurmağı qarşısına məqsəd qoymuşdur. Bu məqsədlə dünyanın inkişaf etmiş dövlətlərinin ictimai-iqtisadi quruluşunun müsbət keyfiyyətləri, onların qabaqcıl təcrübəsi öyrənilərək öz milli xüsusiyyətləri və tarixi şəraitini nəzərə almaqla tətbiq edilməyə başlanmışdır. Bu yeni mahiyyətli iqtisadi sistem bazar iqtisadi sisteminin ilkin təməli olan şəxsi mülkiyyətin yaranması və fəaliyyəti ilə başlayır. Sə-

mərəli bazar keçid iqtisadiyyatında yalnız özəl, xüsusi mülkiyyətin üstün fəaliyyətdə olması ilə uğur qazana bilər.

Bütün iqtisadi strukturların bazar iqtisadiyyatı qanunlarına uyğun olaraq yenidən qurulması, təsərrüfat subyektləri üçün bazar iqtisadiyyatı mühitinin yaradılması, ayrı-ayrı infrastruktur sahələrinin formalaşması, yaradılması və inkişaf etdirilməsi respublikada bir çox sosial-iqtisadi tədbirlərin həyata keçirilməsi vacibdir.

Bazar iqtisadiyyatında infrastruktur bir-biri ilə əlaqədə olan müxtəlif bazar subyektlərinin - istehsal, sosial, maliyyə-kredit, institusional, kommersiya, ekoloji və informasiya sistemlərinin ümumi şəraitini təmin edən sahələrin məcmusunu əhatə etməlidir.

İstehsal amillərinin qarşılıqlı əlaqəsinə, istehsalın təbiət və xüsusiyyətlərinə, eləcə də müasir iqtisadi baxışlara əsaslanaraq istehsal infrastrukturuna aşağıdakı kontekstdə yanaşmaq məqsəddüygündür. İstehsal infrastrukturunu - istehsalın inkişafına xidmət edən, enerji-yanacaq, yük nəqliyyatı, rabitə-informasiya, su təchizatı və kanalizasiya kimi kompleks xarici mühit amilləri dəstidir. Eləcə də bazar infrastrukturunu bazarın fəaliyyəti üçün şərait yaradan, bazar subyektlərinin sivil münasibətlərini tənzimləyən təşkilat, idarə və qurumların məcmusudur. Bazar infrastrukturunu iqtisadiyyatın ümumi strukturunun bazar sistemində xidmət edən və onun fəaliyyətini zəruri edən tərkib hissəsidir. İnkişaf etmiş bazar sistemi çox mürəkkəb quruluşa malikdir. Müasir bazar münasibətləri şəraitində bazarın vacib strukturlarından biri onun obyektlərinin iqtisadi təyinatına görə bir-birindən fərqləndirilməsi nəticəsində yaranır və aşağıdakı bazarları əhatə edir: istehlak malları bazarı, əmək bazarı, elmi-texniki yeniliklər bazarı və s.

Respublikamızda bazar iqtisadiyyatı şəraitində bu bazarların hər birinin həm ayrılıqda normal fəaliyyəti, həm də onların səmərəli qarşılıqlı əlaqəsi inkişaf etdirilmiş bazar infrastrukturunu

şəraitində mövcud olmuş və onun vasitəsilə həyata keçirilir.

Deməli, bazar infrastrukturunun mahiyyəti bazarın müxtəlif formalarının fəaliyyəti üçün zəruri iqtisadi mühitin yaranmasına xidmət etmək, sonda isə bütövlükdə bazar iqtisadi sisteminin normal fəaliyyətini təmin etməkdədir.

Respublikada bazar iqtisadiyyatına keçid şəraitində sərbəst bazarların fəaliyyətinə imkan verən bazar infrastrukturunu tədricən formalaşmaga və inkişaf etməyə başlamışdır.

MÖVZU 2**BAZAR İNFRASTRUKTURUNUN TƏKAMÜLÜ VƏ VƏZİFƏLƏRİ**

1. "Struktur" və "infrastruktur" haqqında anlayış
2. Bazar infrastrukturunun yaranma tarixi
3. Bazar infrastrukturunda sərbəst bazarların formalaşması
4. Bazar infrastrukturunun təsnifatı

1. "STRUKTUR" VƏ "İNFRASTRUKTUR" HAQQINDA ANLAYIŞ

Sosial-iqtisadi həyatda "struktur" və "infrastruktur" anlayışı formalaşmışdır. Onlar bir-birilə üzvi əlaqədirlər və həm də daşıdıqları məna səviyyəsinə görə bu və ya digər dərəcədə bir-birindən fərqlənirlər. O, ictimai əmək bölgüsü sisteminə və geniş təkrar istehsal prosesində spesifik rol oynayan istehsalın xüsusi şəraitini seçiyyələndirir. Bu özü də çoxşəkilli və çoxistiqamətli dir.

"Struktur" anlayışı daha geniş mənada işlənir. O, təkcə istehsal sahələrinin diferensiasiyası ilə deyil, həm də bütünlükdə sosial- iqtisadi sistemdə özünü ifadə və təzahür etdirir. Qeyd etmək lazımdır ki, struktur və infrastruktur anlayışları, tutumları baxımından daşıdıqları məna yüklərində mühüm və müxtəliflik olsa da, eynilikləri də az deyildir.

İnfrastruktur sahələr özləri də ümumən sosial-iqtisadi həyatın, xalq təsərrüfatının sahə strukturu kimi qəbul olunur. Ümumi halda başqa xalq təsərrüfatı sahələri kimi nəqliyyat, rabitə, energetika, ticarət, maarif, səhiyyə və s. sosial-iqtisadi həyatın, xalq təsərrüfatının sahə strukturlarıdır. Amma dəqiq elmi və praktiki təhlil aparıldıqda, onların hər birinin yerinə yetirdiyi konkret vəzifəyə nəzər saldıqda struktur kimi və hər hansı infrastruktur kimi işlədilməsi aydınlaşır. Buna görə də "struktur" daha geniş anlama, daha əhatəli bir anlayış kimi çıxış edir.

Beləliklə, sosial- iqtisadi sistem və ya sadəcə iqtisadi məcəllədə struktur və infrastruktur anlayışları, onların daşıdıqları məzmunun açıqlanması mühüm elmi-praktiki aktualıq kəsb edir.

Cəmiyyət bütöv bir sistem kimi irili-xırdalı, olduqca çoxsaylı forma və sferaların məcmusundan ibarətdir. Struktur əmək bölgüsü ilə üzvi surətdə bağlıdır. Ümumi halda onu maddi, texniki, sosial, iqtisadi, siyasi, hüquqi, bədii, mədəni və s. təsisatlar strukturuna bölmək olur. Bunların da hər biri öz növbəsində, nisbətən kiçik strukturlara bölünür.

Sosial-iqtisadi sistemlə birbaşa bağlı olan struktur və infrastruktur sahələrin hər ikisi bütöv bir sistemin tərkib hissəsidir. Onların oxşar cəhətlərini aşağıdakı kimi göstərmək olar:

- hər ikisi ictimai əmək bölgüsünün nəticələridir və bununla bilavasitə bağlıdırlar;

- hər ikisi diferensiallaşmış istiqamətlər, ixtisaslaşmalar kimi fəaliyyət göstərirlər;

- hər ikisində tərkib hissələr bir-biri ilə sıx əlaqəlidir və bu əlaqələr özünün davamlılığı ilə səciyyəlidir;

- hər ikisində müəyyən mənada müstəqillik mövcuddur;

- hər ikisi cəmiyyətin normal inkişafı üçün zəruridir və insanların ictimai və fərdi tələbatlarının ödənilməsinə xidmət edir;

- hər ikisi daim təkmilləşməyə meyillidir. Bu təkmilləşmələr və dəyişmələr elmi-texniki tərəqqi ilə əlaqəli olur və onun təsiri altında baş verir;

- hər ikisində bəzi səciyyəli spesifik cəhətlər onları eyni xarakterli edir.

Bu da ondan ibarətdir ki, bəzi ixtisaslaşmış, diferensiallaşmış sahələr bir halda "struktur" sahə kimi, digər halda isə "infrastruktur" sahə kimi fəaliyyət göstərir. Deməli, bunlar ikili xassəyə malikdirlər.

Cəmiyyət inkişaf etdikcə infrastruktur da geniş miqyas alır, yeniləri əmələ gəlir və bu yenilərin mikroistiqamətləri meydana çıxır. Bu mikroistiqamətlərdən də biri bazar infra-

strukturudur.

Sosial-iqtisadi sistemin inkişaf dövrü boyunca elmi və nəzəri baxımdan “bölmə”, “sahə”, “yarımsahə”, “struktur”, “infrastruktur” və s. formalaşmışdır. Onlar bir-biri ilə sıx əlaqəli olduğu kimi daşıdıqları məna yükünə görə bir-birindən fərqlənirlər.

Elmi mənada “struktur” bütöv bir sistemin daxili təşkilati formasını və onu əmələ gətirən komponentlərin xüsusi düzülüşü, qarşılıqlı əlaqəsini təşkil edir.

“İnfrastruktur” və “struktur” bütöv bir sistemin tərkib hissəsidir. Onların oxşar cəhətləri ictimai əmək bölgüsünün nəticəsi, ixtisaslaşmalar kimi fəaliyyət göstərməsi, bir-biri ilə sıx əlaqəli və davamlılığı, hər ikisinin müstəqil fəaliyyət göstərməsi, cəmiyyətin normal inkişafı, ictimai və fərdi tələbatların ödənilməsinə xidmət etməsi, daim təkmilləşməsindən ibarətdir.

“Struktur” və “infrastruktur” eyni xassəli spesifik cəhətlərə malikdirlər. Belə ki, bəzi sahələrdə onlar “struktur”, bəzilərinə “infrastruktur” kimi fəaliyyət göstərilir.

Belə ki, maddi-texniki təchizat, rabitə, elektroenergetika və s. bir halda makro iqtisadiyyatın, xalq təsərrüfatının struktur sahəsi kimi iştirak edir, digər bir halda isə infrastruktur sahəsi kimi fəaliyyət göstərilir. Birinci halda onlar xidmət sahələri kimi fəaliyyət göstərir, digərində isə xidmət edən qurumlar, infrastruktur kimi çıxış edirlər.

Bir çox alimlər infrastrukturların mahiyyətini müxtəlif cür izah edirlər.

Bir qrup alimlər infrastrukturu bütöv xidmət sistemi kimi qəbul edərək, onun istehsal və əhaliyə xidmət göstərən fəaliyyətini əsas göstərərək, istehsal və əhaliyə xidmət edən sahə hesab edirlər. Digərləri isə infrastrukturu təkcə istehsalın əsas fəaliyyətini təmin edən, onun normal işlənməsi üçün şərait yaradan sistem kimi qəbul edirlər.

Bununla yanaşı belə bir fikir də formalaşmışdır ki, infrastrukt-

tur maddi nemətlərin, obyekt və tikililərin cəmi olaraq sənaye müəssisələrinin uğurlu fəaliyyəti üçün maddi-texniki şərait yaranan bir sahədir.

İnfrastruktur - iqtisadi sistem və yarım sistemin vacib komponentidir. O, iqtisadi və ya siyasi-iqtisadi həyatın ümumi quruluşunun tərkib hissəsi olmaqla bütövlükdə iqtisadi və siyasi-iqtisadi təsərrüfatın normal fəaliyyətini təmin edən köməkçi xüsusiyyət daşıyan bir sahədir.

İctimai istehsalın müstəqil sahəsi kimi infrastrukturun inkişafı və təkamül tapması ictimai əmək bölgüsünün keçdiyi bir dövrdə mərhələdən keçərək mümkün olmuşdur.

İnfrastruktur elementləri təsadüflər nəticəsində, kortəbii surətdə meydana gəlməmişdir. Onlar bilavasitə cəmiyyətin artan tələbatı və onlara obyektiv ehtiyacların yaranması ilə formalaşmışdır. Cəmiyyət və iqtisadi sistemlər özünün inkişaf pillələri ilə getdiyi kimi, bu pillələrin özünəməxsusluğuna uyğun olaraq, infrastruktur elementləri də sadədən mürəkkəbə doğru artmış, inkişaf etmiş struktur tərkibi daim dəyişmiş və zənginləşmişdir. Müasir dövrdə sivilizasiyanın inkişaf etdiyi bir zamanda infrastruktur da öz mütəmadi inkişaf yolunu davam etdirir.

İnfrastruktur - maddi, texniki, texnoloji, təşkilati, hüquqi, maliyyə və informasiya xarakterli subyektlərin məcmusu olub, əmtəə və xidmətlərin reallaşdırılması zamanı tələb-təklifə uyğun olaraq, onların qiymətlərinin müəyyənləşdirilməsi əsasında təkrar istehsal prosesinin, ümumiyyətlə iqtisadi mexanizmin fasiləsiz fəaliyyət göstərməsini təmin edir.

İnfrastruktur sahələr, tələbatın artması qanunu, müxtəlif tələbatlar, onların müxtəlif strukturlu vəziyyəti ilə üzvi şəkildə artmış, müvafiq təsnifata uğramış və belə bir müstəvi ilə daim zənginləşmişlər.

Hazırda infrastrukturлар öz təyinat xarakterinə görə aşağıdakılara bölünürlər:

- istehsal infrastrukturları (nəqliyyat, topdan ticarət və s.);

-sosial sahələrin infrastrukturunu (əhaliyə xidmət edən nəqliyyat, təhsil, səhiyyə, sosial təminat və s.);

-bazar infrastrukturuları (istehsal vasitələri bazarı, daşınmaz əmlak bazarı, sığorta bazarı və s.).

İnfrastruktur sahələr özlərinə müvafiq özəklərdən, müəssisələrdən, təsərrüfatlar və qurumlardan, digər obyektlərdən, bir sözlə, mikroiqtisadiyyat hissələrindən təşəkkül tapırlar. Mikro-özəklər isə əksər hallarda mikroiqtisadiyyatın əsasını təşkil edir. Onlar öz həcm və güclərinə görə kiçik, orta və iri təsərrüfat subyektlərindən ibarət olurlar.

İstehsal infrastrukturuları heç bir maddi nemət yaratmır, əksinə, onların yaranmasına lazımi şərait yaradan sahələrdir. İqtisadiyyatın infrastruktur elementləri, iqtisadiyyatın bu sahələrə həvalə etdiyi özünəməxsus fəaliyyətlərin yekunudur. Bu funksiyalar daim dəyişir, yeniləşir və birbaşa əsas istehsal sahələrinin funksiyalarına uyğun formalaşır. Məhz buna görə də istehsal infrastrukturuları istehsalın təkmilləşməsi, inkişafı, yenilənməsi və uğurlu fəaliyyətini təmin etməyə xidmət edir.

Müəssisələrin təsərrüfat fəaliyyətinin infrastrukturlarının xüsusiyyətlərini rezervləşdirmək mümkün deyil, çünki, o özünü xammalın - hazır məhsulun daşınması, saxlanması, məlumatların ötürülməsi və s.-də göstərir.

2. BAZAR İNFRASTRUKTURUNUN YARANMA TARİXİ

Bazar infrastrukturunu yeni növ infraqurukturdur. Ölkənin bazar iqtisadiyyatı mexanizminin inkişafı ilə əlaqədar tələb və təklifi əks etdirən, təşkil olunmuş sistemləri ayrı-ayrı bazarların tələbatını ödəmək üçün ixtisaslaşmış fəaliyyət növü yaratmaq vacibdir.

Bazarın yaranması, onun sivil qaydada fəaliyyət göstərməsinə imkan vermək, yeni təşkilat və idarələrin yaranması labüddür.

İnfrastrukturlar bazar subyektlərinin, infrastruktur elementlərin arasında daxilə yaranan münasibətlərin sivil qaydada fəaliyyətini təmin edir.

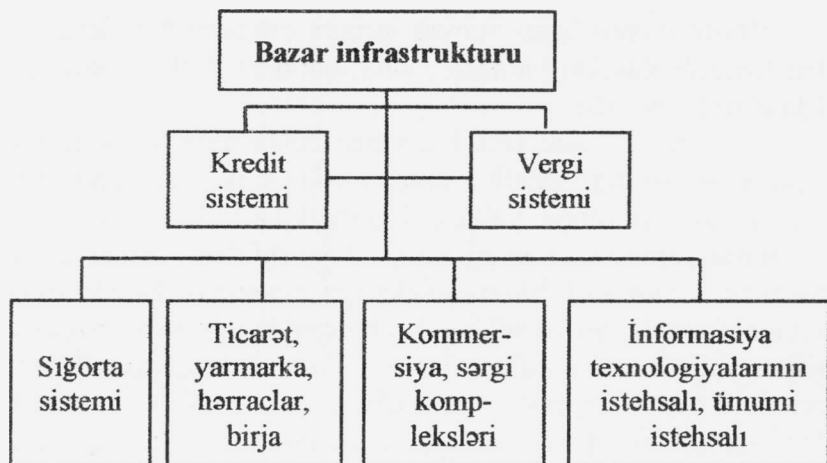
İnfrastruktur - əsas maddi istehsal sahələrinin (sənaye, kənd təsərrüfatı, tikinti), əhaliyə xidmət edən təsərrüfat sahələrinin (nəqliyyat, avtomobil yolları, dəmiryol xətləri, su kanal boru kəmərləri, anbar və s. enerji və qaz təsərrüfatları, maddi-texniki təchizat, rabitə və telekommunikasiya sistemləri, kanalizasiya), ümumi (təhsil, elm və səhiyyə) sahələrin kompleksidir. Bazar iqtisadiyyatında infrastruktur bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqədə olan müxtəlif bazar subyektlərinin istehsal, sosial təminat, bazar, maliyyə-kredit, vergi sistemi, sığorta, ticarət, kommersiya, ekoloji və informasiya sistemlərinin ümumi fəaliyyətini təmin edən sahələrin məcmusudur. İnfrastrukturun əsas məqsədi iqtisadiyyatın ayrı-ayrı sahələrinin inkişafı, istehsal müəssisələrinin fəaliyyətinin genişləndirilməsi, ixrac yönümlü məhsulların istehsalına yönəlmişdir.

Bazar infrastrukturunu bazar iqtisadiyyatında xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Onlar çox mürəkkəb sistem təşkil edir. Bu infrastruktur bazarın obyekt və subyektləri də daxil olmaqla sistemin öz elementləri arasında qarşılıqlı əlaqələri və fəaliyyətini təmin edir. Bazar subyektləri dedikdə sahibkarlar, müəssisələr, birjalar, banklar, kommersiya şirkətləri başa düşülür.

Bazar obyektləri dedikdə, bazarda mübadilə olunan mal, məhsul, əmtəə, xidmət və s. nəzərdə tutulur.

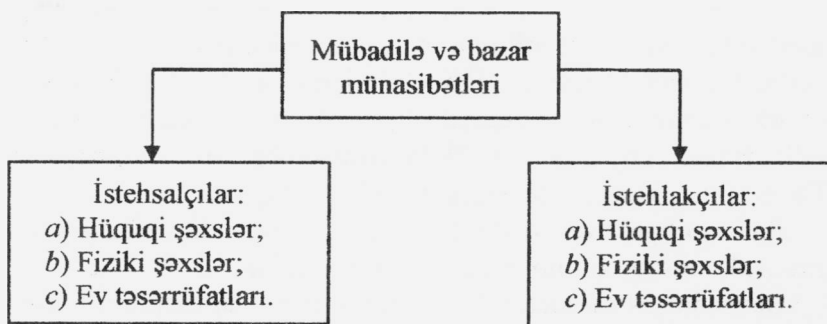
Bazar infrastrukturunu həmçinin, əmtəə-pul axınının hərəkətinin tənzimlənməsini təmin edir. Bazar infrastrukturunu müxtəlif ölçülər əsasında bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqədə fəaliyyət göstərən sərbəst bazarlardan ibarətdir. Onların əsas mahiyyəti çoxtəsnifatlı komponentlərinin məcmusunda və kompleksindədir.

Bazar infrastrukturunu komponentləri aşağıdakı kimi təsnifləşir: (Şəkil 3).



Şəkil 3. Bazar infrastrukturu komponentlərinin təsnifatı.

Bazar infrastrukturunun əsası – bazar subyektləri arasında olan bazar münasibətləridir. (Şəkil 4).



Şəkil 4. Mübadilə və bazar münasibətləri.

Bazarın növləri:

-əmtəə və xidmətlər bazarı - bura müxtəlif ərzaq növləri, şəxsi istehlak malları, nəqliyyat xidmətləri, mədəniyyət, səhiyyə, elm sahəsi üzrə pullu xidmət bazarları daxildir;

- maliyyə və ya qiymətli kağızlar bazarı - bura valyutaların, səhmlərin, çeklərin və s. pul öhdəliklərini yerinə yetirən qiymətli kağızların alqı-satqısı daxildir;

- informasiya məhsulları bazarı - bura kitab, jurnal, qəzet, şəkil, reklam və s. informasiya məlumatlarının alqı-satqısı daxildir.

- innovasiya və ya elmi-texniki işləmələr bazarı - bura yeni texniki, elmi ixtiralar, yeni ideyalar, hüquqi cəhətdən təsdiq edən rəsmi sənədlərin və ya lisenziyaların alqı-satqısı daxildir;

- iş qüvvəsi bazarı - bura müqavilələrlə iş qüvvəsinin alqı-satqısı daxildir (əmək birjaları);

- istehsal vasitələri bazarı - bura əmək alətlərinin, xammal və materialların alqı-satqısı daxildir;

- daşınmaz əmlak bazarı - mənzillərin, obyektlərin alqı-satqısı.

Bazar infrastruktur institutları aşağıdakı aralıq xidmətləri göstərir. Belə ki, onlar etibarlı əməliyyatlar apararaq təsərrüfat fəaliyyətinin tərəflərinə investisiya, sığorta sahəsində xidmətlər göstərir.

İnfrastruktur makroiqtisadi tənzimləmədə də istifadə edilir: onun köməyi ilə dövlət anti-inflyasiya tədbirləri, məşğulluq siyasəti, iqtisadiyyatın təkillik tərəddüdlərinin qarşısını almağa çalışır.

İnfrastruktur həmçinin bazar münasibətlərindən yaranan elementlərin, bazar subyektlərinin fəaliyyətinin sivil xarakter almasını təmin edir.

Bazarların normal fəaliyyəti infrastrukturun inkişafından asılıdır, çünki bazar infraqururulları bazarın səmərəli, fasiləsiz fəaliyyətini təmin edən müəssisələr sistemini təşkil edir.

Bazar infraqurururu özündə:

a) təşkilati baza: birjalar, broker firmaları, təchizat təşkilatları;

b) maddi baza: anbarlar, tara təsərrüfatı, nəqliyyat sistemi;

c) informasiya bazası və əlaqə vasitələri: telekommunikasiya və əlaqə vasitələri, internet, məhsul və qiymətlər üzrə məlumat informasiya sistemləri;

d) kredit hesablama bazası: bank sistemi, sığorta kompaniyalarını birləşdirir.

Bazar infrastrukturunun iqtisadi təyinatı, milli təsərrüfatın fəaliyyətdə olan hissəsi bazarın nisbətən təcrid olunmuş bazar subyektlərinin müvəffəqiyyətlə işlənməsi üçün bazar siqnallarının verilməsindən ibarətdir. Bu funksiyanı yerinə yetirməklə, bazar infrastrukturunu əvvəl xalq təsərrüfatı planına xas olan koordinasiya rolunu oynayır.

Bazar infrastrukturalarını makroiqtisadi yanaşma əsasında düzgün anlamaq və təsnifləşdirmək mümkündür. Buna əsasən, infrastruktur bazar iqtisadiyyatı sistemində xidmət etmir, bütöv iqtisadiyyatın normal fəaliyyətini təmin edir.

Bazar infrastrukturunu xarakterizə edərkən, nəzərə almaq lazımdır ki, iqtisadiyyatın inkişafına tək cə obyektiv deyil, həm də subyektiv amillər təsir edir, bunun üçün də infrastrukturların müasir dövrdə rolu artmaqdadır.

3. BAZAR İNFRASTRUKTURUNDA SƏRBƏST BAZARLARIN FORMALAŞMASI

Azərbaycanda bazar infrastrukturunun formalaşması müasir dövrdə son dərəcə vacib və aktual bir məsələdir. Lakin həmin məsələnin işlənməməsinə görə, onun mahiyyəti və məzmunu birmənalı qəbul olunmur. Bu da təsərrüfat praktikasında bir çox problemlər yaradır. Sovet dönməsində bu problem ilk dəfə 1970-ci illərdə araşdırılmağa başlanmışdır. İnzibati amirlik iqtisadiyyatında bazar infrastrukturunu kifayət qədər öyrənilməmiş və inkişaf etdirilməmişdir. 90-cı illərdə SSRİ-nin dağılması nəticəsində respublikalar müstəqillik qazandıqdan, bazar iqtisadiyyatına keçdikdən sonra tədricən bu sahə inkişaf etməyə başladı. Müstəqil iqtisadiyyata malik dövlətimizdə sərbəst bazarların formalaşması, inkişafı mərhələsi başladı. Respublikada bazar iqtisadiyyatına keçid şəraitində sərbəst bazarların işə düşməsinə imkan verən bazar infrastrukturunu tədricən formalaşır. Bu dö-

nəmdə əmtəə və xidmətlər bazarı; istehsal vasitələri bazarı; daşınmaz əmlak bazarı; işçi qüvvəsi bazarı; innovasiya bazarı; investisiya bazarı; lizinq bazarı; sığorta bazarı; maliyyə bazarı; informasiya bazarı; reklam bazarı; qiymətləndirmə bazarı; konsaltinq bazarı və s. bazarlar fəaliyyətini artırdı.

Əlbəttə, hazırda ölkəmizdə adları çəkilən bazarların hamısı eyni dərəcədə inkişaf etməmişlər və fəaliyyət göstərmirlər. Onlardan bir neçəsi yaranma və inkişaf mərhələsindədirlər, bir neçəsinin isə ümumiyyətlə fəaliyyəti çox zəifdir.

Keçid dövrünün indiki pilləsində Azərbaycanda istər istehsal, istər sosial və istərsə bazar infrastrukturuları bu və ya digər tərkibdə mövcuddur. İndi onların bəzi sahələri nisbətən güclü, bəzi sahələri zəif şəkildə fəaliyyət göstərir. Bəziləri isə, məsələn, bazar infrastrukturalarının bir çox komponentləri indi meydana gəlməyə başlamışdır.

Səmərəli fəaliyyət göstərən bazar infrastrukturunun qurulması və inkişafı iqtisadiyyatın bazar təsərrüfatçılıq şəraitinə keçməsi prosesinin vacib komponentidir.

Sərbəst bazarlar ayrı-ayrı ixtisaslaşmış təsərrüfat subyektləri arasındakı qarşılıqlı münasibətlərdə öz spesifik infrastrukturunu formalaşdırır.

Bazar infrastrukturuları iki əsas funksiyanı yerinə yetirərək bazarların formalaşması, normal fəaliyyəti üçün şərait yaradır:

- bazar iqtisadiyyatı subyektlərinin qarşılıqlı təsərrüfat əlaqələrinin fasiləsiz fəaliyyətini təmin edir;
- əmtəə-pul axınlarının hərəkətini tənzimləyir.

Öz mənşəyi və ya təbiətinə görə bazar infrastrukturuları iqtisadi sistemə nüfuz edərək, onun fəaliyyətini təmin edən institutların kompleksini təşkil edir. İnfrastrukturlar spesifik xüsusiyyətləri ilə xidmət etdikləri, fəaliyyətlərini tənzimlədiyi bazarların xüsusiyyətlərini formalaşdırırlar. Məsələn, əmtəə və xidmətlər bazarının tərkib hissəsinə əmtəə birjalrı, yarmarkalar, firmalar və s. təşkilatlar, maliyyə bazarına isə pul, kredit,

qiymətli kağızlar bazarı və s. daxildir.

Deməli, bazar infrastrukturuna bir-biri ilə qarşılıqlı formada fəaliyyət göstərən sərbəst bazardan ibarətdir.

Müxtəlif növ bazarlarda tələb və təklifin balanslaşdırılması və bərpası, dəstəklənməsi bazar infrastrukturunun tənzimləyici funksiyası hesabına təmin edilir.

Bazar infrastrukturuna bazar proseslərini maddi və təşkilati cəhətdən təchiz edən orqanların və institutların məcmusu kimi baxılır: alıcının və satıcının bir-birini axtarması, mal yeridilməsi, əmtəənin pula çevrilməsi, eləcə də bazar infrastrukturunun təsərrüfat, iqtisadi və maliyyə fəaliyyəti və s.

Bazarın müxtəlif sektoruna xidmət göstərən bazar infrastrukturlarını iki blokda xarakterizə edirlər:

- bazarın konkret sektoruna xidmət edən blok;
- bütövlükdə bazar təsərrüfatının bütün subyektlərinin fəaliyyətlərinə ortaq olan, bazarın maliyyə sektorunda fəaliyyətini həyata keçirən blok.

Birinci blok infrastruktur subyektlərinin xidməti bazarının aşağıdakı sektorunun fəaliyyətinə yönəlmişdir: əmtəə və xidmətlər, torpaq, əmək, istehsal vasitələri.

Maliyyə-kredit sferasının əsas infrastruktur subyekti aşağıdakılardır:

- bank sistemi;
- informasiya-investisiya fondu və kompaniyaları;
- vençur fondu və kompaniyaları;
- faktoring kompaniyaları;
- pay investisiya fondu;
- sosial fondlar.

Bazar iqtisadiyyatının ilkin elementi mülkiyyətdir.

Birincisi - bazarda kapital, istehsal vasitələri, əmlak, işçi qüvvəsi, informasiya məhsulları sahibkarlar arasındakı qarşılıqlı münasibətləri inkişaf etdirir. Sahibkarlırsız bazar yoxdur.

İkincisi - mülkiyyət münasibətləri hər mülkiyyətçinin fəa-

liyyətinin yüksək iqtisadi səmərəliliyini təmin edən təsərrüfatın və bütövlükdə iqtisadiyyatın nəticələrinə olan prinsipə əsaslanır.

Üçüncüsü - iqtisadiyyatın dinamik inkişafını təmin edən iqtisadi mexanizmin olması vacibdir. Bu mexanizm rəqabətdir. Rəqabət çoxsaylı mülkiyyətçi və müxtəlif mülkiyyət formaları mövcud olan yerdə təbii sürətdə yaranır.

Müasir bazar dedikdə sərbəst olaraq satıcı və alıcı arasında əmtəələrin alqı-satqısını mümkün edən sistem başa düşülür. Bazar strukturu müxtəlif formada çıxış edə bilər. Bu şəhər meydançasında ənənəvi bazar ola bilər; əmtəə, fond, valyuta birjası və əmək birjası; “satıram-alıram” qəzet elanı, əmtəələrin kompüter sistemi ilə satışı və s. bazarların müxtəlif növləri mövcuddur. Onları 3 əsas əlamətlərinə görə qruplaşdırmaq olar:

- 1) fəaliyyətdə olan qanunlara uyğun;
- 2) bazar münasibətlərinin iqtisadi təyinatına görə;
- 3) məkan əlamətinə görə.

Bazarların əsas növlərinə daxildir: hüquqi bazar və kölgəli bazar; istehlak bazarı - kapital bazarı; işçi qüvvəsi bazarı; informasiya bazarı; maliyyə bazarı; valyuta bazarı; yerli bazarlar; milli bazar; beynəlxalq regional bazarlar; dünya bazarları. Bu bazarların hamısı tərkib elementlərinə və özünəməxsus infrastruktur sahələrinə malikdirlər.

Bəzi alimlər və praktiklər, məsələn, professorlar V.İ.Vidya-pin və Q.P.Muravilyova bir çox bazarları sərbəst bazarlar sırasına daxil etmirlər. Onlar bir çox bazarları hətta bazar infrastrukturunu tərkibindən çıxarırlar. Onlar bazar infrastrukturunda bazarların aşağıdakı strukturunu təklif edirlər:

- 1) əmtəə və xidmətlər bazarı;
- 2) işçi qüvvəsi bazarı;
- 3) istehsal vasitələri bazarı;
- 4) valyuta, qiymətli kağızlar bazarı;
- 5) patentlər, elmi-texniki işlənmələr bazarı;
- 6) informasiya bazarı;

- 7) dövriyyə vasitələri bazarı;
- 8) ayrı-ayrı əmtələr və ya əmtəə qrupları bazarı;
- 9) lisenziyalar bazarı.

4. BAZAR İNFRASUKTURUNUN TƏSNİFATI

Bazar infrastrukturunu dedikdə, iqtisadiyyatın ümumi strukturunun bazar sistemində xidmət edən və onun fəaliyyəti üçün zəruri şərait yaradan tərkib hissəsi başa düşülür. İnkişaf etmiş bazar sistemi çox mürəkkəb quruluşa malikdir. Müasir bazar münasibətləri şəraitində bazarın vacib strukturlarından biri onun obyektlərinin iqtisadi təyinatına görə bir-birindən fərqləndirilməsi nəticəsində yaranır və aşağıdakıları əhatə edir: istehlak malları bazarı, əmək bazarı, elmi-texniki yeniliklər bazarı və s. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində bu bazarların hər birinin həm ayrılıqda normal fəaliyyəti, həm də onların səmərəli qarşılıqlı əlaqəsi inkişaf etmiş bazar infrastrukturunu şəraitində mövcud olur və onun vasitəsilə həyata keçirilir.

Bazar infrastrukturunu bazarın müxtəlif formalarının fəaliyyəti üçün zəruri iqtisadi mühitin yaranmasına xidmət edir, nəticədə isə bütövlükdə bazar iqtisadi sisteminin normal fəaliyyəti təmin edilir. Bazar infrastrukturunun ən vacib tərkib hissələri kimi əmtəə, fond, valyuta və əmək birləşmələri, lisenziya şirkətləri, banklar, auksionlar, yarmarkalar və sair çıxış edirlər.

Ölkənin iqtisadi inkişafı ilə onun infrastruktur sahələrinin inkişaf dərəcəsi arasındakı birbaşa əlaqə müasir iqtisadçı və alimlər üçün ümumi qəbul olunmuş formadır. Bu gün bütün iqtisadçı və alimlər belə qənaətə gəlmişlər ki, istər fərdi, istərsə də dövlətin iştirakı olan müxtəlif fəaliyyət sahələrinin uğurlu fəaliyyətinin təmini birbaşa o sahələrə xidmət edən infrastruktur sahələrin inkişafından asılıdır. Müxtəlif növ infrastruktur növlərinin təsnifatı mümkündür. Bir infrastruktur bir və ya bir

neçə əlamətlər üzrə formalaşır. Yəni, ciddi formalaşmış əlamətə görə müəyyən olunmuş infrastruktur “funksional əlaməti” nə görə təsnifləşdiyi halda, həm də “sahə əlaməti üzrə” və “xidmət əlamətinə” görə də təsniflənə bilər. Məsələn, maliyyə institutları çərçivəsində fəaliyyət göstərən kommersiya bankları funksional əlamətinə, eyni zamanda beynəlxalq fəaliyyətinə görə təsnifatın bütün infrastruktur növlərinə aid edilə bilər.

Cəmiyyətin digər atributları kimi infrastruktur sahələri, hər şeydən əvvəl tələbatın artması qanunu, müxtəlif tələbatlar, onların müxtəlif strukturlu vəziyyəti ilə üzvi şəkildə artmış, müvafiq təsnifata uğramış və belə bir müstəvi ilə daim zənginləşmişlər.

Bir çox iqtisadçı alimlər bazar infrastrukturalarının təsnifatını müxtəlif yanaşmalardan baxaraq müxtəlif cür vermişlər. Onlardan bəzilərini nəzərdən keçirək.

Professor O.G.Məmmədov bazar infrastrukturunun təsnifatını belə təklif edir:

- əmtəə və xidmətlər bazarı;
- kapital bazarı;
- kredit bazarı;
- əmək bazarı.

Məsələn: A.S.Bulatovun redaktəsilə çap olunan “İqtisadiyyat” dərsliyində bazar infrastrukturuna aşağıdakı təsnifat verilir:

- işçi qüvvəsi bazarı;
- maliyyə bazarı;
- istehsal vasitələri bazarı;
- istehsal bazarı;
- xidmətlər bazarı;
- texnologiyalar bazarı;
- mənəvi sərvətlər bazarı;

Ümumiyyətlə, müasir dövrdə fəaliyyət göstərən 12 sərbəst bazar aşağıdakılardır:

- əmtəə və xidmətlər bazarı;
- istehsal vasitələri bazarı;

- daşınmaz əmlak bazarı;
- işçi qüvvəsi bazarı;
- innovasiya bazarı;
- investisiya bazarı;
- lizinq bazarı;
- sığorta bazarı;
- maliyyə bazarı;
- informasiya bazarı;
- reklam bazarı;
- konsaltinq bazarı.

Hər bir bazar öz infrastrukturunu formalaşdırır. “Bazar infrastrukturunu” dar və geniş mənada izah edilir. Birinci halda bazar infrastrukturunu bazarın struktur bölmələrinin fəaliyyətini təmin edən təşkilat, idarə və xidmət sahələri sistemi kimi çıxış edir. Geniş mənada isə bazar infrastrukturunu əmtəə dövriyyəsi sferası və alqı-satqı aktının normal fəaliyyətini təmin edən maddi-texniki və iqtisadi-təşkilati şəraitin məcmusu kimi çıxış edir. Bu halda bazar infrastrukturuna ilk növbədə kredit sistemi, dövlət maliyyə sistemini cəlb etmək vacibdir.

Bazar infrastrukturunu aşağıdakı kimi təsnifləşdirilir: (Şəkil № 5)

Bazar infrastrukturunu özündə onun fəaliyyəti mümkün olmayan və ya çətinlik təşkil edən tərkib hissələrini cəmləşdirir.

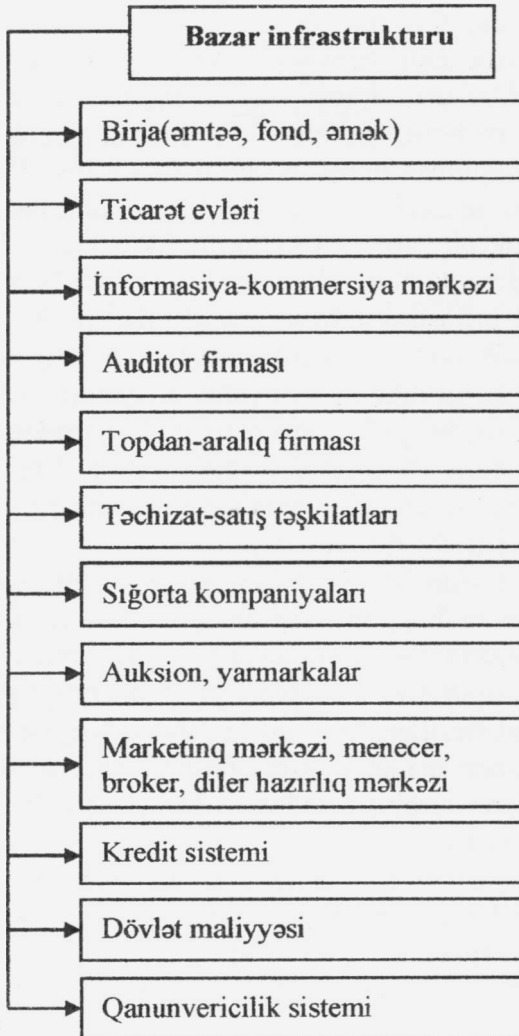
Bazar infrastrukturunun təşkilati-hüquqi və iqtisadi tərkibinə:

- 1) hüquqi bazar;
- 2) kredit, bank, vergi, sığorta, gömrük sistemi;
- 3) əmtəə-xammal, fond, valyuta, əmək birjalrı;
- 4) nəqliyyat və əlaqə daxildir.

Bazar infrastrukturunu bir çox əlamətlərinə görə təsnifləşir. Funksional əlamətinə görə infrastrukturular aşağıdakılara bölünür:

1) mühəndis texnoloji infrastrukturular: onların tərkibinə aşağıdakı sahələr daxildir: nəqliyyat (dəmiryol, avtomobil, dəniz, çay, hava, boru-kəmərlər), əlaqə-rabitə (telefon-teleqraf, radio-əlaqə, elektron, mobil rabitə); kommunal təsərrüfat (qaz, elektrik,

su, istilik təchizatı, kanalizasiya xətləri); anbar təsərrüfatı, təmir təsərrüfatı, tara təsərrüfatı, xidmət sahələri;



Şəkil 5. Bazar infrastrukturunun təsnifatı.

2) işgüzar infrastruktur özündə aşağıdakıları cəmləşdirir: ticarət (pərakəndə və topdan); ictimai iaşə (restoranlar, kafe, qəlyanaltı, barlar, yeməxana və s.); satınalan təşkilatlar; maliyyə-kredit təşkilatı (banklar, əmanət kassaları və şöbələr, sığorta kompaniyaları, audit firmaları, investisiya fondları); satış təşkilatları (fond, resurs, əmtəə, valyuta birjalrı, broker kompaniyaları, enerji təchizatı şirkətləri); daşınmaz əmlak bazarı infrastrukturı (daşınmaz əmlakın qiymətləndirilməsi agentliyi, rieltor firmaları, texniki inventar büroları); əmək bazarı infrastrukturı (əmək birjalrı, məşğulluq mərkəzləri, kadrların təkmi-ləşdirilməsi mərkəzləri, əhalinin sosial müdafiə mərkəzləri);

3) sosial infrastrukturı, aşağıdakılar aiddir: mənzil təsərrüfatı (mənzil fondu, mənzil-təsərrüfat xidməti); əhaliyə məişət xidməti göstərən müəssisələr (tikiş atelyeləri, geyim, ayaqqabı təmiri atelyesi, zərgərlik, dəri məmulatları, xırdavat təmiri emalatxanaları, kimyevi emal, foto-atelye, məişət texnikası, televizor, radio, video aparatları təmir emalatxanaları və s.); səhiyyə müəssisələri (tibbi-diaqnostik mərkəzlər, xəstəxanalar, poliklinikalar, ambulatoriyalar); təhsil müəssisələri (məktəbəqədər müəssisələr, məktəblər, liseylər, gimnaziyalar, kolleclər, institut və universitetlər, akedemiya); sosial təminat müəssisələri (internatlar, uşaq evləri, körpələr evi); mədəniyyət və incəsənət müəssisələri (teatrlar, kinoteatrlar, muzeylər, qalereyalar, sərgi salonları, kitabxanalar, konsert zalları, mədəniyyət evləri); idman və bədən tərbiyəsi müəssisələri (stadionlar, idman kompleksləri, basseynlər, futbol meydançaları, basketbol və voleybol meydançası və s.); turizm; mehmanxanalar; şərmişin nəqliyyatı (qatarlar, avtobuslar, taksi, metro); əhaliyə rabitə xidməti müəssisələri (poçt, teleqraf, ev telefon xətləri, internet, elektron poçt); əyləncə müəssisələri (əyləncə mərkəzləri, diskotekalar, parklar və s.);

4) institusional infrastrukturı özündə aşağıdakıları birləşdirir: hüquqi müəssisələr (vəkil kontorları, müvəkkil ofisləri, ar-

bitraj məhkəməsi, hüquq məsləhətxanaları, notarius idarəsi, prakurorluq, qeydiyyat palatası, ümumi yurisdiksiyalı məhkəmələr); idarəetmə müəssisələri (arxivlər, ərazi idarəetmə orqanları, miqrasiya xidməti və s.);

5) informasiya infrastruktur: reklam şirkətləri, marketing mərkəzləri, yarmarkalar, sərgilər, informasiya hesablama mərkəzləri, internet, meteostansiyalar;

6) innovasiya infrastruktur: elmi-tədqiqat institutları, layihə-dizayner büroları, layihə təşkilatları, Elmlər Akademiyası, təhsil ocaqları, sahə innovasiya mərkəzləri, vençur müəssisələri;

7) ekoloji infrastruktur: sanitar-epidemioloji nəzarəti, təbiətiqoruma cəmiyyəti, təmizləyici qurğular;

8) xarici iqtisadi infrastruktur: mədəni, informasiya, xarici təlim mərkəzləri, xarici ticarət təşkilatları, konsulluq, səfirlik, müxtəlif ölkələrin nümayəndəlikləri, gömrük.

Bazara göstərdiyi xidmət əlamətinə görə infrastrukturлар aşağıdakı kimi bölünürlər:

1) ümumi bazar (kommersiya bankları, sığorta kompaniyaları, məsləhətxanalar, auditor firmaları və s.);

2) istehlak bazarı infrastrukturları (topdan-alış təşkilatlar, mağazalar, ictimai iaşə müəssisələri və s.);

3) maliyyə bazarı infrastrukturları;

4) daşınmaz əmlak bazarı infrastruktur;

5) əmək bazarı infrastruktur və s.

Sahə əlamətinə görə bazar infrastrukturları aşağıdakılara bölünürlər:

1) beynəlxalq (beynəlxalq banklar, birjalar, xarici firmaların ticarət nümayəndəlikləri, gömrük, beynəlxalq yarmarkalar, beynəlxalq təlim, tibbi, mədəni mərkəzlər və s.);

2) Milli (Azərbaycan ticarət - sənaye Palatası, iri kommersiya bankları, birjalar, təlim, tibb, elmi mərkəzlər, ümummilli əhəmiyyətli mədəni müəssisələr);

3) regionlararası (regionlararası iri kommersiya bankları, va-

sitəçi təşkilatlar);

4) regional (regional kommersiya bankları, kommersiya bankları, investisiya fondları, ticarət evləri, reklam agentlikləri, universitetlər, tibb müəssisələri və s.);

5) şəhər (daşınmaz əmlak agentlikləri, vəkil kontorları, xırda topdanticarət firmaları, mağazalar, ictimai işə müəssisələri, şəhər sərnişin nəqliyyatı, poliklinikalar, məktəblər, əyləncə mərkəzləri, məişət xidməti müəssisələri və s.).

Bazar infrastrukturunu bazar subyektlərinə göstərdiyi maddi, maliyyə və informasiya əlaqələri yaradan obyektlərin cəmini təşkil edir. Regional bazar infrastrukturunu aşağıdakı əlamətlərinə görə təsnifləyir.

Funksiya əlamətinə görə:

- ticarət-vasitəçi infrastruktur;
- maliyyə-kredit infrastruktur;
- iqtisadi-informasiya infrastruktur;
- iqtisadi-hüquqi infrastruktur;
- xarici iqtisadi infrastruktur.

Bazara xidmət göstərdiyi əlamətə görə:

- ümumi bazar, universal xarakterli;
- müxtəlif bazarlara xidmət edən;
- ayrı-ayrı bazarlara xidmət edən;
- sahə əlamətlərinə görə bazar infrastruktur;
- beynəlxalq;
- milli;
- regionlararası;
- regional;
- şəhər və rayon.

Mülkiyyət formasına görə:

- şəxsi, kooperativ, dövlət mülkiyyət formalı;
- ictimai təşkilatların mülkiyyətində olan;
- xarici sahibkarlarda mülkiyyətdə olan;
- qarışıq mülkiyyət formasında olan infrastruktur.

MÖVZU 3

BAZAR İNFRASTRUKTURUNUN ƏSAS ELEMENTLƏRİ VƏ FUNKSİYALARI

1. Bazar infrastrukturunun əsas elementləri
2. Bazar infrastrukturunun funksiyaları
3. Birjalar və bazar iqtisadiyyatında onun rolu

1. BAZAR İNFRASTRUKTURUNUN ƏSAS ELEMENTLƏRİ

İqtisadiyyatın infrastruktur elementləri - iqtisadiyyat tərəfindən infrastrukturların üzərinə yönəldilmiş özünəməxsus funksiyalardan ibarətdir. Bu funksiyalar vaxt keçdikcə dəyişir və istehsalın xüsusiyyətindən asılı olaraq formalaşır. Buna görə də istehsal infrastrukturları müəyyən edildikdə ilk olaraq onun əsas əlaməti, yəni funksiyaları təbiiq edilir.

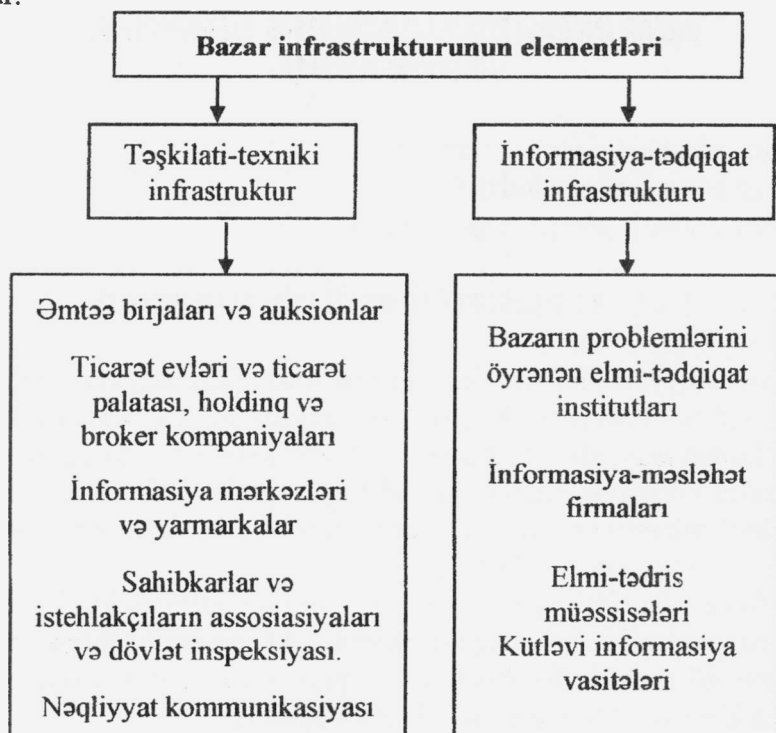
Təsərrüfat fəaliyyətinin xüsusiyyətində infrastruktur daşınma, saxlanma, informasiya ötürmə və s. proseslər formasında özünü göstərir. Infrastrukturları köməkçi və ya ikinci dərəcəli sfera kimi xarakterizə etmək düzgün deyildir.

Bildiyimiz kimi, infrastruktur - iqtisadi sistemin əsası, bünövrəsi və daxili quruluşunu təşkil edir. Bazar infrastruktur - əmtəə və xidmətlərin hərəkətini, alqı-satqı aktlarını tənzimləyən təşkilati-hüquqi forma və ya bazara xidmət edən institutlar, sistem, xidmət müəssisələri və bazarın normal fəaliyyətini təmin edən müəyyən funksiyaların məcmusudur. Bazar infrastrukturunun elementlərini aşağıdakı şəkildə görə bilərik. (Şəkil 6).

Müasir bazarın infrastrukturunun əsas elementlərinə aşağıdakılar aiddir:

- 1) birjalar (əmtəə, xammal, fond, valyuta), onların vasitəçilik təşkilatları;
- 2) auksionlar, yarmarkalar və s. qeyri-birja vasitəçi təşkilat-

lar.



Şəkil 6. Bazar infrastrukturunun elementləri.

- 3) kredit sistemi və kommersiya bankları;
- 4) emissiya sistemi və emissiya bankı;
- 5) əhəlinin məşğulluq sisteminin və dövlət və qeyri-dövlət məşğulluq mərkəzlərinin tənzimlənməsi (əmək birjası);
- 6) informasiya texnologiyaları və işgüzar kommunikasiya vasitələri;
- 7) vergi sistemləri və vergi təftişi;
- 8) kommersiya risklərinin sığortalanma sistemləri və sığorta kompaniyaları;
- 9) ticarət palatası və ictimai könüllü və dövlət birlikləri;

- 10) gömrük sistemləri;
- 11) muzzdu işçilərin həmkarlar ittifaqları;
- 12) kommersiya - sərgi kompleksləri;
- 13) ali və orta iqtisadi təhsil sistemləri;
- 14) auditor kompaniyaları;
- 15) konsaltinq (məsləhət) kompaniyaları;
- 16) işgüzar fəaliyyəti stimullaşdıran ictimai və dövlət fondları;
- 17) azad sahibkarlığın xüsusi əraziləri.

İnfrastruktur bazar subyektlərinin sivil fəaliyyətini təmin edir. Onun elementləri subyektlərə kənardan təsir etmir, onlar daxili bazar münasibətlərindən yaranmışdır.

Bazar infrastrukturunun elementləri aşağıdakı kimi qruplaşdırılır.

1) Təşkilati -texniki infrastruktur:

- əmtəə birjalrı və auksionlar;
- ticarət evləri və ticarət palatası;
- holding və broker kompaniyaları;
- informasiya mərkəzləri və yarmarkalar;
- sahibkarların və istehlakçılarının dövlət təftişi və assosiasiyaları;

-nəqliyyat kommunikasiyaları.

2) Maliyyə-kredit infrastruktur:

- banklar;
- fond və valyuta birjalrı;
- sığorta və investisiya kompaniyaları;
- fondlar.

3) İnformasiya - tədqiqat infrastruktur:

- bazarın problemlərini öyrənən elmi-tədqiqat institutları;
- informasiya - məsləhət firmaları;
- elmi və tədris müəssisələri;
- kütləvi informasiya vasitələri.

4) Qanunverici infrastruktur:

- qanunverici təşkilatlar, normativ - hüquqi sənədlər;
- hüquqi idarələr, auditor firmaları və s.

Bazar infrastrukturu - bazarın fasiləsiz fəaliyyətini təmin edən tərkib hissələridir. Bu hissələrin hər birinin özünün təyinatı vardır. Bir qayda olaraq bazar infrastrukturalarının elementlərinə müxtəlif birjalar, banklar, dövlət maliyyəsi, vergi sistemi, məşğulluq sisteminin tənzimlənməsi və s. aiddir.

Bazar infrastrukturunun vacib elementlərindən biri birjadır. Birjalarda mallar, qiymətli kağızlar və valyuta alqı-satqısı aparılır. İlk öncə malların alqı-satqısı ilə məşğul olan birjalar yaranmışdır. Sonralar qiymətli kağızların alqı-satqısı ilə məşğul olan birjalar fəaliyyət göstərməyə başladı. Bir çox ölkədə valyuta birjaları mövcuddur.

Birja ticarətinin təşkili ölkədə mövcud olan əmtəələrdən və texniki imkanlardan asılı olaraq aparılır.

İqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrdə müasir şəraitdə birjalar öz əhəmiyyətini itirməyə başlamışdır, o artıq malların, qiymətli kağızların və valyutanın alqı-satqısının əsas özəyi kimi çıxış etmir. Müasir dövrdə satıcı və alıcılar malları birbaşa göndərməyə, qiymətli kağızlar və valyuta əməliyyatlarını isə bir qayda olaraq banklar və ya digər maliyyə-kredit müəssisələri ilə aparmağa üstünlük verirlər.

Bazarın quruluşunun ikinci mühüm elementi maliyyə-kredit sistemidir. Bu sistem özündə banklar, qeyri-bank maliyyə institutlarını birləşdirir.

Mal və pul yaranan dövrdən kredit meydana gəlmişdir. Kredit-pul və ya mal formasında olan ssudadır. İlk öncə kredit işini sələmçilər öz əllərində saxlayırdılar. Mal-pul münasibətləri inkişaf etdikdən sonra kredit işi sələmçilərin əlindən çıxaraq banklara- ixtisaslaşdırılmış institutlara yönəldildi.

Müasir iqtisadiyyatda qeyri-bank institutları-investisiya kompaniyaları, əmanət kassaları, sığorta kompaniyaları, şəxsi pensiya fondları və s. nəzərəcarpacaq dərəcədə bu sahədə üstünlük

əldə etmişlər. Tədricən təşkilatlar banklarla rəqabətə girirlər. Bu kimi qeyri-bank təşkilatlarının məqsədi azad pul vəsaitlərini, hətta çox az əmanətləri maksimum dərəcədə özünə tərəf yönəltməkdir.

Bazar infrastrukturunun üçüncü vacib hissəsi dövlətin maliyyə-kredit sistemidir. Onun əsasını vergi təşkil edir. Vergi-fiziki və hüquqi şəxslərin gəlirlərinin müəyyən faizinin dövlət büdcəsinə köçürülməsidir. Vergi sistemi ölkənin iqtisadi inkişafını ya stimullaşdırır, ya da ləngidir. Məsələn, çox yüksək gəlir vergisi istehsalçıların mal və xidmətlərin istehsalında marağını aşağı salır. Əgər vergi aşağıdırsa onda dövlət əhalinin ehtiyacı olan təbəqələrə maddi yardım vermək üçün müəyyən pul vəsaitlərindən məhrum olur.

Bazar infrastrukturunun dördüncü elementi - dövlət maliyyə sistemidir. Dövlətin maliyyə sisteminin əsasını büdcə təşkil edir. Dövlətin gəliri əsasən vergidən toplanır. Bazar infrastrukturunun əsas elementi kimi dövlətin maliyyə məqsədi iqtisadiyyatın fəaliyyətini arasıkəsilmədən təmin etmək üçün vəsaitləri bir hissədən digərinə yönəltməkdir.

Bazar infrastrukturunun beşinci elementi əmək bazarıdır. Bu bazar xüsusi mal olan işçi qüvvəsinə olan diferensiallaşmış tələbi irəli sürür. Məşğulluq problemini həll etmək üçün xüsusi müəssisələrin açılmasına dövlətin marağı var. Belə müəssisələr əmək birjaları adlanır və onlar qeydiyyatda olan həqiqi işsizləri işlə təmin etmək üçün iş yerləri axtarır, onların oxumaları və ixtisas artırmalarını təşkil edir.

Müasir dövrdə əmək birjalarına təkcə aşağı dərəcəli deyil, həmçinin orta və ali təhsilli işçilər də müraciət edirlər. Əmək birjaları həm də işsizlərin işə düzəldilməsində aralıq vəzifə funksiyasını icra edir, həm də iş yerlərini dəyişmək istəyənlərə xidmət göstərirlər. Onlar tələbi öyrənir, işçi qüvvəsini təklif edir, müxtəlif müəssisələrdə vakant yerləri təqdim edirlər. Əmək birjası işsizlərin uçotunu aparır və onlara işsizliyə görə vəsait verirlər.

Müasir dövrdə iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrdə bazar infrastrukturu institutlarının yeni növləri, auditor kompaniyaları, konsaltinq firmalar, reklam agentlikəri və s. fəaliyyət göstərməyə başlamışlar.

Auditor kompaniyası firmanın təsərrüfat və maliyyə fəaliyyətini kompleks şəkildə təftiş edir. Bu təftiş dövlət tərəfindən sifarişlə və ya firmanın öz təşəbbüsü ilə aparıla bilər. Yoxlaşmanın nəticəsi firmanın "etibarlığını" ya təsdiq, ya da inkar edə bilər. Konsaltinq kompaniyası ayrı-ayrı firmalara, onları maraqlandıran məlumatları verir. Belə informasiya çox bahadır, lakin konsaltinq "nə", "necə" və "kimin üçün" istehsal etmək qərarını verməyə kömək edir. Reklam agentliyi malların bazarda realizə proqramının işlənilib hazırlanması və satışının genişlənməsinə xidmət edir.

Bazar infrastrukturları öz tərkibində çox sayda elementləri cəmləşdirir. Onlar bir-biri ilə sıx bağlı olaraq, iqtisadiyyatda mühüm rol oynayırlar.

Bazar infrastrukturu institusional əməliyyat kimi çıxış edir, ona görə də onun ilk mühüm elementinə müvafiq institutlar aiddir. Bu institutlar 2 qrupa ayrılır - ümumi təyinatlı və xüsusi təyinatlı institutlar.

Ümumi təyinatlı institutların fəaliyyəti bazar infrastrukturlarının hər hansı funksiyasını yerinə yetirməkdən ibarət deyil, bu elementlərin çoxu dövlətə məxsusdur və tək biznesdə kommersiya məqsədləri üçün istifadə olunur, həmçinin digər vəzifə və məqsədlər onların realizəsi üçün tətbiq edilir. Bu institutlar əmtəə və ya pul axınlarının qarşılıqlı əlaqəsinə diqqəti yönəldir. Əmtəə və xidmət axını istehsalçılar arasında olduğu kimi, istehsalçı ilə istehlakçı arasında da dövr edir. Bu sahədə fəaliyyət göstərən bazar infrastrukturlarının əsas elementləri olan ümumi institutlara yollar (avtomobil və dəmir); yük və sərnişin nəqliyyatı; çay, dəniz; aeroportlar; o cümlədən limanlar; anbarlar (gömrük); rabitə müəssisələri; mənzil-kommunal təsərrüfatı

aiddir. İnfrastruktur institutlarının bu hissəsinin xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, xüsusi hallarda dövlət tərəfindən onlardan istifadə etməklə yanaşı, onları özəlləşdirə və ya kommersiya məqsədləri üçün istifadə edə bilər. Buna görə dövlət bu institutlara xüsusi diqqət yetirir. Xüsusi təyinatlı institutlar topdan və pərakəndə ticarət müəssisələrini özündə birləşdirən əmtəə birjaları və ticarət şəbəkələri kimi şəxsi strukturlar və gömrük orqanları və digər tənzimləyici və nəzarətedici idarələrdən ibarətdir.

Pul axınları müvafiq maliyyə-kredit institutlarından keçir. Pul bazarında müvafiq institutlar şəxsi və dövlət institutlarına ayrılır. Maliyyə-kredit sistemindəki şəxsi institutların əsasını maliyyə bazarının universal institutu olan banklar təşkil edir. Müasir bazar infrastrukturunun inkişaf etmiş elementi qeyri-bank maliyyə-kredit institutlarıdır. Onların içərisində sığorta kompaniyaları və pensiya fondları mühüm rol oynayır.

Fond bazarının alt sistemində fond birjaları və maliyyə vasitəçiləri - qiymətli kağızların satıcıları, investisiya fondları və kompaniyalar, registratorlar və s. seçilir.

Bazar infrastrukturunun bu hissəsində dövlət mərkəzi bank və vergi xidməti ilə çıxış edir. Onun inkişafı birbaşa makroiqtisadi problemin əsas məsələsi olan məşğulluğun təmin edilməsiylə bağlıdır.

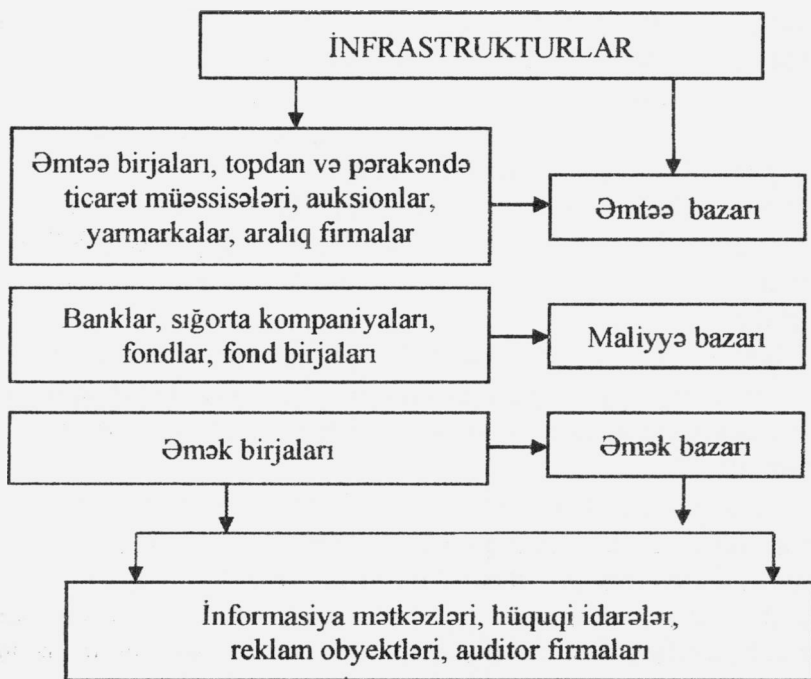
Burada əsas məqsədin bazar infrastrukturunun elementi olan kadrların yenidən hazırlanmasının müstəqil surətdə təkə bazar üçün deyil, həm də ictimai bölmə üçün olduğunu qeyd etmək lazımdır.

Bazar infrastrukturunu bir neçə səviyyədə mövcuddur. Belə ki, bazar infrastrukturlarının qlobal və lokal səviyyəsini ayırmaq lazımdır. Qlobal bazar infrastrukturları iki ölçüdə - dünya və milli ölçüdə olur ki, onlar da özlərində bəzi lokal bazar infrastrukturlarını birləşdirir. Bu, hər iki ölçülü infrastrukturlara aiddir. Belə ki, qlobal bazar infrastrukturlarının elementi kimi daxil olan bütün lokal (milli), ayrı-ayrı ölkələrin bazar infrastrukturları

ümumdünya bazar elementlərində cəmlənir. Buradan belə nəticəyə gəlmək olar ki, bazar infrastrukturunu müxtəlif dərəcəli fəaliyyət göstərən təsərrüfat əlaqələrinin, bazar iqtisadiyyatı subyektlərinin qarşılıqlı təsirinin, əmtəə-pul axını hərəkətinin tənzimlənməsinin ardıcılığını təmin edən elementlərin cəmidir.

Bildiyimiz kimi, infrastruktur - iqtisadi sistemin əsası, bünövrəsi və daxili quruluşunu təşkil edir. Bazar infrastrukturunu - əmtəə və xidmətlərin hərəkətini, alqı-satqı aktlarını tənzimləyən təşkilati-hüquqi forma və ya bazara xidmət edən institutlar, sistem, xidmət, müəssisələrin və bazarın normal fəaliyyətini təmin edən müəyyən funksiyaların məcmusudur.

Müasir bazar infrastrukturlarını ümumi halda aşağıdakı formada təsvir etmək mümkündür. (Şəkil 7)



Şəkil 7. Müasir bazar infrastrukturuları.

2. BAZAR İNFRASTRUKTURUNUN FUNKSİYALARI

Bazar ayrı-ayrı ixtisaslaşmış təsərrüfat subyektləri arasında ki qarşılıqlı münasibətlərdə öz spesifik infrastrukturunu formalaşdırır. Onu bəzən “spesifik alt sistem” də adlandırırlar. Belə ki, professor A.Qritsenko və dosent V.Sobolev bazar infrastrukturunu xarakterizə edərək, onun bir neçə müxtəlif elementlərini ayırırlar. Bu elementlər onlara xas olan spesifik funksiyaları yerinə yetirərək, öz aralarında qarşılıqlı təsirdə olurlar. Belə bir mövqeyə əsaslanaraq, onlar yazırlar ki, “hər hansı sosial-iqtisadi sistemdə infrastruktur-ilk növbədə, mövcud sistemin obyekt və subyektlərinin qarşılıqlı əlaqələrinin fasiləsiz fəaliyyətini təmin edən elementlərin məcmusudur”.

Bu tərifdən belə nəticə çıxır ki, infrastruktur sistemin tərkib hissəsi kimi, onun obyekt və subyektləri də daxil olmaq şərtilə, sistemin öz elementləri arasındakı qarşılıqlı əlaqələrin fəaliyyətini təmin etmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Həmin tərifdə bazar infrastrukturunun iki əsas funksiyası ayrılmışdır:

1) bazar iqtisadiyyatının subyektlərinin qarşılıqlı təsərrüfat əlaqələrinin və qarşılıqlı təsirlərinin fasiləsiz fəaliyyətinin təmin olunması;

2) əmtəə-pul axınlarının hərəkətinin tənzimlənməsi.

Öz mənşəyi və təbiəti nöqteyi-nəzərindən, bazar infrastrukturunu canlı orqanizm kimi iqtisadi sistemə nüfuz etmiş və onun fəaliyyətini təmin edən institutların bütöv bir kompleksidir. Onun spesifik məzmunu sərhədləri daxilində fəaliyyət göstərirdiyi bazarların xüsusiyyətləri ilə müəyyən olunur. Məsələn, əmtəə və xidmətlər bazarının tərkib hissəsinə əmtəə birjalrı, yarmarkalar, çoxsaylı firmalar, marketing və digər təşkilatlar daxildir. Maliyyə bazarı-pul, kredit və qiymətli kağızlar bazarından ibarətdir.

Bazar infrastrukturunun funksiyalarına aşağıdakılar aiddir:

1) bazar münasibətlərində olan tərəflərin maraqlarını yün-

gülləşdirmək və asanlaşdırmaq;

2) iqtisadi subyektlərin fəaliyyətinin əsasında bazar subyektlərinin işinin səmərəliliyi və operativliyinin yüksəldilməsi;

3) bazar münasibətlərinin təşkilati tərtibatı;

4) işgüzar təcrübənin dövlət və ictimai tənzimlənməsi və hüquqi və iqtisadi nəzarətin formalarının asanlaşdırılması.

Bazar infrastrukturunu müəyyən funksiyalar yerinə yetirir. Bu funksiyalar aşağıdakı sxemdə öz əksini tapmışdır. (Sxem 1).

Bazar infrastrukturunu istehsalı istehlakla əlaqələndirir və iqtisadiyyata təsir edir. Deməli, bazar infrastrukturunu əmtəə və digər bazarların normal fəaliyyətini müəyyən edən və təmin edən idarə, təşkilat, dövlət və kommersiya müəssisələrinin məcmusu və istehsalçısı və istehlakçısının səmərəli xidmətdən ibarətdir. Yaxşı inkişaf etmiş bazar infrastrukturunu müvəqqəti əmtəə qıtlığının tənzimlənməsinə imkan verir. Çünki, informasiya, xidmət, bank və digər xidmətlər kompleks halında investisiya mühitinin səmərəliliyini və tələbini təmin edir. İnfrastruktur məhsulu vasitəçi xidmətdən ibarətdir.

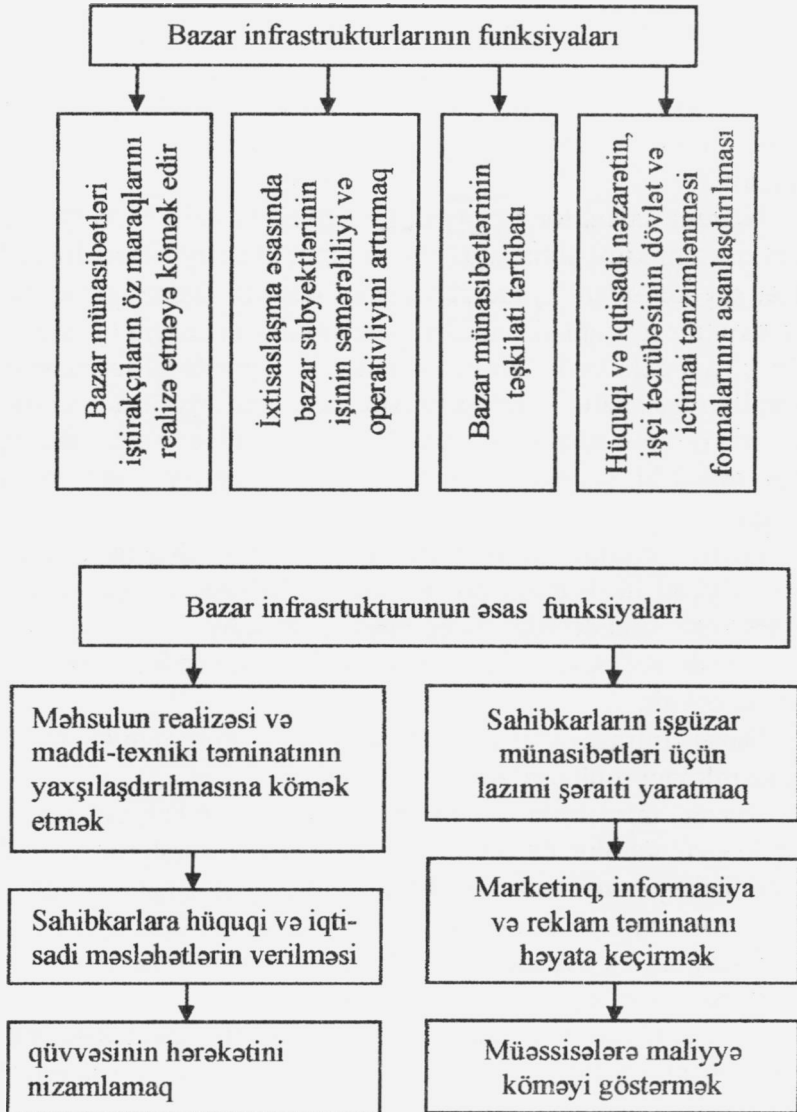
Bazar iqtisadiyyatının təbiətindən asılı olaraq bazar infrastrukturunun iki əsas funksiyasını göstərmək olar:

1) bazar iqtisadiyyatı subyektlərinin və təsərrüfat əlaqələrinin qarşılıqlı təsiri;

2) əmtəə-pul axınının hərəkətinin tənzimlənməsi.

Bazar iqtisadiyyatı subyektləri dedikdə, bir yandan xammal və məhsulların sahibləri, digər tərəfdən kommersiya strukturları və dövlət başa düşülür.

İqtisadi subyektlərin hər iki təsnifatı bir-birini tamamlayır və bu subyektləri müxtəlif meyarlara görə ayırırlar. Ayrılmış hər bir funksiya uyğun xassə və xüsusiyyətlərinə görə xarakterizə edilir.



Sxem 1.

Təmin edilmə funksiyası öz xüsusiyyətinə görə daxili passiv xarakter daşıyır. Bazar infrastruktur, bütün iqtisadiyyatın alt sistemi kimi, bilavasitə məhsulun yaradılmasında iştirak etmədən iqtisadi funksiyaların yerinə yetirilməsinə şərait və imkan yaradır.

Nizama salan, tənzimləyən funksiyalar təmin edən funksiyanın davamı kimi çıxış edir, amma onun xüsusiyyətləri fərqlənir. Hər şeydən əvvəl o, xarici xarakter daşıyır. Baxmayaraq ki, infrastruktur iqtisadi sistemin alt sistemidir, bu sistem bir tərəfdən bir-birinə qarşılıqlı təsir edə bilməyən, digər tərəfdən müəyyən şəraitdə istehsalın bütün proseslərinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir edə bilən təsərrüfat subyektlərinə təsir göstərmək qabiliyyətinə malik bir sistemdir. Bu funksiya bu xüsusiyyətinə görə aktivdir.

Digər tərəfdən, öz təbiətinə görə bu funksiya əks fəaliyyət xüsusiyyəti ilə istehsal prosesində ola biləcək nöqsanlar haqda işarə verir, onu düzəltmək üçün şərait yaradır.

Hər iki funksiya qırılmaz surətdə bağlıdır və biri o birisiz reallaşa bilmir.

Bazar infrastrukturunun bölüşdürücü, kommunikasiyalı və tənzimləyici funksiyaları da mövcuddur.

Bazar infrastrukturunun bölüşdürücü funksiyası dedikdə, region və sahələr üzrə maliyyə və əmək resurslarının, əmtəə-maddi ehtiyatlarının təmin olunma qabiliyyəti başa düşülür.

Bazar infrastrukturunun kommunikasiya funksiyası əmək məhsulunun ekvivalent mübadiləsi təşkili kimi, əmtəə, xidmət informasiya və s. kimi başa düşülür.

Müxtəlif növ bazarlarda tələb və təklifin balanslaşdırılması və bərpası, dəstəklənməsi bazar infrastrukturunun tənzimləyici funksiyası hesabına təmin edilir.

3. BİRJALAR VƏ BAZAR İQTİSADİYYATINDA ONUN ROLU

“Birja” sözü Flandriyanın böyük ticarət məntəqəsi olan Brüqqədə yaranıb, latınca “bursa” sözündən olub pul kisəsi deməkdir. Əcnəbi kommersantlar buraya gələrək Van Der Burse-nin şərəfinə adlandırılmış mehmanxanada qalırdılar. Onun göstərişi ilə otel tikilmiş və pul kisəsi təsvir olunmuş gerb ilə bəzədilmişdir. “Bursa” otelinin ətrafında ticarət yığıncaqları keçirilirdi. Tacirlər digər həmkarları ilə tanış olur, sazişlər bağlayır, uğur və müflislik haqqında yeni xəbər və şayiələri öyrənirdilər. Bir çox tacirlər sazişlər bağlamaq üçün digər ticarət mərkəzlərindən Bursa oteline gəlirdilər. Buradan “Bursaya getmək” ifadəsi meydana gəldi. Bu o qədər adət halını aldı ki, kommersantlar öz doğma yerlərinə qayıdarkən bu sözü ticarət yığıncağı mənasında işlətməyə başladılar. Xüsusi olaraq birja üçün ilk bina - Brüqqe ilə konkurent olan - 1531-ci ildə Belçikanın Antverpen şəhərində tikilmişdir.

XVII əsrin əvvəlində ticarət və maliyyə mərkəzi Antverpendən Amsterdama köçürülür. 1608-ci ildə birja yaradılır, iki onillikdən sonra isə xüsusi bina tikilir. XVII əsrdə Amsterdam “Avropanın taxıl anbarı” kimi məşhur idi. Burada 200 min kisə taxıl saxlanılırdı. Amsterdam həmçinin qiymətli kağızlar bazarının meydana gəldiyi və XVII əsrin əvvəllərində ilk fond birjasının yarandığı yer hesab edilir.

XVII əsrin əvvəlində dünya ticarət fəaliyyətinin mərkəzi Londona köçürülməyə başladı. 1865-ci ildən Londonun Krallıq birjası dövlət kağızları və səhmlərlə sazişlər həyata keçirirdi. Amsterdam və London birjalarının əməyi ondan ibarət olub ki, onlar kağızdan pula və ya əksinə keçidi tez təmin edirdilər.

Sovet dövründə də yeni iqtisadi siyasət zamanı birjalar olmuşdur. Tarix göstərir ki, birjalar dəyişməz qalmır, parametrləri üzrə dəyişir, təkmilləşir. Müasir dövrdə o, elektron ticarət formasına keçmişdir.

Birjanın yaranması azad sahibkarlığın inkişafının yüksək mərhələsində zərurətə çevrilmişdir. Sahibkarlığın inkişafının ilk dövrlərində məhsulların reallaşmasında elə böyük çətinliklərə rast gəlinmirdi. İqtisadiyyatın daha sürətlə inkişafı ilə əlaqədar olaraq tədaviyə daha çox, həm də müxtəlif əmtəələr daxil olduğuna görə onların reallaşması çətinləşir. Bununla da bazarın birja növünü təşkil etmək zərurəti yaranır.

Birjalar bazar infrastrukturunu içərisində xüsusi yer tutur. Ümumiyyətlə, birja kütləvi, müştəkkil bazar, yəni alqı-satqı əməliyyatları ilə məşğul olan özəkdir.

Birja dedikdə, əmtəələrin alqı-satqı prosesi ilə məşğul olan bazarın təşkilatı forması başa düşülür. Bununla belə birjanın bir sıra xüsusiyyətləri onu bazarın digər növlərindən fərqləndirir. Məsələn, birjada alqı-satqı əməliyyatları bilavasitə və istehlakçı arasında deyil, öz əlində hər hansı bir əmtəəyə olan tələb və təklifi mərkəzləşdirmiş vasitəçilər vasitəsilə həyata keçirilir. Birjalar daimi fəaliyyət göstərir, onun öz daimi iş yeri və iş saatı vardır.

Birja ayrı-ayrı şəxslər və dövlət tərəfindən təşkil olunur. Orada keçirilən əməliyyatlar onu təşkil edənlərin nəzarəti altında keçirilir. İri həcmli sövdələşmələri süni surətdə, qəsdən pozanlar, birja ticarət qaydalarına riayət etməyənlər müvafiq cəza alırlar. Birjanın təşkilatçıları alıcı və satıcılara xidmət göstərdiklərinə və vasitəçilik etdiklərinə görə ondan xidmət haqqı alırlar. Bundan əlavə, birjada yer almaq üçün verilən haqq, bağlanmış sövdələşmələrdən komissiyon ayırmaları və s. birjanın mənfəəti-ni təşkil edir.

Birjada bağlanmış sövdələşmələrin haqqı qarşı tərəfin hesabına ya dərhal, ya da müəyyən müddət ərzində köçürülə bilər. İkinci halda birjada satılan məhsul yeni sahibin sərəncamına dərhal keçsə də, onun haqqı satıcı və alıcı arasında razılaşdırılmış müddətə ödənilir. Həm də bu vaxt alınmış əmtəənin haqqının ödənilməsi ilə birgə satış vaxtı mövcud olan kursla hazırkı

kurs arasındakı fərq tərəflərdən biri tərəfindən ödənilir.

Bazar iqtisadiyyatına keçid bir çox qurumların ləğvinə, bəzilərinin təkmilləşdirilməsinə və bəzilərinin yaradılmasına rəvanş verdi. Nəticədə yeni strukturlar, o cümlədən birjalar yaranmağa başladı.

Azərbaycanda ilk yaranan birjalar - Xalq Birjası, Aqrar-Sənaye Birjası, Xammal-Əmtəə Birjası, Respublika Əmtəə Birjasıdır. Sonralar onlardan bir çoxu öz fəaliyyətini dayandırdı və yalnız Respublika Əmtəə Birjası hələlik sabit fəaliyyət göstərir.

Birjanın formalaşması Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 19 №-li qərarına uyğun olaraq 16 yanvar 1991-ci ildə başlandı. Əvvəlcə o, Bakı birjası adlanırdı və məhdud məsuliyyətli cəmiyyət kimi təsis edilmişdi. Sonra Nazirlər Kabinetinin 226 №-li 27 iyul 1991-ci il tarixli Qərarına əsasən Bakı birjasının adı dəyişdirildi və Respublika Əmtəə Birjası adlandırıldı. Birjanın fəaliyyəti 25 may 1994-cü ilə qədər Respublika Prezidentinin 337 №-li 12 sentyabr 1991-ci il tarixli Fərmanı ilə təsdiq olunmuş "Birja fəaliyyəti haqqında" müvəqqəti Əsasnamə ilə tənzimlənirdi.

25 may 1994-cü ildə "Əmtəə Birjası haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun qəbulundan sonra Respublika Əmtəə Birjasının fəaliyyəti bu qanuna uyğun olaraq tənzimlənir.

Həmin qanuna əsasən birja öz fəaliyyətini təsisçilərin ümumi iclasında təsdiq olunmuş Nizamnamə əsasında həyata keçirir. Birja ticarətinin qaydaları birja əməliyyatlarının həyata keçirilməsi və onunla əlaqədar mübahisəli məsələlərin həll edilməsi üçün əsas sənəddir. Birja ticarəti iki yolla həyata keçirilir - broker və diler fəaliyyəti vasitəsilə.

Birja ticarətinin iştirakçıları birja hərraclarında aşağıdakı razılaşmaları bağlaya bilərlər:

- əmtəə alqı-satqısı üzrə razılaşmalar, o cümlədən, əmtəənin bilavasitə təqdim olunması və ya göndərilməsi, yaxud da əmtəəyə olan mülkiyyət hüququnu təsdiq edən sənədin verilməsi

şerti ilə;

- forvard razılaşmalar - mal göndərilməsi müddətinin sonradan razılaşdırılması şərti ilə real əmtəənin alqı-satqısı üzrə razılaşmalar;

- fyuçers razılaşmalar - birja əmtəələrinin göndərilməsində tipik kontraktlar üzrə razılaşmalar;

- opsiyon razılaşmalar - birja əmtəələrinin müəyyən olunmuş qiymətlərə görə və ya gələcəkdə - birja əmtəələrinin göndərilməsi haqqında kontraktların alqı-satqısı üzrə razılaşmalar.

Birjalarda brokerlərin rolu əsasdır, birjalarda alqı-satqı əməliyyatını brokerlər həyata keçirir. Broker ingilis sözüdür, tərcümədə - vasitəçi deməkdir. O, birjanın üzvü olmalıdır, eyni zamanda öz vasitəçilik vəzifəsini yerinə yetirmək üçün bazarda yer almalıdır. Yerinqiyməti brokerə olan tələbdən asılıdır. Əgər yerinqiyməti az, brokerlərin sayı çoxdursa, onun qiyməti baha olacaq və ya əksinə.

Fond, əmtəə, valyuta birjalarında sövdələşmələr zamanı vasitəçi rolunu ifa edən broker sahibkar deyil. Dəllal, vasitəçi yalnız sahibkar adından təklif edir. Broker çalışır ki, daha çox alqı-satqı əməliyyatlarına vasitəçilik etsin və vasitəçilik etdiyi əməliyyatlar baş tutsun. Çünki o, yalnız satılan əmtəələrə görə haqq alır.

Əmtəələrin tədavül dairəsində hərəkətinin sürətlənməsində brokerlərin rolu böyükdür. Onlar bazar konyunkturasını yaxşı bilir, onlar bu sahədə yüksək ixtisaslı mütəxəssislərdir. Broker rolunda firmalar və ayrı-ayrı şəxslər çıxış edə bilirlər. Brokerlər öz xidmətlərinin əvəzində tərəflərin qarşılıqlı razılığı ilə haqq alır. İri broker firmaları əksər hallarda sövdələşmələr vaxtı zəmin rolunda çıxış edir, alıcılara kredit verirlər.

Bazar iqtisadiyyatı sistemində bazar subyektlərindən biri də dilerdir. Broker kimi diler də bazarda alıcılarla satıcılar arasında dəllallıq, vasitəçilik edirlər. Onlar da broker kimi fond birjasının üzvü, eyni zamanda bazarda yeri olmalıdır. Lakin onların yerinə

yetirdiyi vəzifələr və fəaliyyət dairəsi bir-birindən fərqlənir. Əgər broker alqı-satqıda yalnız vasitəçilik edir və buna görə də haqq alırsa, diler həm də sonradan daha baha satmaq məqsədilə qiymətli kağızlar alır. Bundan əlavə, dilerlər bir-biri ilə, brokerlərlə, bilavasitə alıcılar və ya satıcılarla sövdələşməyə girə bilərlər. Bəzi hallarda ayrı-ayrı kommersiya bankları da diler siyasətində çıxış edə bilərlər. Brokerlər kimi əmtəələrin reallaşmasının sürətlənməsində dilerlərin də xüsusi rolları vardır.

Elmi-texniki tərəqqi, elektron hesablama texnikasının inkişafı, yeni rabitə vasitələri birja ticarətini dünyanın bütün ölkələri ilə vahid bir sistemə salır, bütün sutka ərzində fəaliyyət göstərir. İndi əmtəə birjalari alver üzərində nəzarəti də həyata keçirir. O, bazarda tələblə təklif əsasında qiymətlərin kotirovkası (qoyulması) ilə də məşğul olur; birja əmtəələrini çəki, həcm, keyfiyyət üzrə standartlar müəyyən edir. Birja üzvləri üçün tipik müqavilələr, ticarət etmə qaydalarını işləyir. Satılan əmtəələrin kotirovkası ilə informasiya bülletenləri buraxır, müxtəlif xidmətlər üzrə müştərilərə kömək göstərir və s.

Əmtəə birjası - müəyyən edilmiş birja qaydaları əsasında hüquqi və fiziki şəxslərin birliyi əsasında yaradılan hüquqi şəxs statuslu təşkilatdır. Əmtəə birjasında alqı-satqı əməliyyatları böyük həcmdə, yəni topdansatış formasında həyata keçirilir. Burada müxtəlif məhsullar, əsasən xammal və kənd təsərrüfatı malları topdan satılır. Məhsulların alqı-satqısı haqqında sövdələşmələr aparılır və müqavilələr bağlanır. Başqa bazar növlərindən fərqli olaraq, əmtəə birjalarında satılan məhsulların hamısı bazara daxil olmur, yalnız onun nümunələri əsasında alqı-satqı müqavilələri bağlanır. Bu bazar növünün bazarın başqa növlərindən bir fərqi də ondan ibarətdir ki, sövdələşmədən dərhal sonra əmtəə satıcının əlindən alıcının əlinə keçmir. Məsələn, fərz edək ki, may ayında əmtəə birjasında pambıq nümunələri üzrə alqı-satqının əməliyyatı gedir, halbuki, pambıq yenicə əkilib, onu alıcıya payız ayında vermək mümkün ola bilər. Buna

görə də mövsümçülükdən asılı olaraq nümunələr üzrə kənd təsərrüfatı alqı-satqısı müddəti altı aydan iyirmi dörd aya kimi uzana bilər. Başqa sözlə, məhsul satıcıdan alıcıya dərhal deyil, müəyyən müddətdən sonra verilir.

Respublika Əmtəə Birjası öz maddi bazasının yaradılması və xərclərin ödənilməsi üçün büdcə vəsaitlərinin və ya kredit resurslarının cəlb olunmaması strategiyasına əsasən hərəkət edir. Yalnız öz mənfəəti, eləcə də sponsor və xeyriyyəçi köməyi hesabına əsas vəsaitlər alınır, öz təsisçilərinə və üzvlərinə dividendlər ayırırlar.

Hazırda Respublika Əmtəə Birjası 9 təsisçinin və 16 üzvün, eləcə də 70-dən artıq broker firmasının qeydə alındığı sərbəst təşkilat kimi fəaliyyət göstərir. Onun yaxın xarici ölkələrin 100-dən artıq birjalari ilə birjalararası müqavilələri vardır. Respublika Əmtəə Birjasının mövcud olduğu müddət ərzində hər həftə 1500-dən artıq kontraktın qeydə alındığı birja hərracları keçirilir. Birja hərraclarında müxtəlif vaxtlarda onlarla müəssisə və təşkilat iştirak etmişdir.

Respublika Əmtəə Birjası öz fəaliyyətində sistemətik olaraq Respublikaya gətirilən və çıxarılan məhsulların həcmiini təhlil edir. Eyni zamanda Respublika Əmtəə Birjası hərracların keçirildiyi məhsulların çeşidini məhdudlaşdırmır. Məsələn, müxtəlif illərdə birja hərraclarında satılan əsas məhsullar bunlardır: xalq istehlakı malları, tikinti materialları, cihazlar və elektrik malları, maşın və avadanlıqlar, ərzaq məhsulları, aqrar-sənaye məhsulları, maşınqayırma məhsulları, elektrik avadanlıqları.

Bundan başqa, Respublika Əmtəə Birjasında dövlətin kreditlər hesabına Türkiyədən aldığı mini çörək zavodlarının və müflisləşmiş xeyriyyə cəmiyyətlərinin əmlakının satışı üzrə müxtəlif auksionlar da keçirilmişdir. Özəlləşdirmənin ilkin mərhələsində Respublika Əmtəə Birjası Dövlət Əmlak Komitəsi ilə birgə yanacaqqaldurma stansiyalarının özəlləşdirilməsi üzrə hərraclar keçirmişdir və satışa yatıb qalmış və tələbat olmayan ha-

zır məhsullar çıxarmışdır.

Gələcəkdə də əmtəə birjasının rolunu yüksəltmək və mal dövriyyəsini sürətləndirmək üçün bir sıra tədbirlər həyata keçirmək lazımdır:

1. Strateji əhəmiyyətli məhsulların satışına nəzarət etmək üçün aşağıdakı məhsulları birja məhsulları hesab etmək zəruridir:

- ət və ət məhsulları;
- taxıl;
- neft və neft məhsulları;
- tütün;
- pambıq;
- yun;
- qara metallar;
- əlvan metallar;
- balıq və balıq məhsulları;
- konyak-şərab məhsulları.

2. Müəssisə və təşkilatların anbarlarında yığılıb qalan hazır məhsulların, eləcə də istehsalda istifadə olunmayan ehtiyat hissələrinin və dəstləşdirici məmulatların birjada satışını təşkil etmək;

3. Müflisləşmiş müəssisə və təşkilatların əmlakının birjada satışını təşkil etmək;

4. Gömrük Komitəsi və hüquq-mühafizə orqanları tərəfindən müsadirə olunmuş məhsulların birjada satışını təşkil etmək.

Bütün bu tədbirlər Respublika Əmtəə Birjasında işləri canlandırmağa və bir sıra təşkilatları onlara aid olmayan işlərdən azad etməyə imkan verəcəkdir.

Əmtəə birjasının əsas prinsipləri aşağıdakılardır:

1) birja ticarəti iştirakçılarının hüquq bərabərliyinin təmin olunması;

2) sərbəst (bazar) qiymətlərin tətbiqi;

3) birja ticarətinin aşkarlığı.

Əmtəə birjaları ticarət mübahisələrini həll etməsi ilə, istehsalın həcmi, məhsulun keyfiyyəti, onun faydalı xüsusiyyətləri, üstünlükləri haqqında məlumat verməsi ilə, istehsalçı və istehlakçı arasında əmtəələrin reallaşmasında səriştəli fəaliyyəti ilə tədaviyə sürətləndirir. Birjanın yerinə yetirdiyi əməliyyatlara ticarət sövdələşmələri bağlayanlar arasında vasitəçilik etmək, satılmağa təklif edilən əmtəələrin əvvəlcədən ekspertizasını keçirmək, alqı-satqı ilə bağlı əməliyyatları sürətləndirmək və sadələşdirmək, ticarət mübahisələrini həll etmək, istehsalın həcmi, məhsulun həcmi, məhsulun qiyməti, faydalılıq xüsusiyyətləri haqqında məlumatları yaymaq və s. daxildir. Əmtəə birjasında ticarət əməliyyatları onun ümumi yığıncağı tərəfindən təsdiq edilmiş ticarət qaydalarına uyğun aparılır. Konkret olaraq buraya sövdələşmələrin aparılması üsulları, əqdlərin növləri, onların qeydə alınması və uçotu qaydaları, əmtəələrə məzənnə qoyulması qaydası, birja ticarəti qaydalarını pozmağa görə sanksiyalar və s. öz əksini tapır. Əmtəə birjasının bütün üzvləri onun nizamnaməsinin tələblərinə, birja ticarəti qaydalarına, onun ali idarəetmə orqanı olan ümumi yığıncağın, habelə birja komitəsinin qərarlarına əməl etməli, birjanın nəzarət orqanlarına vaxtında və zəruri məlumatları verməlidirlər. Birjanın üzvləri həmçinin onun fəaliyyəti haqqında məxfi məlumatları və kommersiya sirrini yaymağa görə məsuliyyət daşıyırlar.

Qiymətli kağızlar, yəni istiqrazlar, səhmlər, obliqasiyalar, çeklər, veksellər və s. alqı-satqısı ilə məşğul olan bazarlara **fond birjası** deyilir. Müasir dövrdə sənayenin, kənd təsərrüfatının və başqa sahələrin inkişafı üçün lazım olan kapital qoyuluşunda onlar böyük rol oynayırlar. Fond birjalarında da, qiymətli kağızlara olan tələb və təklifin təsiri altında onların da qiyməti tez-tez dəyişir. Adətən iqtisadiyyatın inkişafı dövründə qiymətli kağızların kursu əsasən yüksəlir, tənəzzül, durğunluq və iqtisadi böhran zamanı isə aşağı düşür. Ona görə də, fond birjaları iqtisadiyyatın inkişafının ən yaxşı göstəricisi hesab edilir. Qiymətli

kağızların kursuna siyasi hadisələr də, məsələn, müharibə, hakimiyyət uğrunda mübarizə və s. təsir göstərir. Bütün azad sahibkarlıq dövlətlərində fond birjaları olduğu və inkişaf etdirilədiyi halda, keçmiş sosialist ölkələrində bazarın bu forması mövcud olmamışdır.

Fond birjalarında iri kompaniyaların səhmləri satılır və alınır. Səhmləri saxlayan fond birjaları kompaniyaların mənfəətinin bir hissəsini faiz şəklində alırlar. Səhmlərin qiyməti isə ona olan tələb və təklifdən asılıdır. Fond birjasının aldığı faizin özü də səhmlərin qiymətindən asılıdır.

Bazar iqtisadiyyatı əsasən açıq iqtisadiyyat və azad sahibkarlıq prinsiplərinə əsaslandığına görə mövcud olan fond birjaları bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqə və qarşılıqlı təsirdə fəaliyyət göstərirlər. Təbii ki, qiymətli kağızların kursunun müəyyən olunmasında dünyanın ən iri və ən məşhur fond birjaları əsas rol oynayırlar, digər ölkə və regionlarda qiymətli kağızların kursu onların təsiri altında yaranır. Hazırda dünyada 200 fond birjası fəaliyyət göstərir ki, bunlardan da aparılan əməliyyatların miqyasına görə ən iriləri və məşhurları Nyu-York, Tokio, London, Frankfurt birjalarıdır.

Qiymətli kağızlar birjası sahiblərinə dividend və ya faiz formasında gəlir gətirir. ABŞ-da və Böyük Britaniyada fond birjasında birja komitəsi seçilir. Burada xüsusi komissiyalar fəaliyyət göstərir. Bunlar birja ticarətinə qiymətli kağızlar buraxılması haqqında qərar qəbul edir. Qərb fond birjalarında qiymətli kağızların satış dövriyyəsi ildə bir neçə trilyon dollar gəlir gətirir.

Bazar iqtisadiyyatı ölkələrində işçi qüvvəsi bazarı bir qayda olaraq dövlətə məxsus olan *əmək birjaları* vasitəsi ilə ifadə olunur. Hazırkı dövrdə əmək birjaları işsizlərin siyahıya alınması və onların işlə təmin olunması, iş yerlərini dəyişmək istəyənlərə uyğun köməkliyin edilməsi üzrə xidmətlər göstərirlər.

Ümumiyyətlə, əmək birjalarının funksiyaları aşağıdakı kimi

səciyyələnin:

- iş qüvvəsinə olan tələbi və təklifi təhlil edir, proqnozlaşdırır və əmək bazarında vəziyyət haqqında informasiya hazırlayır;
- məşğulluğun proqramını hazırlayır;
- işsizlərin qeydiyyatını aparır və onlara müavinət verir;
- boş iş yerlərini müəyyən edir və iş üçün müraciət edənlərin məsələsinə baxır;
- iş axtaranlara uyğun iş seçməkdə kömək edir, bu barədə informasiya verir;
- məşğulluğun və işsizliyin tənzimlənməsini, bunların sosial müdafiəsini təşkil edir;
- tələb olunan ixtisaslar haqqında zəruri məlumat verir, gənclərin peşə seçimində onlara kömək edir və s.

Bununla bərabər, birjalar həm də işsiz adamı müəyyən iş yerlərinə göndərməklə məşğul olurlar. Əgər işsiz şəxs təklif olunan işə getməzsə o, işsizliyə görə verilən haqdan məhrum edilir. Müasir dövrdə daha çox ixtisas uyğun gəlmədiyindən, habelə digər müəyyən səbəblər üzündən sahibkarlar birjanın göndərdiyi işçidən imtina edərək daha çox öz müəssisələrinin hazırladığı, təhsil yerlərindən müstəqil axtarılıb tapılan, xarici ölkələrdən gətirilmiş yüksək ixtisaslı mütəxəssislərə üstünlük verirlər. Buradan belə nəticəyə gəlmək olar ki, əmək birjalарının göndərişi heç də həmişə sahibkarlar üçün yerinə yetirilməli olan mütləq qanun deyildir.

Bazar infrastrukturları kimi fəal xarakterizə olunan *valyuta birjalari* ən geniş yayılmış formalardan biridir. Valyuta birjası xarici valyutaların alqı-satqısını təşkil edən, eyni zamanda tələb və təklifi nəzərə alaraq onların valyuta məzənnəsini müəyyən edən təşkilatdır. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində ölkələrarası valyuta ticarətinin əsas hissəsi banklar arasında, bir ölkə daxilində isə banklarla qeyri-bank müəssisələri arasında aparılır. Lakin bunlarla yanaşı bu əməliyyatların bir hissəsi valyuta birjalarının payına düşür. Valyuta birjasında aparılan ticarət valyuta kursu

əsasında, yəni iki bir-birindən fərqli pul vahidlərini mübadilə nisbəti əsasında həyata keçirilir.

Bütün ölkələrdə bu birjalar fəaliyyət göstərməsə də, onun mövcud olduğu ölkələrdə valyuta bazarında həm azad, həm də rəsmi valyuta kursuna rast gəlinir. Dövlətin bütün valyuta əməliyyatlarının həyata keçirilməsi üçün əsas meyar hesab edilən rəsmi kursdan hətta iş saatından kənar vaxt ərzində də istifadə olunur.

Bankın tədiyyə qabiliyyətindən, onun vəsaitinin dövretmə xüsusiyyətindən, banklararası işgüzar münasibətlərin xarakterindən asılı olan valyutanın azad kursu banklararası valyuta ticarəti sahəsində tələb və təklifin təsiri altında yaranır.

Valyuta bazarları əməliyyatlarının əsasında xarici ticarət, xidmətlər, turizm, xüsusi köçürmələr üzrə beynəlxalq haqq-hesablar durur.

Əmtəə və fond birjalarının müasir formalarından biri *fyuçers birjasıdır*. Ticarət obyektini olan fyuçers bazar infrastrukturunda əmtəələrin, valyutaların, qiymətli kağızların təcili göndərilməsi üçün müqavilə bağlanır. Təcrübə göstərir ki, onun əsas xüsusiyyəti bundadır ki, sövdələşmələrin həyata keçirildiyi əksəriyyət əməliyyatlarda bilavasitə əmtəənin özünün mövcud olması deyil, əmtəəyə hüquq məsələsi əsas götürülür.

Fyuçers birjası yeni birja aktivini hesab olunur. Fyuçers birjası kontraktında hər hansı bir aktiv dayanır. Burada kontrakt birja əmtəəsinin gələcəkdə müəyyən vaxtda göndəriləcəyi ilə bağlıdır. Bununla əlaqədar olaraq ticarətin kompyuterləşməsi və avtomatlaşdırılması prosesi imkanının səviyyəsi daim artır. Əslində bu, ticarət birjasının klassik əlamətlərini inkar etməyi ifadə edir. Elmi-texniki tərəqqi, elektron hesablama texnikasının inkişafı, yeni rabitə vasitələri birja ticarətini dünyanın bütün ölkələri üçün vahid bir sistemə salır, bütün sutka ərzində fəaliyyət göstərir.

Birja fəaliyyətinin kompüterləşdirilməsi birja ticarəti ilə bir-

jadankənar ticarətin sərhədini silir. İnformasiya ədəbiyyatlarında göstərilir ki, hazırda inkişaf etmiş ölkələrdə 54 məmulat növü üzrə əməliyyat aparan 150 fyuçers birjası vardır. Onun dövriyyəsi ildə 3 trilyon ABŞ dolları qədərdir.

Ölkələr üzrə onun bölgüsü təqribən belədir: ABŞ-in payı 85%, İngiltərənin payı 8%, Yaponiyanın payı isə 6%.

Opsion - müəyyən vaxtlarda, yaxud məqamlarda qiymətli kağızların şərtləndirilmiş qiymətlərlə əldə edilməsi və satılması hüququ; iki tərəf arasındakı imtiyazlı sazişdir. Bir tərəf digər tərəfə öz maliyyə vəsaitini satmaq və ya almaq hüququ verir. Alqı-satqı üzrə saziş bağlayan tərəflər öz üzərinə müəyyən öhdəliklər götürürlər.

Ən məşhur opsion birjası Avropada Amsterdamda yerləşir. Bu birjanın gəlir mənbəyi opsion olan müştərilərin mükafatları hesab olunur.

Fraxt birjası daim fəaliyyətdə olan gəmilərin bazarıdır. Bu, regional, beynəlxalq əmtəə və ya digər əlamətlər üzrə təşkil olunur. Bunlarda tonnaja tələb və ona təklif haqqında, fraxt dərəcəsi, fraxtlaşma və s. barədə bütün informasiyalar təmərküzləşir.

Beynəlxalq əhəmiyyətli fraxt mərkəzi Londonda yerləşir. Bundan başqa, fraxt birjaları Hamburq, Keniya, Tokio, Honkonq, Nyu-Yorkda da vardır. Adətən fraxt birjaları məhdud məsuliyyətlə fəaliyyət göstərirlər.

Fraxt birjası yüklərin və sərnişinlərin daşınması üzrə dəniz nəqliyyatının beynəlxalq ticarət xidmətində müxtəlif formalarla olurlar.

Bazar iqtisadiyyatı inkişaf etmiş bəzi ölkələrdə **universal birja** deyilən birjalar da fəaliyyət göstərir. Bu birjalarda əməliyyatlar yalnız geniş dairə əmtəələrlə deyil, eyni zamanda valyuta, qiymətli kağızlar və habelə, fraxt müqavilələri üzrə də həyata keçirilir.

MÖVZU 4

ƏMTƏƏ VƏ XİDMƏTLƏR BAZARININ İNFRASTRUKTURU

1. Əmtəə və xidmətlər bazarının mahiyyəti və əsas elementləri
2. Əmtəə və xidmətlər bazarı infrastrukturunun funksiyaları və elementləri
3. Əmtəə və xidmətlər bazarının fəaliyyətinin səmərəli təşkilində infrastrukturun rolu

1. ƏMTƏƏ VƏ XİDMƏTLƏR BAZARININ MAHİYYƏTİ VƏ ƏSAS ELEMENTLƏRİ

Əmtəə bazarı dedikdə, müxtəlif müəssisələr tərəfindən istehsal olunmuş bütün əmtəə və xidmətlərin məcmusu başa düşülür. Əmtəə bazarına tələbatı ödəyəcək istənilən əmtəələr çıxarılır. Əmtəə bazarı - istehsal və ya istehlak əlamətlərinə görə uyğun əmtəə və ya əmtəə qruplarının və xidmətlərinin bazarını təşkil edir. Əmtəə bazarı - istehlak və ya istehsal əlamətlərində birləşən ayrı-ayrı əmtəələrin və ya əmtəə qrupu və xammallar bazarıdır.

Əmtəə bazarı - xüsusi iqtisadi kateqoriyadır. Bu bazarda əmtəələrin realizəsi zamanı alqı-satqı münasibətləri formalaşır və təkmilləşir.

Əmtəə bazarının mühüm xüsusiyyəti - onun konyunkturasının müəssisənin daxili və xarici mühitinin müxtəlif şərait və amillərinin qarşılıqlı təsirinin nəticəsində müəyyən edilməsidir.

Əmtəə bazarının konyunkturası müəyyən vaxt ərzində uyğun malların istehlakı və dəyişdirilməsi, istehsalı sferasındakı vəziyyətini nəzərə alır. O özündə aşağıdakıları əks etdirir:

- əmtəələrin qiymətlərinin dinamikası;
- bağlanan müqavilələrin miqdarı;
- sifarişlərin daxil olması;
- istehsal gücünün yüklənməsi;
- import və eksportun nisbəti və həcmi nəzərə alaraq məhsulun istehsalı və realizəsinin həcmi;

- əmtəə - material ehtiyatları və əmtəə qalıqlarının ölçüsü;
- ssuda faizinin dinamikası, qiymətli kağızların məzənnəsinin hərəkəti və s.

Hər bir əmtəə özünün həyat tsiklinə malikdir: uzunmüddətli və ya qısamüddətli.

Tsikl dörd mərhələdən ibarətdir:

- 1) əmtəənin bazara təqdimi və girişi;
- 2) artım;
- 3) yetkinlik;
- 4) qocalma.

İstehsalçı sahibkar əgər öz məhsulunun satılmasında marağı varsa, hər şeydən əvvəl əmtəənin yaşayış tsiklinin davamlılığı haqda dəqiq məlumatla malik olmalıdır. Əks halda əmtəənin bazara girişi, orada olan əmtəənin vaxtından əvvəl onu əvəz edəcək mal gələn kimi qocala bilər. O zaman mal realizə edilməmiş qalar, nəticədə istehsal həтта dayana bilər. Firma tsiklin rəşional təkrarlanması üçün yeni malın istehsalına başlamalıdır. Bunu o, əvvəlki mal öz qocalma mərhələsinə qədər qoyduğı mərhələdə etməlidir.

Lakin hər hansı əmtəənin həyat tsiklinin proqnozunu vermək çox çətin bir məsələdir. Bu məqsədlə marketing tədqiqatları aparılır və analoji əmtəələr və bazar situasiyaları öyrənilir və təhlil edilir.

XX əsrin son illərində tədricən əmtəə bazarları inkişaf mərhələsinə qədər qoydu. Əmtəə bazarlarının xüsusiyyəti - onun müqavilə bağlayan iştirakçıları pul vəsaiti investərləri olmaqla yanaşı, mal dövriyyəsinə dəstək olan iqtisadi fəaliyyət göstərən şəxslərdir.

XX əsrin sonunda əmtəənin bazara sadə formada daxilolma texnologiyası meydana gəlmişdir. Bu, əmtəələrin qiymətinin dinamikasını dəyişən əmtəə alverçilərinin bazarda yaranmasına gətirib çıxardı. Bazarda qiymətin dəyişməsi tez və hissə olunacaq dərəcəyə çatmışdı.

İlk əmtəə bazarları XII əsrdə müasir Avropanın ərazisində meydana gəlmişdir. Bazarın inkişafı bir müddətdən sonra krizis nöqtəsinə çatmışdır. İlk dəfə holland zanbaqları soğanının qiymətinin artması bir çox ölkələrin əmtəə bazarlarında XVII əsrdə "soğanaq istisi" adı aldı və əmtəə bazarında krizis yaratdı.

Əmtəə bazarının inkişafı post-sovet dövründə özəlləşdirmənin vəzifələrinin həlli istiqamətinə yönəldilmişdir. Bu dönmədə əmtəə bazarının inkişafı və təkmilləşdirilməsinin həll edilməmiş vəzifələrinə bazar münasibətlərinin yaranması və mövcud vəziyyətinin müasir səviyyəsinin dərk edilməsi iqtisadi artım mənbələrinin, gələcək inkişaf perspektivlərinin müəyyən edilməsindən ibarətdir. Nəticədə əmtəə bazarı əsas makroiqtisadi amillərin təsiri altında formalaşmağa başladı. Buna ilk növbədə əhalinin əsas hissəsinin gəlirlərinin və ödəmə qabiliyyətinin aşağı düşməsi, həmçinin sahələrarası qiymət nisbətinin hədsiz pisləşməsi səbəb oldu. Məhz bu amillər əmtəə bazarının modernləşdirilməsi, stabilliyə yönəldilmiş yeni inkişaf istiqamətlərinin işlənilib hazırlanmasının əhəmiyyətini artırır. Bu zaman əmtəə bazarının təkmilləşdirilməsi özünün rahatlığı, xarici mühitə uyğunluğu, istehsalçı üçün əlçatanlığı ilə fərqlənməlidir. Bu bazarı tənzimləyən və onun fasiləsiz fəaliyyətinə kömək edən infrastrukturлар müasir avadanlıqlarla təmin edilməlidirlər. Bazarın fəaliyyətini təşkil edən əsas iqtisadi elementlər aşağıdakılardır (şəkil 8).

Bazarın əsas elementlərinə aiddir:

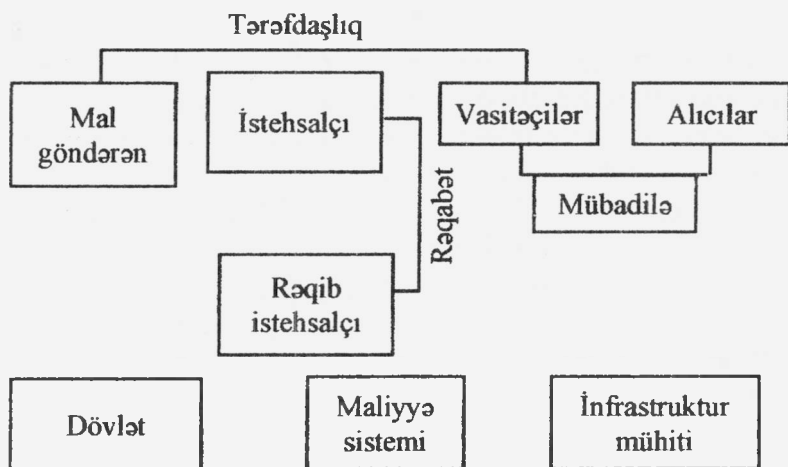
1) subyektlər-satıcılar, alıcılar, malgöndərənlər, vasitəşilər və s.

2) obyektlər -mallar, xidmətlər, ödəmə vasitələri və s.

3) münasibətlər- mübadilə, rəqabət və s.

4) mühit- təbii, sosial, mədəni və s.

Əmtəə bazarlarının mexanizmlərini əks etdirərək onların yerinə yetirdikləri funksiyalara nəzər yetirmək vacibdir:



Şəkil 8. Bazarın əsas iqtisadi elementləri.

1) funksiyaların tənzimlənməsi: tələb və təklif mexanizmləri və qanun vasitəsilə bazarın iqtisadiyyatdakı dəyərinin müəyyən edilməsi;

2) tənzimləyici funksiya - bazar qiymətləri ilə istehsal xərc-lərinin azaldılması. əmtəə və xidmətlərin keyfiyyətini yüksəlt-mək;

3) məlumatlandırma funksiyası - bazardakı qiymət dəyişik-liyilə sahibkarlara iqtisadiyyatın durumunu çatdırmaq;

4) qiymətmələgətirmə funksiyası - əmtəəyə olan tələblə təklifin toqquşması zamanı, həmçinin satıcı və alıcı arasındakı rəqəbat səbəbindən yaranır;

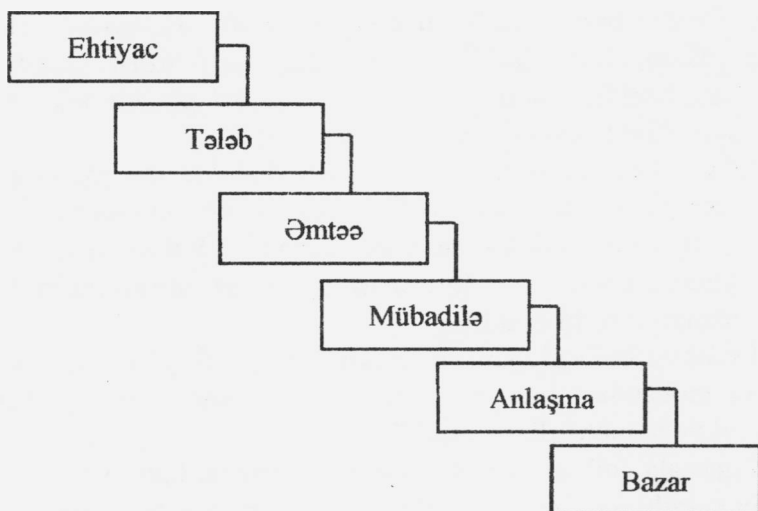
5) vasitəçilik funksiyası - satıcının alıcı ilə birbaşa əlaqələn-dirilməsi, azad sərbəst qiymətlərlə alqı-satqı mühitində vasitəçi olur;

6) sosial funksiya - dövlətin qarşıya qoyduğu vəzifələri yeri-nə yetirərkən sosial ədalətin bərpa edilməsi;

7) sağlam mühit yaratmaq funksiyası-səmərəli və qabiliyyət-

li sahibkarların azqabiliyyətli, yararsız sahibkarları bazardan çıxarması üçün şəraitin yaradılması.

Əmtəə bazarının fəaliyyət tsikli aşağıdakı şəkildə aydın görünür (Şəkil 9).



Şəkil 9. Əmtəə bazarının fəaliyyət tsikli.

Əmtəə bazarlarının əsas fiqurları iri kapitalla malik olan şəxslərdir. Onlar əmtəə arbitraj sazişləri bağlayırlar. Bu sazişlər eyni zamanda ikidən artıq bazarlarda saziş bağlamağa, bu işə son-da müxtəlif qiymət formasında gəlir əldə etməyə imkan verir.

“Əmtəə bazarı” anlayışının təhlilində və düzgün dərk edilməsində onun əsas struktur quruluşunu təşkil edən 7 fundamental iqtisadi kateqoriya - tələbat, istehsal, əmtəə, bazar, təklif, tələb, istehlakın təhlili mühüm rol oynayır.

Əmtəə bazarında təklif olunan əmtəə və xidmətlər öz istehlak dərəcəsinə görə 4 qrupa bölünür: gündəlik tələbatlı istehlak məhsulları, ikinci dərəcəli istehlak məhsulları, istehsalat cəlb olunan və şəklini dəyişərək yeni əmtəəyə çevrilən məhsullar,

istehsala cəlb olunan, şəklini dəyişməyən, lakin yeni əmtəələrin yaradılması zamanı istifadə olunan məhsullar.

1. Gündəlik tələbatlı istehlak məhsulları dedikdə, həyat fəaliyyəti üçün zəruri istehlak olunan əmtəələr başa düşülür. Bu növ məhsullar gündəlik olaraq hər bir fərd tərəfindən istehlak olunur. Əmtəə bazarında təklif olunan bu növ əmtəələrə olan tələbin yüksək olması bu məhsullara olan təklifi artırır. Gündəlik tələbatlı istehlak malları qiymət dəyişilməsi zamanı belə, tələblə qeyri-elastik, təkliflə elastik olaraq qalır.

2. İkinci dərəcəli istehlak məhsulları dedikdə isə, gündəlik zəruri istehlak mallarından fərqli olaraq bu növ əmtəələr gündəlik olaraq zəruri şəkildə istehlak olunmur. Əmtəə bazarında təklif olunan bu növ əmtəələrə olan tələbin az olması bu məhsullara olan təklifi də azaldır.

3. İstehsala cəlb olunan və şəklini dəyişərək yeni əmtəəyə çevrilən məhsullar: bunlara xammallar, tələbatı yüksək olan neft, qızıl və s. məhsullar aiddir.

4. İstehsala cəlb olunan, şəklini dəyişməyən, lakin yeni əmtəələrin yaradılması zamanı istifadə olunan məhsullar: bura əsasən məhsulun istehsalında istifadə olunan istehsal vasitələri və işçi qüvvəsi aid edilir.

Əmtəə bazasının xüsusiyyətlərindən biri onun seqmentləşdirilməsidir. Bazarın seqmentləşdirilməsi müxtəlif əlamətlərə görə onun sahə, seqment və ya istehlakçı qruplara bölünməsidir. Əmtəə bazarı və onun müxtəlif əlamətlərə görə seqmentləşdirilməsinin müxtəlif istiqamətləri var:

- istehlakçıların tələbini və alıcılıq qabiliyyətini nəzərə alaraq onların tələbatını ödəyəcək əmtəə və xidmətlərin təklifi;
- əmtəə bazasının və təklif olunan müxtəlif əmtəələrin istehlakının yaş həddinə görə seqmentləşdirilməsi.

Əmtəə bazasının seqmentləşdirilməsi 4 prinsip əsasında aparılır:

- coğrafi prinsip;

- demoqrafik prinsip;
- davranış prinsipi;
- psixografik prinsip.

Əmtəə və xidmətlər bazarı istehlakçılarla istehsalçılar arasında istehlak təyinatlı əmtəə və xidmətlərin alqı-satqı prosesi ilə xarakterizə olunur. Əmtəə bazarında maddi əşya formasında olan əmtəələrin alqı-satqısı üçün razılaşmaların bağlanması üzrə ticarət əməliyyatlarının aparılmasında əsas rol ixtisaslaşdırılmış qeyri-dövlət təşkilatları olan əmtəə birjalarına məxsusdur. Əmtəə birjalarının əsas vəzifəsi müqavilələrin bağlanmasından, xidmətlərin göstərilməsindən, satıcılar və alıcılar arasında ticarət proseslərinin tənzimlənməsindən, qiymət haqqında məlumatların yığılmasından və dərc olunmasından ibarətdir. Bundan başqa, xidmət bazarı əhaliyə pullu məişət, kommunal və s. xidmətləri göstərir.

Xidmətlər bazarı - əmtəə istehsalı və realizəsi qanunları üzrə təşkil edilmiş xüsusi dəyişmə formasıdır. Bu zaman insanların fərdi tələbini onlara konkret əşyaların çatdırılması ilə xidmət servisləri vasitəsi təmin edir.

Ümumi bazarın sərbəst müstəqil xidmət fəaliyyəti olaraq bu sistem istehsal münasibətləri, mülkiyyət münasibətlərinə xidmət edərək onların sıx əlaqəsi və qarşılıqlı xidmətlərini təşkil edir. Xidmət bazarı istehsalla istehlak arasındakı əlaqəni yaradır.

Xidmət bazarlarının bir neçə növü mövcuddur:

1. İstehsalçı bazarı - burada tələb təklif olunun xidməti üstələyir. Bu zaman əsas xidmətin təklifidir, hətta istehlakçının tələbinə uyğun deyilsə də praktik olaraq onlar realizə edilir. Keyfiyyətə üstünlük verilir, rəqabət yox dərəcəsində olur, əhali bu xidmətlərdən istifadə etməyə məcbur olur.

2. İstehlakçı bazarı - bu zaman xidmət üzərində monopoliya olmur, təklif tələbdən nisbətən üstünlük təşkil edir. İstehlakçı ona uyğun qiymətə xidmətin mədəniyyətinə, vaxt sərfinə əsa-

sən xidməti seçə bilər və ona digərlərindən çox üstünlük verə bilər.

3. Konkret bazarın həcmi onda realizə ediləcək əmtəələrin həcmi ilə müəyyən edilir. O, ölkənin siyasi və iqtisadi vəziyyətidən, əmtəənin milli istehsalının həcmi, o malın idxal və ixracından asılıdır.

Son illərdə Azərbaycan Respublikasında əmtəə bazarının inkişafı, onun keyfiyyətli mallarla təmin edilməsi və əhalinin sağlamlığının qorunması sahəsində kompleks tədbirlər həyata keçirilir. Həmin tədbirlərin əsas istiqamətlərini yerli istehsalın sürətli inkişafı, onun təşviq edilməsi, sahibkarlar üçün əlverişli iqtisadi mühitin yaradılması, xarici investisiyaların cəlb edilməsi və xarici iqtisadi əlaqələrin genişləndirilməsi təşkil edir.

2. ƏMTƏƏ VƏ XİDMƏTLƏR BAZARI İNFRASTRUKTURUNUN FUNKSİYALARI VƏ ELEMENTLƏRİ

Əmtəə bazarının fəaliyyətinin əsas şərti əmtəələrin istehsalçıdan istehlakçıya fasiləsiz hərəkətini təmin edən infrastrukturun formalaşması və inkişafıdır. Əmtəə bazarının infrastrukturunun daxili quruluşu, kommersiya - təsərrüfat fəaliyyəti kompleksidir. Ümumiyyətlə, infrastruktur iqtisadi sistemin bütövlüyünü təşkil edən ayrılmaz bir elementidir. İnfrastruktur bir çox amillərin təsirindən formalaşır:

- 1) iqtisadi inkişaf səviyyəsi;
- 2) sahənin, regionun iqtisadi inkişaf səviyyəsi;
- 3) mədəni səviyyə;
- 4) rəhbərliyin idarəetmə konsepsiyasından.

Əmtəə bazar infrastrukturunu iki yerə bölünür:

- 1) şəxsi infrastruktur;
- 2) ümumi infrastruktur.

Şəxsi infrastruktur - konkret mallar (ayaqqabı, ət məhsul-

ları və s.) bazarının fəaliyyətinə kömək edən dar ixtisaslaşdırılmış sistemlərdir.

Ümumi infrastruktur - bütün milli bazarın tələbatını ödəyən təşkilatlar sistemidir. Ümumi infrastruktur bütöv bazar məkanını qoruyaraq formalaşmasını təmin edir.

Əgər şəxsi infrastruktur konkret bir və ya bir neçə əmtəə bazarının fəaliyyətinə və əmtəələrin realizəsi zamanı, məsələn bir əməliyyatla (çəkmək, daşımaq) kömək edirsə, ümumi infrastruktur bütün bazarın vahid bir iqtisadi məkan kimi qalması və fəaliyyət göstərməsini təmin edərək onun təsərrüfat fəaliyyətini təşkil edir.

Bu zaman dövlətin rolu bazarların təsərrüfat fəaliyyətinin tənzimlənməsində özünü büruzə verir.

Əmtəə bazarının infrastruktur-əmtəələrin hərəkətinin rəşionallığı, əmtəə-pul dövriyyəsinin bazar tənzimlənməsi vəzifələrini yerinə yetirən uyğun müəssisə, təşkilat, idarələrin kompleksidir. İnfrastrukturların olması əmtəə bazarlarının subyektlərinin işguzar əməkdaşlıqlarını məqsədyönlü istiqamətdə aparmağa şərait yaradır. İnfrastruktur elə bir təşkilati institutlardı ki, onların köməyi ilə sahibkarlıqla məşğul olan təşkilatlar işguzar münasibətlər və ya kommersioniya əməliyyatları təşkil edə bilirlər. Əmtəə bazarının infrastrukturlarına maliyyə xidmətləri göstərən banklar, pərakəndə və topdansatışı təşkil edən kommersioniya müəssisələri, hüquqi və maliyyə hesablatları aparılmasına kömək edən ixtisaslaşdırılmış xüsusi firmalar, ixtisaslı kadrlar hazırlayan və işçiləri yerləşdirən tədris müəssisələri, reklam agentlikləri, yüklərin daşınması və yerləşdirilməsini təşkil edən lizinq firma və təşkilatları, sığorta kompaniyaları, rabitə və internetə çıxışı təşkil edən firmalar, kommunal xidmətlər göstərən idarələr aiddir. (Cədvəl 1).

Əmtəə bazarları
Şəxsi infrastruktur
Birjalar, yarmarkalar, topdanticarət müəssisələri, vasitəçilər
Ümumi infrastruktur
Bank sistemi, sığorta kompaniyaları, reklam agentlikləri, Auditor və konsaltinq firmalar
İqtisadi özünü idarəetmə təşkilatları, Ticarət palatası, Dövlət maliyyə fondları, Hüquqi təminat

Cədvəl 1. Əmtəə bazarının şəxsi və ümumi infrastrukturları.

Bazar infrastrukturalarının tərkibinə bazar qanunlarına tabe olan, lakin müstəqil quruluşa, inkişafa, prinsipə, fəaliyyətinin təşkilinə malik olan sahələrin təşkilatları daxildir. Bazar infrastrukturunda əsas rolu ticarət sferası tutur. Ticarət sferası bir tərəfdən sərbəst bir sahədir, digər tərəfdən isə əmtəə bazar infrastrukturalarının istehsal sahələri və alqı-satqı prosesinin iştirakçılarının bir-biri ilə əlaqələndirilməsini təmin edir.

Əmtəə bazarının infrastrukturunu döviyyə sferasında fəaliyyət göstərən uyğun müəssisə, təşkilat və idarələrin kompleksidir. Onların başlıca vəzifəsi əmtəələrin hərəkəti və əmtəə-pul dövriyyəsinin bazarda tənzimlənməsindən ibarətdir.

Əmtəə bazarının infrastrukturunu iqtisadiyyatda vasitələrin dövriyyəsinin sürətləndirilməsinə şərait yaradır, yeni yaradılan dəyərin bazar prosesində realizəsini təkmilləşdirir, dövriyyə sferasının maddi-texniki bazasını möhkəmləndirir, kommersiya-təsərrüfat əlaqələrini optimallaşdırır. İnfrastrukturun köməyi ilə əmtəə bazarının subyektləri arasındakı işçi münasibətləri dəqiq, məqsədyönlü əsas üzərində qurulur.

Əmtəə və xidmətlər bazarı infrastrukturalarının elementləri çoxsaylı, eynihüquqlu, müxtəlif səpkili təşkilat və sistemlərin məcmusundan ibarətdir. Bunu verilmiş sxemdən aydın görmək olar. (Cxem 2).



Sxem 2. Əmtəə və xidmətlər bazarı infrastrukturunun elementləri.

Bazar münasibətləri əmtəə bazarı və onun elementlərinin eyni bərabər vəziyyətdə inkişafını tələb edir. Əks təqdirdə hətta kiçik geriqlalma özü bazarın konkret subyektlərinin fəaliyyətinə və kommersiya-təsərrüfat əlaqələrinə mənfi təsir göstərir.

Mülkiyyət formasından asılı olaraq əmtəə bazarı infrastrukturunun elementləri aşağıdakı kimi bölünür:

- 1) dövlət (dövlət mülkiyyətində olan);
- 2) bələdiyyə (şəhər, kənd, rayonların mülkiyyətində olan);
- 3) şəxsi (aksioner təşkilatlar, kooperativlər, fərdi-ailəvi fəaliyyət təşkilatları);
- 4) qarışıq (dövlət, bələdiyyə, şəxsi mülkiyyətin əsasında yaranan birliklər).

Əmtəə və xidmət bazarı infrastruktur elementlərinin formalaşmasında dövlət orqanlarının rolu və bazarın normal fəaliyyəti üçün şəraitin təmin edilməsi aşağıdakılardan ibarətdir:

- milli iqtisadiyyatın inkişafının perspektiv və cari istiqamətlərinin uyğunlaşdırılması;
- büdcə və əmtəə-pul tarazlığının təmin edilməsi;
- əmtəə bazarının subyektlərinin maraqlarının müdafiəsi və hüquqi əsasını təmin edən qanunvericiliyin işlənib hazırlanması;
- əmtəə bazarında azad rəqabət üçün şəraitin yaradılması və nəzarətin aparılması;
- regional və qanunauyğun əmtəə hərəkətinin təmin edilməsi.

Əmtəə və xidmətlər bazarının infrastrukturunun formalaşdırılmasını tənzimləyən dövlət mexanizmləri dinamik və elastik xarakter almışdır, realizəsi dövlət orqanları tərəfindən həyata keçirilir. Əmtəə bazarının infrastrukturalarının fəaliyyəti və formalaşmasında dövlətin iştirakının əsas formaları:

- 1) hüquqi (qanunlar, əmrlər, nizamnamələr, sərəncamlar, standartlar);
- 2) iqtisadi (vergi, tarif, cərimə, sanksiyalar, güzəştlər);
- 3) sosial (əhəlinin müəyyən təbəqələri, o cümlədən, təqaüdcü, əlil, müvəqqəti işsizlərin sosial təminatı, əmək haqqı qaran-tı, tibb xidməti, təhlükəsizlik);
- 4) nəzarət (dövlət təşkilatları).

Əmtəə və xidmətlər bazarının infrastrukturunun funksiyaları aşağıdakılardır:

- əmtəə bazarı subyektlərinin müxtəlif iqtisadi maraqlarını

həyata keçirmələrinə kömək etmək:

- işgüzar həmkarların kommersiya- təsərrüfat münasibətlərinin təşkilatı tərtibatı;

- hüquqi, maliyyə, sığorta, nəzarət xidmətləri ilə təmin edilməsi;

- bazar konyunkturasının, mal, rəqiblər, vasitəçilər, istehlakçıların öyrənilməsi;

- ticarət və ya digər kommersiya-təsərrüfat fəaliyyəti;

- kommersiya-təsərrüfat əlaqələrinin yaradılması, malların realizə edilməsində vasitəçilik etmək;

- əmtəə bazarının subyektlərinə uyğun xidmətlərin göstərilməsi;

- nəqliyyat, əlaqə vasitələri, anbar təsərrüfatı, yanacaq-enerji kompleksi imkanlarından istifadə etmək;

- bazar münasibətlərinin təşkilatı tərtibatı;

- transaksion xərclərin minimuma endirilməsi, dəyişdirmənin səmərəliliyini təmin edən sazişlərin operativliyini yüksəltmək;

- əmtəə-pul münasibətlərinin iştirakçılarının iqtisadi maraqlarının təmin edilməsi;

- dəyişmə prosesinin daimiliyini təmin etmək, tələb və təklif bazarı tarazlığını sabit saxlamaq;

- bazar münasibətlərindəki deformasiyaları kənarlaşdırmaq;

- müqavilələrin etibarlılığını təmin etmək;

- əmtəələrin dəyişdirilməsi proseslərinə iqtisadi nəzarəti təmin etmək.

Müasir dövr əmtəə bazarının infrastrukturunun aşağıdakı elementlərinin inkişafının vacibliyini diqqət edir:

- müasir maliyyə-kredit və hesablama mexanizmi, ölkə daxilində pul dövriyyəsinin arasıkəsilməzliyini təmin edən şəxəlanmış bank sistemi;

- səmərəli fəaliyyət göstərən ixtisaslaşdırılmış birja və auksion sistemləri;

- geniş şəxəlanmış tədarük, müqavilə və ticarət - kommersiya

sistemi:

- etibarlı sığorta sistemi;
- dəqiq təşkil olunmuş vergi sistemi;
- yaxşı qurulmuş müasir informasiya - analitik sistem;
- bazarın dəyişkənliyinə adaptə olunan rileyşinz mexanizmləri, forma və metodları.

Qeyd etdiyimiz funksiyalar şaxələnmiş şəkildə əmtəə bazarının infrastrukturunu təşkil edən müəssisələr, təşkilat və idarələrin vasitəsi ilə həyata keçirilir ki, bu da əmtəə bazarının normal fəaliyyətini təşkil edir.

Əmtəə bazar infrastruktur elementləri dərəcələrinə görə iki yerə bölünür:

- 1) ilkin infrastruktur elementləri;
- 2) ikinci dərəcəli infrastruktur elementləri.

İlkin infrastruktur elementlər birbaşa alqı-satqı, əmtəə-pul mübadiləsi ilə əlaqədardır. İkinci dərəcəli infrastruktur elementləri bazarın sonrakı inkişafı və fəaliyyəti zamanı yaranan çətinliklər, xidmətlər, informasiya təminatını əks etdirən elementlərdir. Bu elementlərin sayı bazarın həyat dövrünün, bazar münasibətlərinin inkişaf dərəcəsini əks etdirir.

Şəxsi və ümumi infrastrukturların qarşılıqlı əlaqəsi bazar təsərrüfatının formalaşdırılmasına zəmin yaradır.

Əmtəə bazarının infrastrukturunun ayrı-ayrı bölmələri mövcuddur ki, onlar da bazarın fasiləsiz fəaliyyətinin təmin edilməsində vacib rol oynayır. Bunlar aşağıdakılardır. (Şəkil 10).

Yuxarıda göstərilən infrastruktur bölmələr əmtəə bazarında istehsalçı, vasitəçilər və alıcılar arasında bazar münasibətlərinin və kommersiya-ticarət əməliyyatlarının aparılmasını asanlaşdırır və tənzimləyir. Məhz buna görə hər bir infrastruktur və onun elementləri və bölmələri düzgün, saz, qanunauyğun şəkildə işləməlidir, onların birinin zəif və gec işləməsi və ya fəaliyyət göstərməməsi bazarın fəaliyyətinə zərbə vurmuş olur.



Şəkil 10. Əmtəə bazasının infrastruktur bölmələri.

3. ƏMTƏƏ VƏ XİDMƏTLƏR BAZARININ FƏALİYYƏTİNİN SƏMƏRƏLİ TƏŞKİLİNDƏ İNFRASTRUKTURUN ROLU

Bazar infrastrukturunun nəzəri aspektlərini nəzərdən keçirdikdən sonra əmtəə bazasının infrastrukturunu əmtəə bazarı obyektlərinin müəyyən bir real bazarda səmərəli fəaliyyət göstərməsini təmin edən müəyyən fəaliyyətlər kimi başa düşmək lazımdır.

Bazar infrastrukturunu müxtəlif növ vasitəçilərdən ibarətdir və hər birinin bazarda xüsusi bir məqsədi var, buna görə də onların

təsnifləşdirilməsinə ehtiyac duyulur.

Bazar infrastrukturunu təşkil edən vasitəçilər, fəaliyyət göstərdikləri bazarın növündən asılı olaraq fərqləndirilir. Əmək, istehlak malları, xidmət və məlumat bazarlarında vasitəçilər ticarət vasitəçiləri kimi təyin edilməlidir.

Bazar infrastrukturunun ümumi siyahısına aşağıdakı xidmət qrupları daxil edilməlidir: konsaltinq; marketinq; lizinq; kompüter və əlaqəli xidmətlər (proqram daxil olmaqla); rabitə xidmətləri; informasiya və kommunikasiya; ticarət; hüquqi; güzəştli; nəqliyyat-ekspedisiya; logistik; frənçayzing; dağıtım (brokerlik daxil olmaqla); vasitəçi; mühəndislik; tətbiqi tədqiqat, analitik, dizayn; marka və reklam xidmətləri; maliyyə (venture capital, o cümlədən kredit, sığorta daxil olmaqla); mülkiyyətçi (torpaq, daşınmaz əmlakla əlaqəli); mühasibat uçotu (mühasibat, hesabat); audit; vergi və s.

Qeyd etmək lazımdır ki, bazar infrastrukturunun yuxarıda göstərilən müxtəlif xidmətlər bazarları, bazarlararası infrastruktur, diversifikasiyaya, çoxnövlü təbiətə baxmayaraq, bir sıra ümumi xüsusiyyətlərə malikdirlər.

Birincisi, infrastruktur xidmət bazarları rəqabətqabiliyyətli bazarın tələblərinə daha çox dərəcədə cavab verir və monopoliizasiyaya az məruz qalırlar.

İkincisi, sözügedən xidmətlər istehlakçıların bir çox kateqoriyasına (təsərrüfat subyektləri, ev təsərrüfatları, fərdlər və icma qrupları daxil olmaqla) hədəflənir və buna görə də dərin segmentasiya tələb etmir.

Üçüncüsü, bu xidmətlərin bazarı digər xidmətlərdən (məsələn, yaşayış, kommunal, telefon və ictimai nəqliyyat) daha geniş konyunkturasi və gözlənilməzliyi ilə fərqlənir.

Dördüncüsü, bu cür xidmət bazarı əhəmiyyətli bir dinamizm və cəmiyyət zamanı müəyyən bir rahatlıq təmin edir.

Beşincisi, bu bazar həm xidmət qrupları, həm də qruplararası birləşmələr daxilində müxtəlif kombinasiyalarda (dəstləri və

kompleksləri) təmin edən xidmətləri birləşdirir.

Altıncısı, bu cür xidmətlər üçün yüksək səviyyəli lokalizasiya xarakterikdir, yəni müəyyən bir ərazi üçün (rayon, şəhər, rayon qrupu, qəsəbə) məcburidir. Bu xüsusiyyətlər bazar infrastruktur xidmətlərinin praktiki işləməsi və inkişafında mühüm rol oynayır.

Əmtəə bazarının infrastrukturunu onun təşkilində iştirak etməsə də onun fəaliyyətində mövcud olan vəzifələrin, məsələlərin həllində institusional, maddi-texniki, sosial və informasiya təminatı yaradır.

Bazar infrastrukturunu çox vaxt maddi-texniki və təşkilati şəraitin cəmi kimi çıxış edir ki, o olmadan əmtəə-pul mübadiləsi və alqı-satqı aktlarının normal fəaliyyəti mümkün deyil. Bazar infrastrukturlarına, həmçinin, yollar, bütün növ nəqliyyat növləri, maddi-texniki baza (mağazalar, anbarlar, avtomatlaşdırma sistemləri və s.), informasiya kompleksləri, banklar, sığorta müəssisələri və s. aid edilir. Bir sözlə, infrastrukturlar əmtəə bazarının mexanizmlərinin uyğun təşkilatlarının sistemidir.

Əmtəə bazar infrastrukturunu: a) əmtəələrin realizəsi yeridilməsinə xidmət edən təşkilati-hüquqi formaların cəmi; b) bazarın normal fəaliyyətini təmin edən, bazarın funksiyalarının yerinə yetirilməsinə xidmət edən institut və təşkilatlar, o cümlədən müəssisələrin uyğun bölmələrinin cəmidir.

Bazar iqtisadiyyatı əmtəə bazarının və onun infrastrukturunun proporsional inkişafı və əlaqələndirilməsini tələb edir. Əgər bu təşkilat və sistemlər arasında çox cüzi bir soyuqluq və ya anlaşılmazlıq olarsa, bu geniş mənada bazarın konkret subyektlərinin fəaliyyəti və kommertiya təsərrüfat əlaqələrində ciddi problem yarada bilər.

Ticarət təşkilat və müəssisələri əmtəə bazarı subyektlərinin iqtisadi maraqlarının obyektı sayılır. Ticarətin düzgün seçilməsi və ya onunla münasibətdəki problem, sonda alıcını lazım olan miqdarda, lazımi əmtəəni almaqda, çeşid, kəfiyyət, arzu

edilən vaxt, optimal qiymət, ticarət xidməti, servis xidmətindən məhrum edə bilər. Ticarət müəssisəsi və ya təşkilatı isə bu zaman öz növbəsində potensial alıcını itirər və kommersiyada üstünlüyünü əldən vermiş olar.

Kommersiya - aralıq təşkilatlar əmtəə hərəkətində, onun formalaşdırılması və həyata keçirilməsində fəal rol oynayır. Bu təşkilatları düzgün seçmədikdə əmtəə bazarının subyektləri əlavə xərc çəkmək, lazımi əmtəəni ala bilməmək qorxusu qarşısında qalır, sonda kommersiya-aralıq təşkilatları tam sürətdə öz potensial imkanlarını realizə edə bilmirlər.

Xidmətlər göstərən təşkilatlar əmtəənin realizə edilməsinin sürətlənməsi, maddi-texniki bazanın təkmilləşdirilməsi, əmtəə bazarının mühəndis-texnoloji bazasının artırılması, xammal təminatını yaxşılaşdırmaq, idarəetmə problemlərini həll etmək, əmtəə bazarının subyektlərinin kommersiya-təsərrüfat fəaliyyətinin planlaşdırılması və təşkil edilməsinə təsir edir. Bazar subyektlərinin bu təşkilatlarla lazımi əlaqələri yaradılmadıqda, fəaliyyətlərində çətinliklər yaranır və maliyyə itkilərinə səbəb olur.

İnformasiya təşkilatlarının əmtəə bazarının inkişafındakı rolu böyükdür. Belə ki, lazımi informasiya əldə etmədən, rəqiblər haqda məlumatsızlıq rəqabət aparmağa və fəaliyyəti düzgün qurmağa imkan vermir. İnformasiyanın olmaması müəssisə, təşkilatların əmtəə bazarında istiqamətləri müəyyən etməsinə çətinlik yaradır, işgüzar tərəflərin seçimini etməyə, əmtəə hərəkətini, əmtəə realizəsinin həcmi və quruluşunu müəyyən etməyə imkan vermir.

Maliyyə təşkilatları əmtəə bazarının fəaliyyətinə, onun subyektlərinə isə uyğun maliyyə imkanlarına malik olmasına kömək edir. Bazar subyektləri ilə maliyyə təşkilatları arasında qeyri-dəqiq və lazımi əlaqə yaradılmadıqda bazar özünün kommersiya-təsərrüfat imkanlarını tam istifadə edə bilmir, bu isə onun fəaliyyətini zəiflədir.

Nəzarətedici təşkilatlar əmtəə bazarında bütün bölmələrin tam gücü ilə fəaliyyət göstərməsinə imkan yaradır. Etibarlı nəzarət olmadıqda maliyyə, hüquqi, vergi və s. pozuntular baş verir.

Hüquqi təşkilatlar əmtəə bazarının fəaliyyətini müəyyən edir. Lazımi hüquqi kömək nəticəsində əmtəə bazarının subyektləri arasında düzgün, hüquqi cəhətdən səliqə müqavilələrin bağlanmasına kömək edir.

MÖVZU 5

İSTEHSAL VASİTƏLƏRİ BAZARININ İNFRASTRUKTURU

1. İstehsal vasitələri bazarının mahiyyəti
2. İstehsal vasitələri bazarının formalaşma xüsusiyyətləri
3. İstehsal vasitələri bazarının spesifik xüsusiyyətləri
4. İstehsal vasitələri bazarının infrastruktur təminatı

1. İSTEHSAL VASİTƏLƏRİ BAZARININ MAHİYYƏTİ

Ölkənin milli iqtisadiyyatının bazar iqtisadiyyatına transformasiyası bütün sferaları, sektorları və sahələri əhatə edir. Əsaslı keyfiyyət dəyişikliklərinin aparılmasının sürəti və dərinliyi bu sahələrin, sferaların və sektorların səciyyəvi cəhətlərindən və əlamətlərindən asılı olaraq müxtəlifdir. Müəyyən spesifik cəhətlər istehsal vasitələri bazarı üçün də xarakterikdir.

İqtisadiyyatın bu sahəsində yeni iqtisadi sistemin tələbləri baxımından keyfiyyət dəyişikliklərinin aparılması zamanı baş verən gecikmələr və ya bazar islahatları üzrə həyata keçirilən tədbirlərin ardıcıl olmaması, bazarın hərəkətverici qüvvəsindən tam və hərtərəfli istifadə edilməməsinə və eləcə də bazar tələbindən irəli gələn struktur dəyişikliklərinin aparılması üçün iqtisadi islahatlara və investisiya proseslərinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. İqtisadiyyatın bu sahəsinin əhəmiyyətinin və rolunun nəzərə alınmaması, habelə onun tələb olunan səviyyədə və dərəcədə qiymətləndirilməməsi bütünlüklə bazar münasibətlərinin qurulmasına və mübadilə sferasının fəaliyyətinə mənfi təsir göstərir. Bu hər şeydən əvvəl aşağıda qeyd edilən bir sıra obyektiv amillərdən asılıdır.

1. Uzun illər istehsal və material resurslarının mübadiləsi sferasında mütləq hökmranlığa malik olan maddi-texniki təchizat sistemi bazar yönümlü iqtisadi islahatların aparılması nəticə-

sində əsaslı surətdə kəmiyyət və keyfiyyət dəyişikliklərinə məruz qaldı. İqtisadiyyatın bu sektoruna aid edilən müəssisə və təşkilatlar dövlətsizləşdirilərək istehsal-kommersiya fəaliyyətini həyata keçirən müxtəlif təşkilati-hüquqi formalı müstəqil təsərrüfat subyektinə çevrildilər. Nəticə etibarı ilə yeni iqtisadi şəraitdə istehsal vasitələrinin istehsalçısı və istehlakçısı arasında qarşılıqlı iqtisadi münasibətlərin yeni forması kimi formalaşan istehsal vasitələri bazarı çıxış edir.

2. Bazar təsərrüfatçılığı sisteminə keçidlə bağlı olaraq yeni iqtisadi şəraitdə qiymətin rolu həm istehsalçı və istehlakçının qarşılıqlı münasibətinin nəticəsi, həm də material resurslarından səmərəli istifadə edilməsi vasitəsi kimi durmadan artır.

3. İstər istehsal vasitələri bazarının, istərsə də ona xidmət göstərən infrastruktur sahələrinin formalaşması istehsal resurslarından səmərəli istifadə olunması vasitəsinə çevrilir, istehsal vasitələrinin istehsalına çəkilən faydalı məsrəfləri qiymətləndirməyə, istehsal vasitələrini iqtisadiyyatın sahələri və sferaları arasında rəşional bölüşdürməyə şərait yaradır.

4. Həm ölkədaxili, həm də dünya təsərrüfat sistemində inteqrativ əlaqələrin artması ilə müşahidə edilən bazar iqtisadiyyatında istehsal-kommersiya fəaliyyətinin ağırlıq mərkəzinə çevrilən tədavül sferasında xərclərin artması bazar fəaliyyətinin yeni optimal formasının axtarılıb tapılmasını və xərclərin minimumlaşdırılmasını aktuallaşdırdı.

Bazar təsərrüfatçılığı şəraitində istehsal vasitələri bazarı ümumi bazar konyunkturasına nisbətən həssas struktur hesab olunur. Bu bazar vasitəsilə iqtisadiyyatın digər sahələrinin (sektorlarının) tənzimlənməsi mexanizmi müəyyənləşir, yerinə yetirəcəyi vəzifə və funksiyalar aşkar edilir, investisiya axınlarının hərəkət istiqaməti əsaslandırılır. Bununla əlaqədar olaraq ümumbazar prinsipləri əsasında qurulan istehsal vasitələri bazarının digər xarakterik cəhəti həm də ondan ibarətdir ki, o xüsusi müəssisələrin və kiçik sahibkarlıq sektorunun yaranmasının bir

növ təminatçısına çevrilir.

İstehsal vasitələri bazarının «xüsusi» keyfiyyəti sosial-iqtisadi sistemdə yeri, oynadığı rol və funksiyaya görə müəyyənləşdirilir. Bu bazarın konkret kəmiyyət və keyfiyyət tərəflərinin müəyyənləşdirilməsi onun səviyyəsi ilə məhdudlaşmamalıdır. İstehsal vasitələri bazarı nə özü-özünə formalaşır, nə də inkişaf edir. Bu bazar özünün ətraf mühitində mövcud olan şərtlər və fəaliyyət göstərən qanunauyğunluqlarla determinələşdirilir.

Makroiqtisadiyyatın nisbi mənada müstəqil vəsiləsi və təkrar istehsal prosesinin isə bütünlükdə üzvi hissəsi kimi çıxış edən istehsal vasitələri bazarı özünün təşəkkülü prosesində geniş spektrli iqtisadi-təşkilati, institusional və digər əlaqə və münasibətlərin uçota alınmasını nəzərdə tutur. Bu zaman istehsal vasitələri bazarının formalaşması prinsipə yeni sosial-iqtisadi sistemin təşəkkül tapdığı bir şəraitdə baş verdiyindən onun gencisi bazarın yetkinliyi, müasir inkişaf mərhələsi, keyfiyyət baxımından onun təkamülü haqqında müəyyən təəvvürlərə söykənməlidir.

İstehsal vasitələri bazarının formalaşması prosesinə bazarın mahiyyəti və iqtisadi məzmununu hərtərəfli öyrənməyə imkan verən əsaslandırılmış makroiqtisadi yanaşma tələb olunur. Məsələlərin bu kontekstdən həlli zamanı istehsal vasitələri bazarı təkcə istehsal vasitələrinin tədarükü və satışını həyata keçirən müəyyən müəssisə və təşkilatlar cəmi kimi deyil, eyni zamanda bazar infrastrukturunu, kompleks bazar institutları və qanunvericilik bazasını özündə birləşdirən mürəkkəb altsistem kimi nəzərdə alınmalıdır.

İstehsal vasitələri bazarının predmetinə istehsalda birbaşa və ya dolayısı ilə iştirak edən bütün maddi-texniki obyektlər aid edilir. Məhz buna görə də istehsal vasitələri bazarı üç bazardan ibarətdir. Birincisi, istehsal binalarının və tikililərin alqı-satqısı bazarı; ikincisi, istehsal təyinatlı cihazlar, texnoloji avadanlıq, maşın bazarı; üçüncüsü isə məhsulun hazırlanması üçün xam-

mal, material, yarımfabrikatlar, enerji bazarıdır. İstehsal vasitələri üzrə ticarət onları istehsal edən müəssisələr və ya mülkiyyətçilər, yaxud da ixtisaslaşdırılmış alqı-satqı təşkilatları, bazarları tərəfindən yarmarkalar, auksionlar, əmtəə birjalarında aparılır.

İstehsal vasitələri bazarının formalaşması və uğurlu inkişafı üçün aşağıda qeyd edilən müəyyən sosial-iqtisadi şərtlər tələb olunur:

1. Məhsul istehsalçılarının istehsal vasitələri və öz əməyinin nəticələri üzərində sahiblik, istifadə və sərəncam vermək hüququnu iqtisadi cəhətdən təmin edən, müəyyən inkişaf səviyyəsinə malik mülkiyyət münasibətlərinin mövcudluğu və bütün mülkiyyət növlərinin bərabərliyi;

2. Təsərrüfat subyektlərinin maksimum müstəqil, azad fəaliyyətinin təmin edilməsi. Müstəqil təsərrüfat vahidləri yalnız öz fəaliyyət dairələrini genişləndirmək və son nəticədə maddi nemətlər istehsalını artırmaqla yanaşı, cəmiyyət zamanı təsərrüfat fəaliyyətinin nəticələrinə tam maliyyə cavabdehliyi (ziyanla işləyən müəssisələrin bağlanmasına qədər) daşıyırlar;

3. Mülkiyyət formasından, təsərrüfatçılığın növü və miqyasından, habelə tabeçilik əlamətindən asılı olmayaraq müəssisələrin (firmaların) təsərrüfat fəaliyyətlərinə dövlət idarəetmə orqanlarının total inzibati müdaxiləsinin yolverilməzliyi;

Yuxarıda göstərilən şərtlər bazar subyektlərinin muxtariyyətini təmin etməklə bazarın iqtisadi əsasını formalaşdırır. Başqa sözlə, bazar münasibətlərinin iştirakçıları planlı təşkilati strukturdan fərqli olaraq müstəqil təsərrüfat subyektlərinə çevrilirlər.

4. Bazar subyektləri kimi istehsalçılar arasında konkret vaxt müddətində tələb olunan məhsullara istehlakçı sifarişlərinin kəmiyyət və keyfiyyət parametrləri üzrə ödənilməsi üçün əmtəəlik məhsul istehsalı həcmi və məhsul çeşidinin artırılması, onların keyfiyyətinin yüksəldilməsi, eləcə də istehsal xərclərinin azaldılması nöqtəyi-nəzərdən işgüzar aktivliyi stimullaşdırır

bilən rəqabətin mövcudluğu. Sağlam rəqabət və onun inkişafı bazarda alqı-satqı sövdələşmələrinin iştirakçılarının sayının çox olması nəticəsində təmin edilir. Belə bir halda iştirakçılardan hər hansı biri bazara çıxarılan məhsulların qiymətini alqı-satqı prosesində birtərəfli qaydada və sərbəst müəyyənləşdirmək imkanına malik olmur;

5. Tələb və təklif nisbətləri əsasında sərbəst qiymətkoyma imkanları. Müəyyən növ məhsul istehsalı və xidmətlər sferasında qiymətlər üzərində dövlət nəzarəti cəmiyyətin və iqtisadiyyatın maraqları naminə həyata keçirilir;

6. İqtisadiyyatda süni inhisarçılığın yaranmasına yol verilməməsi. Süni inhisarçılıq adı altında bazar üzərində iqtisadi hökmranlıqlarını bərqərar etmək və yüksək mənfəətə nail olmaq məqsədilə irimiqyaslı istehsalçıların ittifaq yaratması başa düşülür;

7. Yeni müəssisələrin bazara çıxış imkanları və ya bazara sərbəst daxil olmaları üçün iqtisadi-siyasi yönümlü maneələrin olmaması;

8. Bazar münasibətlərinin və bazar mexanizminin təmin edilməsi üçün hüquqi bazanın yaradılması;

Qeyd edilən şərtlərin yerinə yetirilməsi rəqabətin qorunması və müxtəlif formalarda inhisarçılığın inkişafına maneələrin yaradılmasında dövlətin roluna xüsusi yer ayırır.

9. Dövlət idarəetmə orqanlarının (nazirlik, yerli orqanlar) müdaxiləsi olmadan bazar münasibətlərinin iştirakçıları arasında qarşılıqlı əlaqə və fəaliyyəti təmin edən inkişaf etmiş infrastrukturun mövcudluğu;

10. Sahibkarlıq fəaliyyətini mükafatlandıran ayrı-ayrı sosial qruplarda iqtisadi motivasiyaların, başqa sözlə, bazar təfəkkürünün formalaşması.

İstehsal vasitələri bazarının formalaşması və inkişafı şərtləri ictimai təkrar istehsalın mühüm elementi, həlqəsi kimi bazarın ümumi və klassik formada başa düşülməsinə imkan verir.

Ümumi bazarın tərkib hissəsi sayılan istehsal vasitələri bazarı müxtəlif iqtisadi strukturların qarşılıqlı fəaliyyətini təmin edən mürəkkəb sistemdir.

2. İSTEHSAL VASİTƏLƏRİ BAZARININ FORMALAŞMA XÜSUSİYYƏTLƏRİ

İstehsal vasitələri bazarı ayrı-ayrı iqtisadi sistemlərdə müxtəlif formalarda fəaliyyət göstərir. Bazar iqtisadiyyatı ölkələrində istehsal vasitələri bazarında dəyər qanunu, tələb-təklif qanunu, pul tədaviülü qanununun fəaliyyəti üçün normal şərait mövcuddur. İnzibati-amirlik sistemində göstərilən qanunların heç biri normal fəaliyyət göstərməmişdir. Bazar iqtisadi şəraitində sahibkarlar istehsal vasitələri bazarından onlar üçün tələb olunan texnika, maşın, avadanlıq, xammal və başqa vasitələri azad, sərbəst şəkildə seçib alırlar, inzibati-amirlik sistemində əslində belə bazar olmamışdır. Bu, maddi-texniki təchizat formasında həyata keçirilmişdir. Mahiyyətə bu əmtəə tədaviülü deyil, istehsal vasitələrinin bölgüsü formasıdır.

İnzibati-amirlik sistemində istehsal vasitələri dövlətin mütləq inhisarında olduğuna görə, qeyd olunduğu kimi, bazarda heç bir iqtisadi qanun normal fəaliyyət göstərməmişdir. İstehsal vasitələri istehsal edən müəssisələr əmindirlər ki, onların əmtəələri keyfiyyətindən, qiymətindən və növündən asılı olmayaraq reallaşacaqdır. Ona görə də onlar yalnız planda göstərilən miqdarda istehsal vasitələri istehsal etməyi qarşılarına məqsəd qoyurlar. Deməli, istehsal vasitələri bazarı istehsalın inkişafına müsbət yox, mənfi təsir göstərmişdir. İstehsal vasitələri istehlakçılarının müstəqilliyi əllərindən alındığına görə, onlar bazarda bir subyekt kimi çıxış edə bilməmişlər. Təbiidir ki, onlara lazım olan əmtəələri də seçə bilməmişlər. Buna görə də onlara təhkim olunan istehsal vasitələrindən səmərəsiz istifadə edilirdi.

Plan iqtisadiyyatı sistemində mövcud olan «bazar» əslində ümumdövlət maddi-texniki təchizat sistemi olub, ictimai isteh-

salın inkişafından irəli gələn tələblərə uyğun olaraq təkmilləşdirilmişdir. İstehsal vasitələrinin mübadiləsi ilə əlaqədar münasibətlər istehsal vasitələri tədavülünün və bu bazarın dərin mahiyyətini təşkil edir. İstehsal vasitələri bazarının mahiyyətini istehsal vasitələrinin istehsalı, tədarükü, alınması, satılması, idxalı, ixracı, mübadiləsi və reallaşması ilə əlaqədar münasibətlər təşkil edir. İstehsal vasitələri bazarı istehlak mallarının və həm də istehsal-texniki təyinatlı məhsulların istehsalına rəvac verir. Bu bazar həm xidmət, həm də istehlak malları bazarına xidmət edir. İstehsal vasitələri bazarı təkrar istehsal prosesinin bütün fazaları arasında mühüm rol oynayır. Spesifik xüsusiyyətlərinə görə istehsal vasitələri bazarı oliqopolist rəqabət bazarıdır. İstehsal vasitələri bazarının əsas elementlərinə tələb, təklif və qiymət daxildir. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində istehsal vasitələri bazarında tələb, təklif, qiymət, rəqabət və digər qanunlar fəaliyyət göstərdiyinə görə istehsal vasitələri istehsal edən sahibkarlar əmtəələrin keyfiyyətini yaxşılaşdırmağa, eyni zamanda yeni növ istehsal vasitələri, daha ucuz xammal istehsal etməklə rəqiblərini arxada qoymağa çalışırlar. Nəticədə isə istehsal genişlənir, iqtisadiyyat inkişaf edir. Bu isə əhəlinin həyat səviyyəsinin yüksəlməsi və ölkənin müdafiə qabiliyyətinin möhkəmləndirilməsi ilə nəticələnir. Dövlətin dünya miqyasında nüfuzu artır.

Müstəqilliyə nail olduqdan sonra Azərbaycanın bazar iqtisadiyyatına keçməsi obyektiv zərurət kəsb etmişdir. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində istehsal vasitələri bazarının formalaşması zamanı bir çox çətinliklər və problemlər ortaya çıxmışdır. Müstəqillik qazandıqdan sonra Azərbaycan yeni sistemə, bazar iqtisadiyyatına keçmək üçün ictimai mülkiyyəti özəl mülkiyyətlə, mövcud inzibati-amirlik sistemini yeni mahiyyətli təsərrüfat sistemi ilə əvəz etməli olmuşdur. Aydın məsələdir ki, bu xeyli uzun bir dövr tələb edir. İkinci böyük səbəb respublikanın ərazisində olan bir çox istehsal müəssisələrinin sabiq İttifaqın əra-

zisində yerləşən müəssisələrlə istehsal-iqtisadi əlaqələrinin əsasən qırılması olmuşdur. Buna görə də ölkəmizdə olan bir çox sənaye müəssisələri öz fəaliyyətlərini dayandırmalı olmuşlar. Azərbaycanda istehsal vasitələri bazarının formalaşmasını çətinləşdirən mühüm səbəblərdən biri də onun müharibə şəraitində olmasıdır. Məlumdur ki, təcavüzkar Ermənistan Respublikası ərazimizin 20%-dən çoxunu işğal etmişdir. Bazarın formalaşmasının ləng getməsinə səbəb olan amillərdən biri də adamlarımızın 70 ildən artıq sosializm quruluşunda yaşamaları, o şəraitdə yaşamaq vərdisləri, o şəraitə uyğunlaşmalarıdır. Respublikada istehsal vasitələri bazarının formalaşmasında qarşıya çıxan maneələrdən biri də keçmiş sistemdən miras qalmış xalq təsərrüfatı strukturunun vaxtilə imperiyanın mənafeyinə uyğun formalaşması olmuşdur. Azərbaycan imperiyanın tərkibində olanda istehsalın strukturu ümumən xalqımızın mənafeyinə uyğun şəkildə formalaşmamışdır. Bazarın formalaşmasının geniş vüsət almasına mane olan səbəblərdən biri də xalq təsərrüfatının müxtəlif sahələrində əsas istehsal fondlarının çox hissəsinin fiziki və mənəvi aşınmaya məruz qalması olmuşdur. Azərbaycanda istehsal vasitələri bazarının formalaşmasına çətinlik törədən amillərdən biri də əhalinin böyük əksəriyyətinin həyat səviyyəsinin aşağı olmasıdır. Onların maliyyə çətinlikləri sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmalarına imkan vermir. Şübhəsiz ki, iqtisadi islahatların dərinləşməsi, mülkiyyətin özəlləşdirilməsinin başa çatması, əhalinin əlində artıq pul vəsaitlərinin toplanması ilə, xarici investorların axınının geniş miqyas alması, müharibə ağırlıqlarının aradan qaldırılması ilə istehsal vasitələri bazarının formalaşmasında yaranan bütün çətinliklər tədricən aradan qalxacaqdır.

Təbii resursların kəmiyyət və keyfiyyətə artımı, istehsalın genişlənməsi, əmək resurslarının kəmiyyəti və ixtisas səviyyəsinin artımı, elmi-texniki tərəqqinin nailiyyətlərinin iqtisadiyyata tətbiqi, maliyyə vəsaitlərinin artımı, iqtisadi idarəetmənin

təkmilləşdirilməsi istehsal vasitələrinin artımına təsir edir. Bu da bazarın inkişafına öz təsirini göstərir. İstehsal vasitələri istehlakçısının ehtiyacı və tələbatının, alıcılıq qabiliyyətinin, pul xərcləməyə və ya satınalma gücündən istifadə etməyə istəklərinin, satın almağa və ya mübadiləni təmin etməyə səlahiyyətinin olması bazarın formalaşması və təşəkkülü üçün əsas şərtidir.

İstehsal vasitələri bazarının formalaşması prosesinə bilavasitə təsir göstərən bütün amilləri həm xarakterinə, həm də bazara təsiretmə dərəcəsinə görə ayrı-ayrı qruplara bölmək mümkündür. Əlamət xarakterinə görə amillərin diferensiallaşdırılması bütün əmtəə bazarları üçün səciyyəvidir. İstehsal vasitələri bazara təsiretmə dərəcəsinə görə amillərin belə qruplaşdırılması hər bir növ istehsal vasitələrinin spesifik xüsusiyyətlərindən, eləcə də onların mübadiləsi ilə bağlı proseslərin xarakterik cəhətlərindən, istehsal və istehlakın coğrafiyasından asılı olaraq aparılır.

İstehsal vasitələri bazarının formalaşmasına bilavasitə təsir göstərən amillər içərisində iqtisadi, siyasi, coğrafi, struktur, sosial-demoqrafik, təşkilati və elmi-texniki amillər böyük əhəmiyyətə malikdir. Qeyd edilən hər bir faktor istehsal vasitələri bazarının mövcud vəziyyətini qiymətləndirməyə imkan verən bir sıra indikatorlarla xarakterizə olunur. Buna görə də istehsal vasitələri bazarının formalaşmasına təsir edən amillərin hər birinin təsir imkanları müxtəlif olduğundan onlar ayrı-ayrılıqda qiymətləndirilməlidir.

Bütünlükdə iqtisadiyyatda və onun ayrı-ayrı sahələrində istehlak olunan istehsal vasitələrini şərti olaraq aşağıdakı əsas qruplara bölmüşlər.

1. Qara metallar. Bu qrupa: *a)* qara metal prokatı, *b)* metal məmulatı və *c)* qara metallurgiya üçün xammal daxildir. Qara metal prokatına dəmiryol relsləri, tirləri, şvellerlər, adi və keyfiyyətli polad, qalın və nazik vərəqə poladları, alət, konstruksiya, tezkəsən və xüsusi poladlar daxildir. Qara metallar prokatı-

nın əsas istehlakçıları maşınqayırma və metal emalı sənayesi, əsaslı inşaat, dəmiryol nəqliyyatı və metallurgiya sənayesinin özüdür. Metal məmulatına geniş nomenklaturada məhsullar - polad lentlər, kanatlar, qaynaq elektrodları, boltlar və s. daxildir. Metal məmulatlarından, demək olar ki, iqtisadiyyatın bütün sahələrində istifadə olunur.

2. Borular. Borular iki qrupa-metal və qeyri-metal borular qrupuna bölünür. Metal borular isə öz növbəsində tikişsiz və qaynaq, polad və çuqun borulara ayrılır. Qeyri-metal borulara isə dəmir-beton, saxsı, şüşə və s. bunun kimiləri aiddir. Neft və qaz sənayesində borulardan əsasən, neft və qaz kəmərləri tikintisində, habelə kimya, maşınqayırma, kənd təsərrüfatı və kommunal təsərrüfatında istifadə olunur.

3. Əlvan metallar. İstehsal vasitələrinin bu qrupuna: *a)* xalis şəkildə əlvan metallara - mis, alüminium, sink, qurğuşun, qalay, nikel və s.; *b)* əlvan metalların xəlitələrinə - latun (mislə sink), bürünc (mislə qalay), babbıt və s.; *c)* əlvan metal prokatı və onun ərintilərinə - metal vərəqə, borular, mis, alüminium, sink, bürünc, nikel və s.-dən hazırlanan profiləşdirilmiş yaymalar və s.; *d)* əlvan metallurgiya üçün xammala - filiz konsentratları, gil-torpaq və s. aiddir. Xalis şəkildə əlvan metalların əsas istehlakçısı əlvan metal prokatı istehsal edən əlvan metallurgiya sənayesidir.

4. Yanacaq (qazan-soba). İstehsal vasitələrinin bu qrupuna bərk yanacaq - daş kömür, antrasit, boz kömür, torf, şist, odun və qaz halında olan yanacaq, daha doğrusu, süni və təbii qaz daxildir. Yanacağın bütün növləri istehlakçılar arasında həm natural ölçü vahidlərində (fiziki çəkilərdə), həm də şərti yanacaq ölçüsündə bölünür. Kömür yanacağının əsas istehlakçıları qara və əlvan metallurgiya, istilik-elektrik stansiyalarıdır. Qaz yanacağının təqribən yarısı istilik-elektrik stansiyaları tərəfindən, qalanı isə sənaye və kommunal təsərrüfatında və s. istifadə olunur.

5. Neft məhsulları. Aviasiya və avtomobil benzinləri, ağ neft (traktor üçün), dizel mühərrikləri üçün neft məhsulları, müxtəlif mineral yağlar (aviasiya, dizel, transformator, avtol və s.), parafin, neft bitümləri və s. aiddir. Neft məhsulunun çoxu hava, avtomobil, dəniz, çay, dəmiryol nəqliyyatları tərəfindən, kənd təsərrüfatında, kimya və neft emalı sənayesində istehlak olunur.

6. Elektrik enerjisi.

7. Kimyəvi maddələr və texniki rezin məmulatları. İstehsal vasitələrinin bu qrupuna: *a)* əsas kimyanın məhsulları - kaustik və yeyici sodalar, sulfat və azot turşuları, azot kalium və fosfor mineral gübrələri, zəhərleyici kimyəvi maddələr; *b)* üzvi sintez məhsulları - sintetik spirtlər, sintetik turşular, aseton, fenol; *v)* plastik kütlə, polietilen, sintetik kauçuk, viskoz, kapron, lavsan və s. süni və sintetik liflər; *c)* müxtəlif rənglər, laklar, əridicilər; *d)* texniki rezin məhsulları - avtomobil və kənd təsərrüfatı maşınları üçün şinlər, konveyerlər üçün lentlər, əlcəklər və s. daxildir.

8. Meşə materialları. İstehsal vasitələrinin bu mühüm qrupuna tikinti üçün ağac materialları, dəmiryol şpalları, rabitə xətti üçün dirəklər, mebel sənayesində istifadə olunan ağac materialları, faner, standart evlər və onların hissələri və s. daxildir. Meşə materiallarından əsasən sellüloz-kağız, tara, mebel, kibrit, dağ mədən sənayesində, dəmiryol nəqliyyatında, vaqon və avtomobilqayırmada, əsaslı tikinti və s. sahələrdə istifadə edilir.

9. Sellüloz-kağız məhsulları. İstehsal vasitələrinin bu qrupuna aşağıdakılar daxildir: *a)* qəzet və yazı kağızları, mətbəə, papiros, kabel, bükmə və s. təyinatlı kağızlar; *b)* tara və cildləmə üçün kartonlar, elektrik məmulatlarında izolyasiya materialı kimi istifadə edilən kartonlar; *c)* kağız məmulatları - kisələr, karton taralar, dəftər və s.

10. Tikinti materialları.

11. Yüngül sənaye üçün xammal və yarımfabrikatlar. Bu qrupa pambıq, kətan, təbii yun, xam ipək, kimyəvi liflər, dəri mə-

mulatı və onun əvəzediciləri daxildir.

12. Avadanlıq, maşın və kabel məmulatı. Ən geniş nomenklaturada olan istehsal vasitələrinin bu qrupuna 10000 adda məhsul daxildir. Haqqında bəhs edilən istehsal vasitələri aşağıdakı yarımqruplara bölünür: *a)* ağır maşınqayırma məhsulları - qazanlar, dağ-mədən, qazma, qaldırıcı-nəqliyyat avadanlıqları, tikinti və yol maşınları, dizel və dizel generatorları; *b)* dəzgah-qayırma sənayesi məhsulları - metalkəsən dəzgahlar (torna, dəşmə, düzəyən, cilalama və s. avadanlıqlar), dəmirçi-pres və tökmə avadanlıqları; *v)* kimya, nasos-kompressor və soyuducu avadanlıqları, neft aparatları; *q)* avtomobil sənayesi məhsulları - yük və minik avtomobilləri, avtobuslar, avtomobil mühərrikləri və s.; *d)* traktor və kənd təsərrüfatı maşınqayırma sənayesi məhsulları - traktorlar, traktor mühərrikləri, kənd təsərrüfatı maşınları; *e)* diyircəkli yastıq; *z)* elektrik maşınları-elektrik mühərrikləri, transformatorlar, akkumulyatorlar, elektrik-qaynaq avadanlıqları və hər növ kabel məmulatı; *i)* elektrovozlar, yük, sərnişin və xüsusi təyinatlı vaqonlar və s.; *k)* dəniz və çay gəmiləri, üzən kranlar; *l)* energetika avadanlığı-buxar, qaz və hidravlik turbinlər, boru kəmərləri və s.; *m)* kommunal təsərrüfatı və əhaliyə məişət xidməti avadanlıqları, qızdırma üçün cihazlar, camaşırxana avadanlığı, ticarət avadanlığı; *p)* rabitə avadanlıqları - avtomat telefon stansiyaları, telefon aparatları, radiorele xətləri üçün aparatlar və s.

Respublikada fəaliyyət göstərən müəssisələr istehsal vasitələri bazarını formalaşdırır. Bu bazara sənaye təyinatlı əmtəələr bazarını, vasitəçi alıcılar bazarını, dövlət idarələri bazarını aid etmək olar. Sənaye təyinatlı əmtəələr 3 qrupa bölünür:

1. Materiallar və hissələr (detallar). Buraya xammal, yarım-fabrikatlar, maşın və avadanlıqlar, onların hissələri daxildir.

2. Əsas əmlak (stasionar qurğular, köməkçi avadanlıqlar və s.).

3. Köməkçi materiallar .

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində istehsalın istehsal vasitələri ilə təmin edilməsi hər bir müəssisənin xüsusi işidir və o, alqı-satqı aktları əsasında bazarlar vasitəsi ilə həyata keçirilir.

Əvvəllərdə olduğu kimi indi də bu proses iki üzvi prosesdən - təchizat və satış proseslərindən ibarətdir. Lakin, maddi-texniki təchizat və satış proseslərinin bir çox ümumi və fərqləndirici cəhətləri vardır. Maddi-texniki təchizat və satış proseslərinin ümumi cəhətləri aşağıdakılardan ibarətdir: a) hər hansı bir məhsul satılarkən eyni zamanda onu alan müəssisənin həmin məhsul növü ilə təchiz edilməsi prosesi həyata keçirilir; b) onların hər ikisinin son məqsədi müəssisələri istehsal-texniki təyinatlı məhsullarla vaxtı-vaxtında və kompleks təmin etməkdir.

Maddi-texniki təchizat ilə satış prosesinin fərqi ondan ibarətdir ki, təchizat prosesi istehsal vasitələrini istehlak edən müəssisələrlə, satış isə onları istehsal edən müəssisələrlə əlaqədardır. Belə ki, təchizat istehlakçı müəssisələri lazımı istehsal vasitələri ilə təmin edir. Bu məqsədlə o, istehlakçı müəssisələrdən istehsal vasitələrinin alınmasını, qəbulunu, saxlanmasını, onların istehsal istehlakına hazırlanmasını və istehlak yerlərinə daşınmasını həyata keçirir. Satış isə istehsalçı müəssisələrin istehsal etdikləri istehsal vasitələrinin satışı prosesini həyata keçirir. Maddi-texniki təchizatın qarşısında bir sıra vəzifələr qoyulur. Əvvəla, maddi-texniki təchizat istehsalı zəruri olan bütün istehsal vasitələri ilə operativ və lazımı çeşiddə, həm də dəst halında təmin etməlidir; ikincisi, müəssisələrdə maddi resurslardan qənaətlə və səmərəli istifadəni təmin etməlidir; üçüncüsü, mütərəqqi təchizat formalarını tətbiq etməli və onları daha da təkmilləşdirməlidir; dördüncüsü, maddi ehtiyatların manevrliliyini və bunun da əsasında dövriyyə vəsaitlərinin dövriyyəsinə sürətləndirməlidir; nəhayət, beşincisi, tədavül xərclərini azaltmalıdır. Maddi-texniki təchizat təkrar istehsal prosesində böyük və əhəmiyyətli rol oynayır. Bu proseslər arasında nə kimi əlaqələr olduğunu aydınlaşdırmaq. Bazar iqtisadiyyatı ölkələri üçün geniş

təkrar istehsal daha xarakterikdir. Geniş təkrar istehsal 2 yolla ekstensiv və intensiv yolla həyata keçirilir. Ekstensiv təkrar istehsal istehsala əlavə əmək və maddi-texniki resurslar cəlb etməklə onun miqyasının genişləndirilməsi hesabına həyata keçirilir.

İntensiv təkrar istehsal isə istehsalın miqyasını genişləndirmədən, onun kompleks mexanikləşdirilməsi və avtomatlaşdırılması sayəsində mövcud maddi-texniki resurslardan maksimum istifadə etməklə əmək məhsuldarlığının daha da yüksəlməsi hesabına həyata keçirilir. Beləliklə, maddi-texniki təchizat ilə təkrar istehsal arasında müəyyən əlaqələr vardır. Bu əlaqələr ikitərəfli xarakter daşıyır. Bir tərəfdən, maddi-texniki təchizat istehsal vasitələrinin bölgüsü və tədavülü prosesi olduğundan o, həlledici dərəcədə istehsaldan asılıdır. Yəni maddi-texniki təchizatın inkişafı istehsalın inkişafı ilə müəyyən edilir və ona görə də ona uyğun gəlməlidir. Digər tərəfdən, istehsalın həcmının artması tələb olunan xammal və materialların miqdarının və maddi-texniki təchizatın həcmının artması ilə müşayiət olunur, başqa sözlə, istehsal maddi resursların yeganə mənbəyi olduğundan istehsalın həcmi artdıqca müəssisənin malik olduğu maddi resursların həcmi də artır və deməli, istehsal vasitələri döviyyəsinin həcmi artır.

Maddi-texniki təchizat istehsaldan asılı olduğu kimi, istehsala da hərtərəfli təsir göstərir. Belə ki, istehsalın zəruri istehsal vasitələri ilə müntəzəm surətdə və dəst halında təchiz edilməsi istehsalın mütəşəkkilliyini və istehsal proqramının çeşid və nomenklatura üzrə yerinə yetirilməsini təmin edir. Eyni zamanda bu, məhsul istehsalı və satışı planının çeşid və nomenklatura üzrə yerinə yetirilməsinə gətirib çıxarır. Bunun üçün ən mühüm şərtlərdən biri maddi-texniki təchizatın düzgün və səmərəli təşkil olunmasıdır. Maddi-texniki təchizatın düzgün və səmərəli təşkil olunması iqtisadiyyatın səmərəliliyinin yüksəldilməsinə böyük təsir göstərir. Bu təsir amilləri aşağıdakılardır:

- istehsalın və iş yerlərinin zəruri istehsal vasitələri ilə mün-təzəm surətdə və dəst halında təchiz edilməsi fəhlələrin və tex-noloji avadanlıqların boş dayanması hallarının qarşısını alır və bununla da müəyyən vaxt dövrü ərzində buraxılan məhsulların həcmi artır;

- istehsal vasitələrinin istehsal prosesinə hazırlanmasına sərf edilən vaxtı minimuma endirməyə imkan verir ki, bu da son nə-ticədə müəssisələrdə əmək məhsuldarlığının yüksəldilməsinə və istehsal fondlarından istifadənin yaxşılaşdırılmasına gətirib çıxarır;

- istehsal vasitələrinin istehsalçı müəssisələrdən istehlakçı müəssisələrə gətirilməsi ilə məşğul olan işçilərin sayının azal-dılmasına şərait yaradır;

- istehsal vasitələrinin müəssisə anbarlarında düzgün saxlan-masına imkan verir ki, bu da yüksək keyfiyyətli məhsul buraxı-lışına səbəb olur;

- məhsulun maya dəyərini aşağı salmaq mümkün olur, çünki maddi-texniki təchizatın düzgün və səmərəli təşkili tədavül xərclərini və canlı əmək məsrəflərini azaltmağa imkan verir;

- mənfəətin həcmi artır və istehsalın rentabelliliyini yüksəldir, çünki məhsulun maya dəyərinin aşağı salınması və istehsal fond-larından istifadənin yaxşılaşdırılması öz əksini mənfəətin artma-sında və istehsalın rentabelliliyinin yüksəldilməsində tapır.

Maddi-texniki təchizat istehsalın səmərəliliyinə təsir göstər-sə də istehsal-texniki təyinatlı məhsulların tədavül sferasında dövriyyəsinin fərqli cəhətləri və üstünlükləri inkaredilməzdir.

3. İSTEHSAL VASİTƏLƏRİ BAZARININ SPESİFİK XÜSUSİYYƏTLƏRİ

Azərbaycanda müxtəlif tipli, xarakterli və təyinatlı bazarlar fəaliyyət göstərir. İstehsal vasitələri bazarı üçün xarakterik olan xüsusiyyətlər aşağıdakılardır:

1. İstehsal vasitələri bazarını təşkil edən fəaliyyət sahələri

çoxşaxəlidir, əmtəə nomenklaturası və pul dövriyyəsinə görə istehsal vasitələri bazarı geniş istehlak malları bazarının müvafiq göstəricilərini artıq ötüb keçmişdir. İstehsal vasitələri bazarı onu istehlak malları bazarlarından kəskin fərqləndirən müəyyən əlamətlərə malikdir. İstehsal vasitələri bazarında tələbatın məqsədli xarakteri mühüm rol oynayır. İstehsal vasitələri bazarı bəzən investisiya məhsulları bazarı, istehsal-texniki təyinatlı məhsullar bazarı, sənaye təyinatlı məhsullar bazarı kimi xarakterizə edilir və öyrənilir.

2. İstehsal vasitələri bazarında alıcıların sayı azdır, satıcı bir qayda olaraq geniş istehlak malları təklif edən həmkarı ilə müqayisədə çox az alıcılarla iş aparır. Bu bazar şaquli bazar, yəni istehsalçı və istehlakçılarının sayının az olması ilə fərqlənir. eyni zamanda istehsal vasitələri bazarında istehlakçı və istehsalçıların tələbatının dəyərəcə böyük olması bu bazarın xarakterik xüsusiyyətlərindəndir. Bu bazarda mövcud olan azsaylı alıcılar sanballı istehlakçılardır.

3. Çoxsaylı istehsalçısı olan sahələrdə belə, tədarüklərin əsas hissəsi adətən bir neçə iri alıcının payına düşür, bu alıcılar coğrafi cəhətdən təmərküzləşdirilmişlər. Respublikada sənaye təyinatlı əmtəələr alıcılarının əsas hissəsi Abşeron iqtisadi rayonunun payına düşür. Neft, təbii qaz, kimyəvi məhsullar, maşın və avadanlıqlar istehsalı kimi sahələrdə coğrafi təmərküzləşmə xərclərinin aşağı salınmasına imkan yaradır. İstehsal vasitələri satıcılarının coğrafi təmərküzləşməsinin güclənməsi və ya zəifləməsi meyillərinə nəzarət edilməsi zəruridir.

4. İstehsal vasitələrinə olan tələbat istehlak mallarına olan tələbatla müəyyənləşdirilir. İstehsal vasitələrinə olan tələbat son nəticədə geniş istehlak mallarına olan tələbatdan doğur, əgər geniş istehlak mallarına tələbat zəifdirsə, onların istehsalı prosesində istifadə olunan istehsal vasitələrinə də tələb aşağı düşəcəkdir. İstehsal vasitələri istehlak malları istehsal edən və istehsal-texniki təyinatlı məhsullar istehsal edən qruplara bölünərək

fərqləndirilir.

5. İstehsal vasitələrinə olan tələbat elastik deyil, istehsal vasitələrinə olan ümumi tələbat üçün qiymətlərin aşağı elastikliyi səciyyəvidir. Bu o deməkdir ki, qiymətlərin dəyişməsi ümumi tələbatda kəskin enib-qalxmalar yaratmır, tələbat qısamüddətli planda xüsusilə qeyri-elastikdir, çünki məhsul hazırlayanların öz istehsal texnologiyalarına çoxlu sayda dəyişiklikləri tətbiq etmək imkanı olmur.

Bundan başqa, istehlakçılar lazım olan əmtəələri hansı mal göndəricisindən tədarük etməyi həll edərkən qiymətə istinad edirlər. Lakin hər halda bu da onların tədarük həcminə güclü təsir göstərməyəcəkdir.

İstehsal vasitələrinə olan tələbat geniş istehlak mallarına nisbətən daha tez dəyişir, bu yeni istehsal avadanlığına tələbat üçün daha səciyyəvidir. Geniş istehlak mallarına tələbatın müəyyən faiz artımı onların əlavə miqdarının buraxılması üçün zəruri olan maşın və avadanlığa tələbatın yüksək artım faizinə səbəb ola bilər. Bəzən istehlakçı tələbatının cəmi 10% artımı sonrakı yaxın müddət ərzində sənaye tərəfindən tələbatın 200% artımını doğura bilər. Bu xüsusiyyət istehlakçıların çoxunu iş-bazlıq fəallığı dövrü çərçivəsində enib-qalxmaları bir qədər hamarlamaq üçün öz əmtəə nomenklaturalarını diversifikasiya etmək məcburiyyəti qarşısında qoyur.

6. İstehsal vasitələrinin alıcıları əsasən peşəkarlardır. Sənayenin ehtiyacları üçün əmtəələri bütün ömrü boyu daha əlverişli şəraitlə tədarük etməyi öyrənən peşəkar hazırlığı olan agentlər alırlar. Adi istehlakçının bazarlıq etməkdə bir o qədər də səriş-təsi olmur. Sənaye ehtiyacları üçün edilən tədarükün xarakteri mürəkkəbləşdikcə bu haqda qərar qəbulu prosesində bir sıra şəxslərin iştirak etməsi ehtimalı da artır. Ən vacib əmtəələrin alınması ilə adətən tərkibinə texniki ekspertlər və ali rəhbərliyin nümayəndələri daxil edilmiş xüsusi tədarük komissiyaları məşğul olur, bu o deməkdir ki, sənaye təyinatlı əmtəələr təklif

edən firmalar, hazırlıqlı alıcılarla işləmək üçün yaxşı hazırlığı olan mütəxəssisləri cəlb etməlidirlər .

İstehsal vasitələrinin bazarda irəlilədilməsi tədbirləri kompleksində həm reklamın, həm təbliğatın böyük rol oynadığına baxmayaraq, satışın əsas aləti şəxsi satış texnikası olaraq qalır.

Ümumiyyətlə, təbii sərvətlər, faydalı qazıntılar bazarı ölkəmizdə formalaşma mərhələsindədir və onun bərqərar olması olduqca böyük çətinliklərlə əlaqədardır. Təbii sərvətlərə sovet iqtisadiyyatında, ümumiyyətlə, əmtəə-pul münasibətlərinin, alqı-satqının obyektı kimi baxılmırdı, məhz bununla əlaqədar praktiki olaraq qiymət mexanizmi mövcud deyildi, təbii sərvətlərə qoyulan məsrəflərin uçotu qaydaya salınmamışdır.

7. İstehsal vasitələri bazarı üçün seçiciyyəvi olan amillərdən biri də xidmət məsələsinin vacibliyidir. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində istehsal vasitələri bazarında hər bir müəssisə müştərilərə hansı xidmətlərin göstərilməsi barədə daim düşünməlidir. Bunun üçün, müəssisənin marketoloqu təklif ediləcək xidmətlərin növü və forması haqqında dəqiq araşdırmalar aparmalıdır, buna görə isə o, istehlakçıları, onların rəftarını, potensial imkanlarını və s. yaxından öyrənməlidir. Texniki xidmətin əsas vəzifəsi maşın və avadanlıqların fasiləsiz və iqtisadi cəhətdən səmərəli istismar olunmasını təmin etməkdir. Ümumiyyətlə, texniki xidmətə aşağıdakılar aiddir:

a) istehlakçılara maşın və avadanlıqların quraşdırılması, istismarı və onlara xidmət göstərilməsinə dair təlimatların verilməsi;

b) istehlakçıların nümayəndələrini maşın və avadanlıqların işləmə prinsipləri ilə tanış etmək, onlara avadanlıqlara xidmət, anbarın istismarı və təmiri işlərinin öyrədilməsi;

c) avadanlıqların istismarı zamanı məsləhətlərin verilməsi, istehlakçıların ehtiyat hissələri ilə müntəzəm olaraq təchiz edilməsi və s.

İstehsal vasitələri bazarında indi hər bir növ istehsal vasitəsi, xüsusilə də texniki cəhətdən mürəkkəb maşın və avadanlıqların istehlakçıları (satıcıları) öz məhsullarının taleyinə laqeyd qala bilməzlər. Belə ki, bunun üçün məhsulun satışından sonrakı vəziyyətinə daimi nəzarəti həyata keçirmək, onun istismarı dövründə vəziyyəti ilə maraqlanmaq və onu daim izləmək hər bir satıcı üçün zəruridir. Bu isə öz növbəsində yüksək səviyyəli servis xidmətinin təşkilini və normal fəaliyyətini tələb edir. Bu, məhsulun rəqabət bazarında müvəffəqiyyət qazanması üçün əsas, başlıca və həlledici şərtidir. Rəqabət bazarında servis xidməti müəssisənin marketinq fəaliyyətinin altsistemi olmaqla, maşın və avadanlıqların satışı və istismarı zamanı onlara kompleks xidmət göstərilməsini təmin edir.

İstehsal vasitələri bazarında satınalmaya dair qərarlar əsasən kollegial qəbul edilir. İstehsal vasitələrinin alıcısı tədarük prosesində bir sıra qərarlar qəbul etmək zərurəti ilə qarşılaşır ki, bu qərarların sayı tədarükün baş verməsi vəziyyətinin tipindən asılıdır. Tədarükün baş verməsinin üç əsas vəziyyəti mövcuddur:

- bir tərəfdən bu, həlli üçün adi standart qərar tələb olunan dəyişikliklərsiz təkrar tədarükdür;

- dərin tədqiqatların aparılmasını tələb edən yeni məsələlərin həlli üçün edilən tədarükdür;

- qərarı əvvəlcədən müəyyən məsələlərin həllini tələb edən dəyişiklikləri olan təkrar tədarükdür.

İstehsal vasitələri bazarının formalaşmasına təsir edən əsas amilləri 6 qrupa bölmək olar: iqtisadi, sosial, elmi-texniki, demografik, təşkilati və institusional amillər. İstehsal vasitələri bazarının formalaşmasına həmin amillərlə yanaşı mühüm iqtisadi faktorlar əsaslı təsir göstərir. Bu qrupa aid edilən faktorları bir neçə altqrupa ayırmaq olar. Onlara sənaye potensialının inkişaf etdirilməsi, məşğulluq səviyyəsinin yüksəldilməsi, investisiya qoyuluşları, maliyyə-kredit mexanizmlərinin inkişaf etdirilməsi, və s.-ni aid etmək olar.

Respublikada istehsal vasitələri bazarının inkişafı istiqamətində ardıcıl, məqsədyönlü tədbirlər həyata keçirilməlidir. Müstəqillik əldə etmiş ölkədə istehsal vasitələri bazarının inkişafının nəzəri və metodoloji məsələlərinin kompleks tədqiqinə diqqət artırılmalı və tədqiqatın səmərəliliyi yüksəldilməlidir. Respublikada istehsalın genişləndirilməsində, məşğulluğun təmin edilməsində, iqtisadi inkişafda, xalqın güzəranının yaxşılaşdırılmasında mühüm rol oynayan istehsal vasitələri bazarının inkişafı, təşəkkülü və formalaşması üçün zəruri olan bütün tədbirlər həyata keçirilməlidir.

İstehsal vasitələri bazarının təşəkkülü iqtisadi strategiyanın həyata keçirilmə mexanizmidir. Bu bazarın formalaşması istiqamətində qarşıda duran əsas vəzifələrə sahibkarlıq fəaliyyətinin stimullaşdırılması tədbirləri, özəlləşdirilmənin sürətləndirilməsi, xarici investisiyaların respublikaya axınına stimül yaradılması, istehsalın həcmının yüksəldilməsi, istehsalçı ilə istehlakçı arasında iqtisadi münasibətləri təmin etmək və s. kimi məsələlərin həlli nəticəsində çatmaq mümkün olacaqdır.

İstehsal vasitələri bazarının formalaşması və inkişafı üçün aşağıdakı əsas şərtlərin yerinə yetirilməsi zəruridir və bunlar bazarın formalaşmasına əsaslı təsir edən amillərdəndir:

- innovasiya tədbirlərinin həyata keçirilməsi;
- investisiyaların cəlb edilməsi;
- infrastrukturun yaradılması və inkişaf etdirilməsi;
- iqtisadi inkişaf institutunun yaradılması.

4. İSTEHSAL VASİTƏLƏRİ BAZARININ İNFRASTRUKTUR TƏMİNATI

İstehsal vasitələri bazarının subyektləri hesab edilən satıcı və alıcı arasında hər iki tərəfin maraqlarını nəzərə alan qarşılıqlı iqtisadi münasibətlərin təmin edilməsi səviyyəsi ilk növbədə bu bazarın infrastruktur təminatından, onun inkişaf səviyyəsi və dərəcəsindən asılıdır. Bütün sahələrdə yaranan iqtisadi prob-

lemlərin vaxtında həll edilməsi infrastrukturun normal fəaliyyəti ilə bağlıdır. Buna görə də infrastrukturun normal fəaliyyəti və yerində olması bütövlükdə ölkənin sosial-iqtisadi həyatında çox mühüm rol oynayır. Hər hansı bir infrastrukturun və ya onun tərkibində hər hansı bir ünsürün olmaması müvafiq sahəyə, o cümlədən istehsal vasitələri bazarının normal fəaliyyətinə və tərəqqisinə birbaşa təsir göstərir.

Belə ki, infrastrukturun əsas vəzifəsi səmərəli bazar mühitinin yaradılmasından ibarət olduğundan onun inkişafı istehsal vasitələri bazarının formalaşması və inkişafı proseslərinin aktivləşməsinə istiqamətlənməlidir. İstehsal vasitələri bazarının infrastrukturunu istehsalçı və istehlakçı, habelə tələb və təklif arasında «əks-əlaqəni», qarşılıqlı fəaliyyəti təmin edir. Bütün iqtisadiyyatın səmərəli fəaliyyəti məhz formalaşan bu əks-əlaqə mexanizminin əlverişli və məhsuldar olması dərəcəsindən asılıdır. Odur ki, istehsal vasitələri bazarının infrastrukturunu, bir tərəfdən, iqtisadi subyektlər arasında fasiləsiz qarşılıqlı təsərrüfat əlaqələrini, digər tərəfdən isə əmtəə-pul axınlarının hərəkətinin tənzimlənməsi kimi əsas funksionu yerinə yetirir.

Bazar münasibətləri şəraitində istehsal vasitələri bazarının infrastrukturunu olduqca rəngarəngdir. Bu elementləri əlaqələndirən yeganə amil ondan ibarətdir ki, onların hər biri material axınlarının istehsaldan son istehlak yerlərinə qədər optimal hərəkətinə xidmət göstərir. İstehsal vasitələri bazarının infrastrukturunun bütövlükdə texniki (yollar, körpülər, kanallar, limanlar, energetika, rabitə və s.), institusional (maliyyə, vergi və gömrük sistemi, banklar, əmtəə, fond və əmək birjalrı, topdan yarmarka və hərraclar, ticarət evləri, lizinq şirkətləri, konsaltinq xidmətləri, əmlak sığortası, sənaye sahələrinin ixtisaslaşmış satış strukturları, ictimai təşkilatlar və s.) və sosial (səhiyyə, təhsil, məişət xidməti, idman və turizm, mədəniyyət və s.) formada tərkib elementlərinə ayrılmasının məqsəduyğunluğu qeyd edilir. İstehsal vasitələri bazarının formalaşması və inkişafında əm-

təə birjasının rolunu gələcəkdə yüksəltmək məqsədilə bir sıra tədbirlər həyata keçirilməsi nəzərdə tutulmuşdur:

- strateji əhəmiyyətli istehsal vasitələrinin satışına nəzarət etmək üçün qara və əlvan metallar, eləcə də bir sıra digər məhsullar birja məhsulları hesab edilməlidir. Bu məhsullar məcburi formada əmtəə birjasında qeydiyyatdan keçməli və birja ticarətində (hərraclarda) formalaşan qiymətlər dövlət büdcəsinə yönəldilən vergilərin əsas ağırlıq mərkəzini təşkil etməlidir;

- müəssisə və təşkilatların anbarlarında ehtiyat formasında saxlanılan hazır məhsulların və istifadə edilməyən lazımsız materialların, gömrük komitəsi və hüquq-mühafizə orqanları tərəfindən müsadirə edilmiş məhsulların, eləcə də müflisləşmiş müəssisə və təşkilatların əmlakının satışı birja vasitəsilə təşkil olunmalıdır;

- forvard və fyuçers əməliyyatları genişləndirilməlidir;

- istehsal vasitələrinin idxal və ixrac kvotalarının praktiki olaraq birjada satışı təmin edilməlidir.

Belə tədbirlərin həyata keçirilməsi kvota satışından büdcəyə daxilolmaları artırmaqla yanaşı, idxal yönümlü məhsulların kəmiyyət və keyfiyyətə yoxlanılmasına, daxili bazarın qorunması və ona dövlət nəzarətinin gücləndirilməsinə şərait yarada bilər.

Məhsul istehsalçısı ilə istehlakçı arasında optimal əlaqələrin qurulması, yeni satış bazarlarının formalaşması, potensial müştərilərin cəlb edilməsi baxımından yarmarka, hərrac və sərgilər və onların vaxtaşırı təşkili həm istehsal vasitələri bazarının canlanmasında, həm də onun infrastrukturunun formalaşmasında spesifik rola malikdir.

İstehsal vasitələri bazarının infrastruktur təminatında mövcud geriliklərin aradan qaldırılması və onun inkişaf etdirilməsi məqsədilə aşağıdakı tədbirlər həyata keçirilərsə bu bazarın fasiləsiz fəaliyyətini təmin etmək mümkün olar:

- topdansatış ticarətin səmərəliliyini, məhsulların minimum xərclərlə saxlanması və hərəkətini təmin edən müasir anbar tə-

sərrüfatı, vasitəçi müəssisə və təşkilatlar şəbəkəsi yaradılmalıdır;

- beynəlxalq standartlara cavab verən tараqablaşdırıcı məhsulların yaradılması və tətbiqi hesabına məhsulların rəqabət qabiliyyəti yüksəldilməlidir;

- məhsul yeridilişini təmin edən şərait və obyektlər şəbəkəsi yaradılmalıdır;

- infrastruktur obyektlərin əlverişli fəaliyyəti əsasında respublika daxilində və onun hüdudlarından kənar bazarlarda məhsul yeridilişini optimal formada təşkil etmək üçün vasitəçi mərkəzlər yaradılmalıdır;

- istehsal vasitələri bazarının infrastrukturunun formalaşmasını təmin edən qanunvericilik bazası formalaşdırılmalıdır;

- nəqliyyat şəbəkələri və nəqliyyat vasitələri parkı təkmilləşdirilməli, məhsulgöndərmələrə kompleks xidmət göstərilməlidir;

- terminal texnologiyalara əsaslanan yüklərin hərəkətinin səmərəli sisteminin yaradılması hesabına məhsulların daşınmasına çəkilən xərclər azaldılmalıdır.

MÖVZU 6

DAŞINMAZ ƏMLAK BAZARI

1. Daşınmaz əmlak bazasının mahiyyəti və təsnifatı
2. Daşınmaz əmlak bazasının funksiyaları
3. Daşınmaz əmlak bazasının segmentləri
4. Daşınmaz əmlak bazasının infrastrukturları

1. DAŞINMAZ ƏMLAK BAZARININ MAHİYYƏTİ VƏ TƏSNİFATI

Daşınmaz əmlak bazarı milli iqtisadiyyatın mühüm tərkib hissəsidir. Daşınmaz əmlak bazarı - daşınmaz əmlak kimi spesifik əmtəənin satıcı ilə alıcıların qiymət təyin edilərək pula dəyişdirilməsini müəyyən edən təşkilati tədbir sistemidir.

Daşınmaz əmlak bazarı mülkiyyət üzərində hüquqa malik olmağa, qiymətlərin müəyyən edilməsinə imkan verən müəyyən mexanizmlərdən ibarətdir. Bu bazarda torpaqdan istifadə variantlarının məkanının bölgüsü aparılır. Beləliklə, daşınmaz əmlak bazasının fəaliyyətinin əsas prosesləri - inkişaf (yaratmaq), idarə etmək (istismar) və daşınmaz əmlaka hüquqların dövryyəindən ibarətdir.

Daşınmaz əmlak bazarı lokallaşdırılmışdır, çünki onun obyektləri daşınmazdır, unikaldir və onların qiymətləri çox dərəcədə ətraf mühitdən (siyasi, iqtisadi, sosial, ölkə və regionun ekoloji vəziyyətindən) asılıdır və bu obyektlərdən istifadə edənlərin müxtəlif tələb və ödəmə qabiliyyətli olmalarına uyğun segmentləşdirilir. Hər konkret daşınmaz əmlak bazarı: torpaq sahəsi, yaşayış və ya kommersiya daşınmaz əmlak bazarı müstəqil inkişaf edir, çünki hər bir bazar şəxsi qanuni və normativ bazaya söykənir.

Daşınmaz əmlak bazarı həmçinin iqtisadi-hüquqi müstəvidir. Burada müəyyən vaxt ərzində daşınmaz əmlak alıcı və satıcıla-

rının, tələbin və təklifin qarşılıqlı təsiri və bu əməliyyatların məcmusu həyata keçirilir.

Daşınmaz əmlak bazarı daşınmaz əmlaka kapital qoyulan sfera və daşınmaz əmlakla əlaqəli əməliyyatlar zamanı yaranan iqtisadi münasibətlər sistemidir. Bu əməliyyatlar daşınmaz əmlak alqı-satqısı, ipoteka, daşınmaz əmlak obyektlərinin kirayəsi zamanı investorlar arasında yaranır.

Daşınmaz əmlak - milli sərvətin mühüm tərkib hissəsi olmaqla, dünya sərvətinin 50%-ni təşkil edir.

Daşınmaz əmlak bazarı olmadan heç bir bazar fəaliyyət göstərə bilməz, çünki əmək bazarı, kapital bazarı, əmtəə və xidmətlər bazarı və s. fəaliyyət göstərməsi üçün icarəyə yer götürməlidir.

“Daşınmaz əmlak bazarı” anlayışı hüquqi cəhətdən təsdiqlənmişdir, lakin müxtəlif ədəbiyyatlarda ona müxtəlif təriflər verilir:

- fərdi xüsusiyyətə malik əmtəə bazarı;
- mülkiyyətdən istifadəyə hüquq verən, onunla əlaqəli maraqları müəyyən edən, torpaqdan istifadətmənin müxtəlif rəqabət variantlarını və qiyməti müəyyən edən mexanizmlərin cəmidir;
- daşınmaz əmlakla əlaqəli sazişlərin bağlanması, onların informasiya ilə təmin edilməsi, daşınmaz əmlak sahəsində maliyyələşdirmə işi və idarəetmənin cəmidir;
- daşınmaz əmlak obyektlər; iqtisadi subyektlər; bazarın fəaliyyət proseslərinin məcmusunu təşkil edən milli bazarın bölməsidir;
- istehsal prosesi (yaratmaq); istehsal etmək (istifadə); daşınmaz əmlakın obyektlərinin mübadiləsi və bazarın idarə edilməsi; bazarın fəaliyyətini təmin edən mexanizmlərin (bazar infrastrukturalarının) məcmusudur.

Daşınmaz əmlak bazarı aşağıdakı xüsusiyyətlərə malikdir:

- daşınmaz əmlak obyektlərinə olan tələbin həcmi çox vaxt

coğrafi (obyektin şəhər, rayon ərazisində olması) və tarixi (müxtəlif dövrlərin tikilisi, “stalin”, “xruşov” tikilisi və s.) faktorlarla, yerləşdiyi yerin infrastruktur vəziyyəti (yolların, metro və s. magistral xətlərin, ticarət obyektlərinin, parkların, digər kütləvi istirahət yerlərinin) olması ilə müəyyən edilir.

-daşınmaz əmlakın obyektlərinə tələb qarşılıqlı əvəz olunanıdır. Bu hal hazırkı dövrdə təklifin tələbi üstələməsinə səbəb olmuşdur;

-bütün daşınmaz əmlak bazarlarında aparılan sazişlər dövlət qeydiyyatından keçməlidirlər.

Daşınmaz əmlaka qoyulan kapital 3 növ xərcə aid edilir:

1) daşınmaz obyektin normal fəaliyyət göstərməsi üçün xərcin çəkilməsi (təmir, istismar və s.);

2) daşınmaz əmlaka yiyələnmək üçün illik vergi;

3) daşınmaz əmlak sazişləri üzrə vergi və yığım.

Daşınmaz əmlak sazişləri, bir qayda olaraq, gizli xarakter daşıyır və açıq məlumat çox vaxt natamam və ya dəqiq olmur. Bəzi sazişlər ayrı-ayrı iştirakçıların məlumatsızlığı nəticəsində, müxtəlif şərtlərin təsiri altında bağlana bilər. Belə ki:

a) daşınmaz obyektə təklifin aşağı elastikliyi zamanı, daşınmaz əmlaka olan tələb çox aşağı olduqda;

b) saziş iştirakçılarının imkanı və tələbatından asılı olaraq daşınmaz əmlak bazarı lokallaşdırıldıqda və segmentləşdirildikdə.

Daşınmaz əmlak bazarı ölkədə olan hər bir dəyişikliklərə reaksiya verir. Bazara təsir edən neqativ amillərə aşağıdakılar aiddir:

1) siyasi və maliyyə qeyri-sabitliyi;

2) ilkin bazarda hakimiyyətin siyasəti;

3) bazardakı kriminal şərait;

4) qanunvericiliyin təkmilləşməsi.

Daşınmaz əmlak bazarı yaşayış evləri və torpaq bazarlarından ibarətdir. Yaşayış evləri bazarının funksiyası mənzil satışı

ilə əlaqədardır. Mənzil alqı-satqısı yeni prosesdir. Özəlləşdirməyə qədər mənzil sahələri əsasən dövlət və kooperativ mülkiyyətində idi və azad, sərbəst alınıb-satıla bilmirdi, təkcə şəxsi evlərin və mənzillərin dəyişdirilməsi, alqı-satqısı mövcud idi. Özəlləşdirmə və xüsusi mülkiyyətə keçid mənzillərin alqı-satqısının əhəmiyyətli dərəcədə dəyişməsinə təkan verdi. Yaşayış evlərinin ticarəti ilə məşğul olan təşkilatlar yaranaraq mənzillər və evlərin auksion və birjalarda satış obyektlərinə çevrilərək daşınmaz əmlak bazarının əsasını qoymuş oldular.

Daşınmaz əmlak bazarında onun dövriyyəsinin səmərəliliyini yüksəltməsinə kömək edən müxtəlif bazar strukturları formalaşmış və aktiv fəaliyyət göstərirlər. Daşınmaz əmlak bazarının subyektləri 2 kateqoriyaya bölünür:

1) Satıcılar (icarəçilər);

2) Alıcılar (icarədarlar);

Satıcı kimi obyekt üzərində mülkiyyət hüququ olan fiziki və hüquqi şəxslər, o cümlədən mülkiyyətin idarə edilməsinin ixtisaslaşdırılmış orqanları simasında dövlət çıxış edə bilər.

Alıcı simasında alış əməliyyatını aparmağa hüququ olan hüquqi, fiziki şəxs və ya dövlət idarəçilik orqanları çıxış edə bilər.

Daşınmaz əmlak bazarının professional iştirakçılarının tərkibi dövlətin iştirakı ilə aparılan proseslərin sayı və kommersiya strukturlarının fəaliyyət növünün sayı ilə müəyyən edilir. Onlar institusional və qeyri-institusional iştirakçılara bölünür.

Daşınmaz əmlak bazarı bir çox əlamətlərinə görə təsnifləşir. Bunu aşağıdakı şəkildə aydın görmək olar.

Daşınmaz əmlak bazarı maliyyə bazarının hissəsi sayılır. Bu bazarın digər təsnifatı aşağıdakı əlamətlərə görə aparılır.

1) Coğrafi əlamətinə görə bazarlar:

- şəhər;

- yerli;

- regional;

- dünya;
- milli olur.

2) İstismara hazır olma səviyyəsinə görə:

- mövcud obyektlər bazarı;
- tam tikilməmiş tikinti bazarı;
- yeni tikinti bazarı.

3) Sazişlərin növünə görə:

- alqı-satqı;
- icarə;
- ipoteka;
- əşya hüquqlu bazarlar.

4) Mülkiyyət formasına görə:

- dövlət;
- mülkiyyət obyektləri;
- şəxsi obyekt bazarı.

5) Sazişlərin bağlanma üsuluna görə:

- ilkin və təkrar bazarlar;
- təşkilati və qeyri-təşkilati;
- ənənəvi və kompyuterləşdirilmiş;
- birja və qeyri-birja bazarları.

Mənzil bazarı aşağıdakılara bölünür:

- şəhər mənzil fondu, öz növbəsində aşağı keyfiyyətli mənzil, tipik mənzil, yaxşılaşdırılmış planlı evlər, elit evlər;
- şəhərkənarı mənzil bazarı.
- qeyri-yaşayış mənzil bazarı. Bu bazarlarda aparılan əməliyyatlar, obyektlər yüksək dəyərə malik olduğu üçün azdır.

Torpaq - istənilən daşınmaz əmlak obyektinin tərkib hissəsidir.

Daşınmaz əmlak bazarının xüsusiyyətləri:

- obyektlərin qiyməti yüksək olmayan qarşılıqlı obyektlə əvəz olunması;
- qiymətlərin mövsümi dəyişməsi;
- sazişlərin dövlət qeydiyyatından keçirilməsi;

- kapitalın daşınmaz əmlaka yatırılması.
- Daşınmaz əmlak bazarının subyektləri:
- alıcılar (fiziki və hüquqi şəxslər);
- investorlar;
- satıcılar (mülkiyyətçilər, yerli hakimiyyət, orqanlar);
- vasitəçilər;
- qiymətqoyma agentlikləri;
- rielter firmalar;
- hüquqi firmalar;
- reklam agentlikləri;
- daşınmaz əmlak birjaları;
- sığorta kompaniyaları;
- auksion firmalar;
- fond birjaları;
- çek investisiya fondları;
- müəssisələrin özəlləşdirilməsi üzrə komissiyalar;
- banklar;
- dövlət orqanları;
- inventarizasiya texniki büroları;
- mülkiyyətin idarə edilməsi komitələri;
- arbitraj məhkəməsi;
- notarial kontorlar;
- vergi yoxlamaları;
- torpaq resursları üzrə komitələr və s.

2. DAŞINMAZ ƏMLAK BAZARININ FUNKSIYALARI

Daşınmaz əmlak bazarının inkişafı birbaşa ölkənin siyasi-hüquqi və iqtisadi situasiyası ilə bağlıdır. Daşınmaz əmlak bazarı bir çox ümumi və xüsusi funksiyalar yerinə yetirərək insanların həyat və fəaliyyətinin bütün sahələrinə təsir edir.

Daşınmaz əmlak bazarının funksiyalarına aşağıdakılar aiddir:

-tarazlıq qiymətlərinin müəyyən edilməsi; bu zaman ödənilmiş tələb təklifin həcminə uyğundur;

-fəaliyyətin tənzimlənməsi, bunun köməyi ilə iqtisadi sferanın resursları bölünür, onun səmərəli quruluşu formalaşır və ictimai maraqlar təmin edilir;

-kommersiya funksiyası; kapitalın hərəkətinin təşkili və gəlirin əldə edilməsini təşkil edir;

-sağlamlaşdırma fəaliyyəti; iqtisadiyyatın zəif, rəqabət qabiliyyəti olmayan və az səmərəli elementlərdən təmizlənməsi;

-tənzimləndirici fəaliyyət; rəqabətin inkişafı və elmi-texniki nailiyyətdən istifadə, daha çox gəlir əldə etmək üçün idarəçilik yeniliklərinin yaradılması;

-sosial fəaliyyəti; əhəlinin fəallığını artırması ilə mənzil və digər daşınmaz əmlaka, obyektlərə malik olmaq cəhdləri.

Bazarın mühüm funksiyalarından biri olan ödəmə qabiliyyətli tələb - təklifin həcminə uyğun gələn şəraitdə qiymətlərin tarazlığını müəyyən edir. Əgər tarazlaşdırılmış qiymətdən aşağı olursa tələbat artır, tarazlaşdırılmış qiymətdən yüksək olursa - təklif artıq olur. Bazarın dolğunluğu haqda məlumatın həcmi, alıcıların üstünlük verməsi, tikintiyə çəkilən xərclər, mənzil tikintisi sahəsində dövlətin sosial və təsərrüfatçılıq siyasəti daşınmaz əmlakın qiymətində cəmləşir.

Daşınmaz əmlak bazasının kommersiya funksiyası daşınmaz əmlakın realizə dəyəri və istehlak dəyəri qoyulması, kapitaldan gəlirlər əldə etməkdən ibarətdir.

Daşınmaz əmlakın informasiya funksiyası öz maraqlarını nəzərə alaraq qərarlar qəbul edilməsi üçün alıcı və satıcıya kömək edən informasiyaların toplanması, ümumiləşdirilməsi, təhlilindən ibarətdir.

Vasitəçilik funksiyası ondan ibarətdir ki, bazar çoxsaylı alıcı və satıcıların görüşdüyü və onların arasında əlaqə yaradan alternativ tərəfdaşların seçilməsi üçün məkan və vasitəçi rolu oynayır.

Daşınmaz əmlak bazarının stimullaşdırılma funksiyası elmi-texniki nailiyyətdən səmərəli istifadə edərək daşınmaz əmlakın yaranmasına tətbiqi nəticəsində iqtisadi gəlirlərin artırılması formasında çıxış edir.

Daşınmaz əmlak bazarının investisiya funksiyası kapitalın dəyərinin saxlanması və artırılması xüsusiyyətidir.

Daşınmaz əmlak bazarının sosial funksiyası mənzil, torpaq sahəsi və digər prestijli obyektlərin sahibi olmağa can atması məqsədilə bütün əhəlinin əmək fəallığının artmasında, vətəndaşların əməyinin intensivliyinin yüksəldilməsində əks olunur. Daşınmaz əmlak bazarının tənzimləmə funksiyası, A.Smitin qeyd etdiyi kimi, “görünməz əl” resursları sahibkarlıq sferasında bölüşdürür və onun iştirakçılarını məqsədə doğru istiqamətləndirir.

Sağlamaşdırılma funksiyası - iqtisadiyyatı rəqabətə davamsız və zəif bazar iştirakçılarından təmizləməkdən ibarətdir. Bazar mexanizmi insanları axtarışa yönəldir, lakin onlara son maliyyə nəticələrinə görə qərar verməz.

Daşınmaz əmlak bazarının funksiyalarına çoxsaylı amillər: iqtisadi, sosial, inzibati, ətraf mühit amilləri təsir edir. (Cədvəl 2).

Daşınmaz əmlak bazarının strukturunun təhlili və təkmilləşdirilməsinə sistemli yanaşma göstərir ki, daşınmaz əmlak bazarının fəaliyyət proseslərinin sayı təcrübə ilə deyil, bazarın əsas proseslərinin iqtisadi bölmələrə ayrılması yolu ilə müəyyən edilir. Bazarın fəaliyyət proseslərinin bu cür bölgüsü əməliyyatların nisbətən az mürəkkəb proseslərə, tədricən “baza” proseslərinə bölünməsinə təmin edir.

Bunu cədvəl 3-dən aydın görmək mümkündür.

*Cədvəl 2.****Daşınmaz əmlak bazarının funksiyalarına təsir edən amillər***

İqtisadi amillər	Fiziki və hüquqi şəxslərin gəlirlərinin səviyyəsi və dinamikası, potensial alıcıların gəlirlərinin diferensiasiyası; sahibkarlıq fəaliyyətinin vəziyyəti; borc vasitələrinin cəlb edilməsi imkanları; daşınmaz əmlak bazarında qiymətlər; kommunal xidmətlərin tarifləri və qiymətlər; icarə ödənişlərinin səviyyəsi; vergi qoyma və s.
Sosial amillər	Əhali sayının miqdarının dəyişmə tendensiyası; əhalinin yaş tərkibi; mədəniyyət səviyyəsi; sosial status və s.
İnzibati amillər	Müxtəlif növ məhdudiyyətlər; nəzarət; daşınmaz əmlakın tikintisinə hüquqların alınma şərtləri; sazişlərin bağlanması hüquqi şərtləri (qeydiyyat müddəti və s.)
Ətraf mühit amilləri	Sosial infrastrukturların vəziyyəti; nəqliyyat şərtləri; ekologiya; daşınmaz əmlakın yerləşdiyi ərazi
Fiziki amillər	Daşınmaz əmlakın fiziki keyfiyyəti

Daşınmaz əmlak bazarında baş verən proseslər

Əsas proseslər	Mürəkkəb proseslər	Baza proseslər
1. Daşınmaz əmlakın yaranması	1.1. Daşınmaz əmlakın inkişaf sisteminin təşkili	1.1.1. Torpaqdan istifadə və şəhərsalmanı idarə edən dövlət və bələdiyyə orqanlarının quruluşu, fəaliyyəti, normativ təlimat bazasının təkmilləşdirilməsi. 1.1.2. Sahibkarlıq strukturlarının yaradılması və inkişafı. 1.1.3. Dövlət orqanları ilə kommersiya strukturlarının qarşılıqlı əlaqələrinin təkmilləşdirilməsi. 1.1.4. Daşınmaz əmlakın inkişafı üzrə əməliyyatların hüquqi müsaiyəti. 1.1.5. Daşınmaz əmlakın inkişafının informasiya təminatı. 1.1.6. Heyətin ixtisasının artırılması və təhlili.
	1.2. Ərazinin inkişafı	1.2.1. Ərazinin funksional abadlaşdırılması. 1.2.2. Torpaq kadastrının yaradılması və tətbiqi. 1.2.3. Şəhərsalmanın layihələşdirilməsi. 1.2.4. Ekoloji monitoring. 1.2.5. Mühəndis-geodeziya manitorinqi. 1.2.6. Sosial-demoqrafik monitoring. 1.2.7. Maliyyə təhlili, torpağın qiymətləndirilməsi və investisiya layihələri. 1.2.8. Ərazinin inkişafının maliyyələşdirilməsi.

		1.2.9. Ərazinin mühəndis-nəqliyyat infrastrukturalarının yaradılması. 1.2.10. Torpağa vergi qoyma və onun yaxşılaşdırılması.
	1.3. Daşınmaz əmlak obyektinin yaradılması	1.3.1. Obyektin təyinatı və yerləşdiyi yerin müəyyən edilməsi. 1.3.2. Tikinti-memarlıq sənədlərinin razılaşdırılması. 1.3.3. İnformasiya təminatı, marketing və reklam. 1.3.4. İnvestisiya maliyyə təhlili və qiymətləndirilməsi. 1.3.5. Tikintinin maliyyələşdirilməsi. 1.3.6. Resurs və texniki təminat. 1.3.7. Tikinti. 1.3.8. Tikinti vergi qoyma. 1.3.9. Tikilinin sığorta riski. 1.3.10. Daşınmaz əmlakın qeydiyyatı.
2. Daşınmaz əmlakın istifadəsi (istismarı)	2.1. İstismarın təşkili və daşınmaz əmlakın idarə edilməsi	2.1.1. Dövlət və bələdiyyə daşınmaz əmlakın idarəetmə orqanlarının yaradılması. 2.1.2. Obyektin inventarizasiyası, mülkiyyətin sərhədləri və hüququnun qeydiyyatı. 2.1.3. Daşınmaz obyektin idarəedici hüquqi və fiziki şəxsin yaradılması. 2.1.4. Obyektin idarə edilməsinin hüquqi müşayiəti. 2.1.5. Obyektin idarə edilməsinin informasiya təminatı. 2.1.6. Heyətin təlimi və ixtisaslaşdırılması.

	2.2.Obyektin idarə edilməsi	2.2.1. Daşınmaz obyektin maliyyə təhlili və qiymətləndirilməsi. 2.2.2. Obyektin istismarı və modernləşdirilməsinin maliyyələşdirilməsi. 2.2.3. Obyektin texniki istismarı. 2.2.4. Hökumət orqanları, mülkiyyətçilər, icarədarlar, idarə edicilərin qarşılıqlı əlaqələri qayda və normalarının qorunmasının təmini. 2.2.5. Obyektə vergi qoyma. 2.2.6. Obyektin sığortalanması.
3. Daşınmaz obyektin əmtəə dövriyyəsi	3.1. Daşınmaz əmlakın əmtəə dövriyyəsinin təşkilatı sistemi	3.1.1. Daşınmaz əmlakın icarəyə verilməsi, ödənişli və ödənişsiz özəlləşdirməyə görə məsuliyyət daşıyan dövlət orqanlarının fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi. 3.1.2. Rəqabət tenderləri, auksionlar sisteminin yaradılması 3.1.3. Məhkəmə arbitrajı və notariat sistemlərinin fəaliyyətinin təmin edilməsi. 3.1.4. Daşınmaz əmlakın ipoteka kredit dövriyyəsi sisteminin yaradılması. 3.1.5. Broker agentliklərinin yaradılması. 3.1.6. Dövlət orqanları və kommersiya strukturlarının qarşılıqlı əlaqələrinin təkmilləşdirilməsi. 3.1.7. Daşınmaz əmlak dövriyyəsinin hüquqi müşayiəti. 3.1.8. İnformasiya təminatı, marketing, reklam. 3.1.9. Heyətin təlimi və ixtisaslaşdırılması.

	3.2. Daşınmaz əmlak obyektlərinə mülkiyyət hüququnun verilməsi, sazişlər qeydiyyatı	3.2.1. Alqı-satqı. 3.2.2. İcarə. 3.2.3. Mübadilə. 3.2.4. Zəminlik. 3.2.5. Miras. 3.2.6. Ömürlük obyektə malik olmaq haqda müqavilə bağlamaq. 3.2.7. Məhkəmə qərarını yerinə yetirmək. 3.2.8. Veksel üzrə əldə etmə. 3.2.9. Tam təsərrüfat təminatına vermə. 3.2.10. Özəlləşdirmə. 3.2.11. Milliləşdirmə.
	3.3. Daşınmaz əmlakın əmtəə dövriyyəsinin maliyyələşdirilməsi	3.3.1. Obyektin dəyərinin qiymətləndirilməsi. 3.3.2. Sazişin birdəfəyə ödənməsi. 3.3.3. Hissə-hissə ödəmə. 3.3.4. Kreditlə alış. 3.3.5. İpoteka krediti ilə alış. 3.3.6. Vəsaitin toplanması. 3.3.7. Sazişin sığortalıması 3.3.8. Sazişin vergiləşməsi.
4. Bazarın idarə edilməsi	4.1. Bazarın tədqiqi	4.1.1. Qanunvericilik və normativ bazanın tədqiqi. 4.1.2. İqtisadiyyatın tədqiqi. 4.1.3. Metodik bazanın tədqiqi. 4.1.4. Daşınmaz əmlak bazasının informasiya əhatəsinin tədqiqi.
	4.2. Bazarın formalaşması və inkişafı	4.2.1. Qanunvericilik bazasının inkişafı. 4.2.2. Normativ bazanın inkişafı. 4.2.3. Metodik bazanın inkişafı. 4.2.4. İnfrastrukturun inkişafı.

		4.2.5.Bazarın informasiya təminatı sisteminin inkişafı. 4.2.6.Təhsil sisteminin və ixtisasartırma sisteminin inkişafı.
	4.3. Nəzarət və tənzimləmə	4.3.1. Lisenziyalasma və sertifikatlaşma. 4.3.2. Məhkəmə-arbitraj təcrübəsi. 4.3.3 . İnhisara nəzarət və rəqabətin təmin edilməsi.

3. DAŞINMAZ ƏMLAK BAZARININ SEQMENTLƏRİ

Daşınmaz əmlak bazarının seqmentləşdirilməsi - onun eyni tərkibli hissələrə bölünməsidir. Hər bir konkret bazar bir neçə parametrlərə görə seqmentləşdirilə bilər:

- funksional istifadəsinə görə - yaşayış, kommersiya, ictimai, istehsal və kənd təsərrüfatı təyinatlı daşınmaz əmlak bazarları var;

- coğrafi amillərə görə - hər rayonda ayrı-ayrı bazar fəaliyyət göstərə bilər. Şəhərin bir hissəsində başqa bazar şəraiti, digərində bir başqa şərait ola bilər (məsələn, tarixi mərkəzdə və yeni tikililər rayonunda, şəhərin ictimai mərkəzində və ya kənar yerlərdə);

- daşınmaz əmlakın dəyərinə görə - bahalı daşınmaz əmlak bazarı və nisbətən kütləvi daşınmaz əmlak bazarı olur;

- daşınmaz əmlakın keyfiyyətinə görə - yüksək sinfə malik, bahalı mebellərlə təchiz edilmiş ofislər bir küçədə yerləşən nisbətən ucuz təchiz olunan ofislərdən fərqli olaraq başqa bazar seqmentinə aid edilə bilərlər;

- investisiya motivasiyasına görə - bəzi investorlar pul axınları gətirməyən, minimum menecment tələb edən, lakin dəyərin artma potensialı olan mülkiyyətə maraq göstərir. Digərləri ardıcıl pul axını xarakterik obyektlərin əldə edilməsinə çalışır;

- mülkiyyətin hüququnun növünə görə - daşınmaz əmlak hü-

quqlarının müxtəlif növü üçün müxtəlif bazarlar mövcuddur; mülkiyyətin qeyri-məhdud hüququ, bir və ya bir neçə şəxsin torpagında məhdud istifadə hüququ, yeraltı sərvətlərə hüququ, icarə hüququ, təsərrüfat idarəetmə hüququ, operativ idarəetmə hüququ, ömürlük mülkiyyət hüququ və s. hüquq növləri üzrə.

Daşınmaz əmlak bazarı strukturuna görə bölünür:

- mənzil bazarı;
- kommersiya daşınmaz əmlak bazarı;
- torpaq bazarı.

Daşınmaz əmlak bazarı iki tərkibdən - ilkin və təkrar bazardan ibarətdir.

İlkin daşınmaz əmlak bazarında əmtəə (əmlak) ilk dəfə satışa çıxarılır. Bu halda əmlakın ilk əsas satıcısı kimi dövlət (regional, yerli hakimiyyət orqanları), o cümlədən tikinti kompaniyaları çıxış edir.

Təkrar bazarda əvvəl istismar edilmiş və hər hansı mülkiyyətçiyə mənsub - (fiziki və hüquqi şəxsə məlik olan) əmtəə satılır.

İlkin və təkrar daşınmaz əmlak bazarı qarşılıqlı əlaqəlidirlər. Hər hansı bir motivə görə (ekoloji vəziyyətin qənaətbəxş olmadığı, millətlərarası münafişələr zamanı) daşınmaz əmlakın təkrar bazarda təklifi artarsa, bu ilkin bazarda daşınmaz əmlakın qiymətinin aşağı düşməsinə səbəb olur.

Daşınmaz əmlak bazarında təklif ilkin və təkrar bazar nəzərə alınaraq digər bazarlardan fərqli olaraq mövcud daşınmaz əmlak fondu və yeni yaradılan obyektlərin hesabına mümkün olur.

İlkin və təkrar bazarın bir-birinə təsirinin uçotu yeni daşınmaz əmlak obyektlərinin yaradılması üzrə xərclərin aşağı salınmasına imkan yaradaraq, daşınmaz əmlak bazarının səmərəli inkişafını təmin edir.

Daşınmaz əmlak bazarının bəzi segmentlərinə: mənzil bazarı, qeyri-yaşayış əmlak bazarı, torpaq sahələri bazarı aiddir.

Mənzil bazarı öz növbəsində şəhər mənzil bazarı və şəhər-kənarı mənzil bazarlarına bölünür.

Şəhər mənzil fondu tikilinin xüsusiyyətinə görə bir neçə qrupa bölünür: aşağı keyfiyyətli mənzillər, standart mənzillər, planlaşdırılması yaxşılaşdırılmış evlər, elit mənzillər. Mənzillərin keyfiyyəti və onların yerləşdiyi yerlər, mənzillərə olan tələbatın və qiymətin dəyişməsinə təsir edən amillərdəndir.

Şəhərkənarı mənzillərə olan tələbat onların yerindən, şəhərə yaxınlığından, müasir kommunikasiya xətlərinin olmasından, istirahət zonalarına yaxınlığından, əmlakın qorunması və təhlükəsizliyi baxımından dəyişir.

Qeyri-yaşayış mənzil bazarı müəssisələrin özəlləşdirilməsi ilə əlaqədardır. Bu bazar mənzil bazarından çox kiçikdir. Bu bazar bir neçə segmentə bölünür: ofis, ticarət, anbar, istehsal.

Ofis binaları bazarında 3 əsas bölmə formalaşmışdır:

1) Dünya standartlarına uyğun tikilmiş inzibati binalar, prestijli ofislər;

2) Yaxşı təmir edilmiş və avadanlıqlarla təmin edilmiş bəzən keyfiyyətlə təmir edilən iri ölçülü mənzillərdə yerləşən ofislər;

3) Bələdiyyə və idarə qeyri-yaşayış fəndlərinin binalarında, dövlət müəssisələrində, kooperativ və şəxsi müəssisələrdə olan ofislər.

Ticarət binaları bazarı üçün əsas amil onların səmərəli fəaliyyətini təmin edən sərfəli yerlərdə yerləşməsidir ki, bu, bazarın əmtəə dövriyyəsinin həcmi müəyyən edir.

Anbar binaları bazarı inkişaf edən bazardır. Onların əsas xüsusiyyəti sabitlik, tələb- təklifin stabilliyi və qiymətidir.

Bazarda ixtisaslaşdırılmış anbarlar, yükləmə-boşaltma texnikası ilə təmin edilmiş, qızdırılan, etibarlı mühafizəsi olan otaqlar, zirzəmi və yarımzirzəmi otaqlar və s. təklif olunur. Əsasən gömrük anbarları seçilir.

İstehsal daşınmaz əmlak bazarı yeni yaranmış istehsal strukturları, istehsal sahələri üzrə təşkil edilir. İstehsal sahələrinin böyük hissəsi uzunmüddətli icarəyə verilir. İstehsal sahələrinə bir çox tələblər verilir, bunlara spesifik və texnoloji istehsal

prosesindən asılı olan, yanğından və ekoloji təhlükəsizliyə verilən tələblər aiddir.

Torpaq sahələri bazarı, əsasən bağ sahələrinin torpaqlarının satışını təşkil edir. Bu torpaqların qiyməti və onlara olan tələbat sahənin təyinatı (bağ evi, bağçılıq, kənd təsərrüfatı sahəsi), şəhərdən uzaqlığı, prestij yerdə, çaya, meşəyə yaxın olması ilə müəyyən edilir.

4. DAŞINMAZ ƏMLAK BAZARININ İNFRASTRUKTURLARI

Daşınmaz əmlak bazarının infrastrukturunu daşınmaz əmlakın faydalı xüsusiyyətlərinin yaradılması və istehlakına, onların bazar mühitində yerləşdirilməsinə təsir edən yardımçı, texnoloji, təşkilati, iqtisadi və digər proseslərdir. Daşınmaz əmlak bazarının infrastrukturunun formalaşdırılması institusional və qeyri-institusional bazar iştirakçılarının səyinin cəmi ilə təmin olunur. Bu zaman ayrı-ayrı təşkilat və şəxslər özlərinin peşə istiqamətinə söykənərək bazarın fəaliyyətinin müxtəlif aspektlərinə diqqət yetirirlər.

Bu fəaliyyətin iştirakçılarına hökumətin hüquqi və qanunverici orqanları, regional səviyyədə idarəedici təşkilatlar, nəzarət orqanlarının uyğun bölmələri, ictimai birləşmələr və s. aiddir.

Alt quruluş səviyyələri fərqlidir:

- iqtisadi - makro səviyyə (milli daşınmaz əmlak bazarının səviyyəsində);

- regional (müəyyən bir bölgənin daşınmaz əmlak bazarı);

- yerli (daşınmaz əmlak bazarının ayrı-ayrı sektoru);

- obyekt (ayrı bir mülk).

Daşınmaz əmlak bazarının infrastrukturunun formalaşdırılması prosesində dörd yanaşma müəyyən edilmişdir:

- mühəndislik və texnologiya (peşəkar şəxslər baxımından);

- əməliyyat (psixoloji-davranış);

- bazar və makro bazar (bazar iqtisadiyyatı nəzəriyyəsində mütəxəssislər baxımından baxılır);

-sosial (ictimai xadimlər baxımından).

Mühəndislik və texnoloji yanaşma nöqteyi-nəzərindən, daşınmaz əmlak bazarının infrastrukturunu müxtəlif istehlakçı kateqoriyaları arasında daşınmaz əmlak obyektləri haqqında etibarlı məlumatların yayılmasını təmin edən bir peşə fəaliyyət mexanizmidir. Onun əsas vəzifələri aşağıdakılardır:

1. Sistem mütəxəssisləri tərəfindən peşə praktiklərinin iştirakı ilə daşınmaz əmlak obyektlərinin təsviri üçün standartların hazırlanması və tətbiqi;

2. İnformasiya texnologiyaları sahəsində mütəxəssislərin iştirakı və informasiyanın açıqlığının təmin edilməsi ilə daşınmaz əmlak bazarının tədqiqatçıları tərəfindən daşınmaz əmlak bazarının yaradılması;

3. Daşınmaz əmlak bazarında daşınmaz əmlakın və peşə fəaliyyətinin standart tələblərinin formalaşdırılması və qanunvericiliyin konsolidasiyası; daşınmaz əmlak bazarında əməliyyatları tənzimləyən təlimatnamə və qeydiyyat sənədlərinin hazırlanması (özlə tənzimləyən ictimai birliklərin, mütəxəssislərin və ixtisaslaşmış tədqiqat təşkilatlarının təşəbbüsü ilə və nəzarətində olan daşınmaz əmlak bazarını tənzimləyən dövlət orqanları tərəfindən həyata keçirilir);

4. Əmlak bazarında fəaliyyət göstərən məlumat banklarının yaradılması və onların daşınmaz əmlak bazarında peşəkar iştirakçılar arasında replikasiya mexanizmləri (ictimai peşə birlikləri, kommersiya və qeyri-kommersiya tədqiqat təşkilatlarını reallaşdırmaq);

Əməliyyat anlayışı nöqteyi-nəzərindən, daşınmaz əmlak bazarının infrastrukturunu daşınmaz əmlak bazarının iştirakçılarının lazımi resurslara ən az bahalı giriş təmin edən bir sıra mexanizmlərdən ibarətdir. Onların əsas vəzifələri bunlardır:

1) formalaşmış və professional norma və standartların tətbiqi, daşınmaz əmlak bazarının iştirakçıları arasında münasibətlər, iştirakçıların söylərinin koordinasiyası, monitoring və bərpa in-

formasiya axtarışı, danışıqlar, qərar qəbul etmə, hüquqi konsolidasiya əməliyyatları, qanun pozanlar üçün sanksiyalar. Bu problemlər ictimai birliklər, peşə təhsili sisteminin təşkilinin agentlikləri, menecerlər, psixoloqlar, ixtisaslaşdırılmış rəhbərlər tərəfindən həll edilir;

2) daşınmaz əmlak bazarının iştirakçılarının hərəkətlərinin əlaqələndirilməsi, əmlak bazarında araşdırma və təhlil, nəzarət və tənzimləmə üçün daşınmaz əmlak bazarı infrastrukturunun yaradılması;

3) daşınmaz əmlak bazarının iştirakçılarının qarşılıqlı münasibətlərində peşəkar norma və standartların rəsmiləşdirilməsi və onları peşə mühitində təkrarlamaq;

4) psixoloji - davranış istiqaməti özündə aşağıdakıları birləşdirir: informasiya axtarışı mərhələsində əməliyyatların aparılması xərclərini minimuma endirib, bazar iştirakçılarının qarşılıqlı əlaqələrinin peşəkar norma və standartlarının yaradılması və tətbiqi, danışıqların aparılması, qərarların qəbul edilməsi, sazişlərin hüquqi möhkəmləndirilməsi, iştirakçıların motivasiyası, iştirakçıların söylərinin koordinasiyası, pozulmuş qaydalar və hüquqların bərpası və onlara nəzarət, qanun pozanlara sanksiyaların tətbiqi (agentliklərin rəhbərləri, menecerlər, psixoloqlar, ictimai birliklərin ixtisaslaşdırılmış bölmələri, peşəkar təlim sistemlərinin bölmə və təşkilatları).

Metodoloji yanaşma daşınmaz əmlak bazarının infrastrukturunun iqtisadi sistem kimi faydalı xüsusiyyətlərin yaradılması və istifadəsi proseslərinin fəaliyyətinin əsas bazar prinsiplərini dəstəkləyən bir mexanizmlər qrupu kimi nəzərə alır və ona verilən vəzifələrin səmərəli həllini təmin edir. Əsas vəzifələr aşağıdakılardır:

1) daşınmaz əmlak bazarının fəaliyyətinin monitorinqi və araşdırılması sisteminin yaradılması, bazarın islahat və inkişaf istiqamətləri, yolları və vasitələrini müəyyənləşdirmək (peşə praktiklərinin iştirakı ilə özünü tənzimləyən ictimai birliklərin tədqiqat vahidləri, habelə daşınmaz əmlak bazarının kommer-

siya tədqiqat təşkilatları);

2) daşınmaz əmlak bazarının inkişafı üçün ixtisaslaşmış dövlət özünü tənzimləyən dövlət və kommersiya qurumlarının yaradılması: (məqsədləri daşınmaz əmlak bazarının inkişafına yönəldilmiş dövlət qurumlarının və qurumların səylərinin əlaqələndirilməsi üçün bir orqan; daşınmaz əmlak bazarının islahatını, tənzimlənməsini və monitorinqini, habelə daşınmaz əmlak bazarının sahibini qanunsuz hərəkətlərdən qorumaq məqsədi ilə dövlət orqanlarının və yerli özünüidarənin xüsusi struktur bölmələri; daşınmaz əmlak bazarının özünü tənzimləyən ictimai təşkilatları, peşə və istehlakçı ittifaqları; daşınmaz əmlak bazarının təhsil müəssisələri və informasiya mərkəzləri; qeyri-kommersiya və kommersiya təşkilatları, daşınmaz əmlak bazarının fərdi seqmentlərini islah edən tədqiqatçılar və təşəbbüskarlar.

Sosial yanaşma nöqtəyi-nəzərindən, daşınmaz əmlak bazarının infrastrukturunu daşınmaz əmlakın faydalı xüsusiyyətlərinin yaradılması və istehlakında sosial problemlərin effektiv həlli üçün bir sıra mexanizmlərdən ibarətdir. Onların əsas vəzifələri aşağıdakılardır:

1) daşınmaz əmlak bazarının qanunvericilik və normativ bazasının inkişaf etdirilməsi;

2) daşınmaz əmlak bazarının bütün iştirakçıları tərəfindən hüquqi və etik standartlara riayət olunmasına, onların hüquq və maraqlarının qorunmasına ictimai nəzarət sisteminin yaradılması.

Daşınmaz əmlak bazarının infrastrukturunun formalaşdırılmasına yalnız vahid yanaşma onun fəaliyyətinin proseslərini sinxronizasiya edə və onların yüksək effektivliyini təmin edə bilər. Kompleks yanaşma daşınmaz əmlak bazarının infrastrukturunun mühəndis, əməliyyat, bazar və sosial komponentlərinin birləşdirilmiş, vahid bazarda yerləşdiyi sistemlərin elementləri hesab olunur.

MÖVZU 7

ƏMƏK BAZARININ İNFRASTRUKTURU

1. Əmək bazarının mahiyyəti və təsnifatı
2. Əmək bazarının infrastrukturunun funksiyaları, elementləri və subyektləri
3. Əmək bazarı infrastrukturlarına təsir edən amillər
4. Əmək bazarının təkmilləşdirilməsi istiqamətləri

1. ƏMƏK BAZARININ MAHİYYƏTİ VƏ TƏSNİFATI

Əmək bazarı dedikdə, əmtəə, iş və xidmətlər istehsalı şəraitində əmək resurslarının, yaxud işçi qüvvəsinin əmək potensialının təkrar istehsalı ilə əlaqədar formalaşan və fərdi əmək qabiliyyətinin mübadiləsini xarakterizə edən iqtisadi münasibətlər sistemi başa düşülür. Deməli, əmək bazarı işçi qüvvəsinin əmək resurslarının və əməyin deyil, iş qabiliyyəti və qüvvəsinin alqı-satqısını özündə əks etdirir.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 29 dekabr 2012-ci il tarixli Fərmanı ilə “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyasında mühüm əhəmiyyət kəsb edən istiqamətlərdən biri “İnsan kapitalının inkişafı və səmərəli sosial müdafiə sisteminin qurulması” istiqamətidir.

Sosial-iqtisadi inkişaf strategiyasının prioritetlərindən biri, qeyri-neft sektorunun iqtisadiyyatda çəkisinin sürətlə artması, sahibkarlığın inkişafının dəstəklənməsi, o cümlədən kiçik və orta sahibkarlığın inkişafının təmin edilməsi yönündə həyata keçirilən mühüm tədbirlər əmək bazarında müsbət meyillərin də sürətlənməsini stimullaşdırır.

İnsana kapital qoyuluşu, yəni onun mütəxəssis kimi hazırlanmasına qoyulan investisiyalar dünya təcrübəsində ən çox gəlir gətirən investisiya sahəsi kimi dəyərləndirilir. İxtisaslı və peşəkar kadrlar hər hansı müəssisə və ya təşkilatın dəyərli resursla-

rından biri sayılır.

Əmək bazarının mahiyyəti iş verənlə muzzdlu işçinin alqı-satqı sövdələşməsi, onların mənafeələrinin bir-birilə razılaşıdırılması mexanizmlər məkanı və sistemidir. Başqa əmtəə sferalarında olduğu kimi burada da tələb və təklif qanunu hökm sürür. Əmək bazarı isə öz növbəsində işçi qüvvəsinin bölüşdürülməsi və yenidən bölüşdürülməsi funksiyasını icra edir. Əmək bazarının mexanizmləri olan işçi qüvvəsinə tələb, işçi qüvvəsinin təklifi, işçi qüvvəsinin dəyəri və qiyməti, rəqabət, habelə işçi qüvvəsi ehtiyatı (rezervi), onların arasındakı əlaqə sıxlığı və nisbət konkret şəraitdən asılıdır.

Əmək bazarı dedikdə, əmtəə, iş və xidmətlər istehsalı şəraitində əmək resurslarının, yaxud işçi qüvvəsinin əmək potensialının təkrar istehsalı ilə əlaqədar formalaşan və fərdi əmək qabiliyyətinin mübadiləsini xarakterizə edən iqtisadi münasibətlər sistemi başa düşülür. Deməli, əmək bazarı işçi qüvvəsinin-əmək resurslarının və əməyin deyil, iş qabiliyyəti və qüvvəsinin alqı-satqısını özündə əks etdirir. Əmək bazarının fəaliyyəti və bu bazar növündə dəyişikliklər digər bazar növlərində olduğu kimi iqtisadi qanunların, o cümlədən tələb və təklif qanununun təsiri altında baş verir. Əmək bazarında qiymətlərin formalaşması da məhz tələb və təklif qanununun tələblərinə tabe olur. Yəni bazarda iş qüvvəsinə tələb çox olduqda qiymətlər yüksək, az olduqda aşağı olur. Eyni zamanda təklif artdıqda qiymətlərin səviyyəsində ucuzlaşma müşahidə olunur və əksinə. Tələb və təklifin təsiri və iş qüvvəsinin məhsuldarlığının nəzərə alınması şərti ilə əmək bazarında alqı-satqı tərəfləri arasında tarazlıq qiyməti formalaşır. Tarazlıq qiymətinə həmçinin əməyə tələbatı olanların təklif etdiyi əmək haqqının səviyyəsi təsir göstərir.

Əmək bazarının tərkibi aşağıdakı şəkil 11-də aydın görünür.



Şəkil 11. Əmək bazasının tərkibi.

Əmək bazarında qiymətlərin səviyyəsi bir sıra amillərin təsiri nəticəsində dəyişir:

- təklif olunan əmək haqqının səviyyəsi;
- işçi qüvvəsinin təklif olunan əmək haqqı səviyyəsi ilə minimum istehlak tələbatı arasındakı nisbət;
- əmtəə bazarında qiymətlərin səviyyəsi;
- tələb və təklif və s.

Tələb və təklifin formalaşmasına aşağıdakı amillər təsir edir:

1. Tələb amilləri:

- regionların və ölkənin tələbatı və tələbatdan asılı olaraq iş yerlərinin mövcudluğu;
- istehsalın genişləndirilməsi imkanları;
- investisiya potensialı;
- bütövlükdə iqtisadiyyatın inkişaf səviyyəsi və s.

2. Təklif amilləri:

- regionların və ölkənin əmək qabiliyyətli əhəlisinin sayı;
- əmək qabiliyyətli əhəlinin təkrar istehsalı;
- əhəlinin iş qabiliyyəti, peşə və ixtisası;
- əhəlinin pul gəlirlərinin səviyyəsi;
- sosial-iqtisadi şərait;
- ölkənin iqtisadi inkişaf səviyyəsi və s.

Bütövlükdə əmək bazarının fəaliyyəti və onun mövcud vəziyyəti göstəricilər sistemi vasitəsilə xarakterizə olunur.

1. İş qüvvəsinin təklif göstəriciləri:

- əhəlinin sayı;
- əmək resursları;
- iqtisadi fəal əhəli.

2. İş qüvvəsinə tələb göstəriciləri:

- iş yerlərinin sayı;
- istehsal həcmi;
- müəssisələrin gəlirləri.

3. Məşğulluq və işsizlik göstəriciləri:

- məşğul əhəlinin sayı;
- işsizlərin sayı;
- işsizlik səviyyəsi.

Əmək bazarının göstəricilər sisteminə həmçinin onun struktur və tarazlıq, iş qüvvəsinin təkrar istehsalı, əmək bazarının infrastruktur və səmərəlilik göstəriciləri də daxildir.

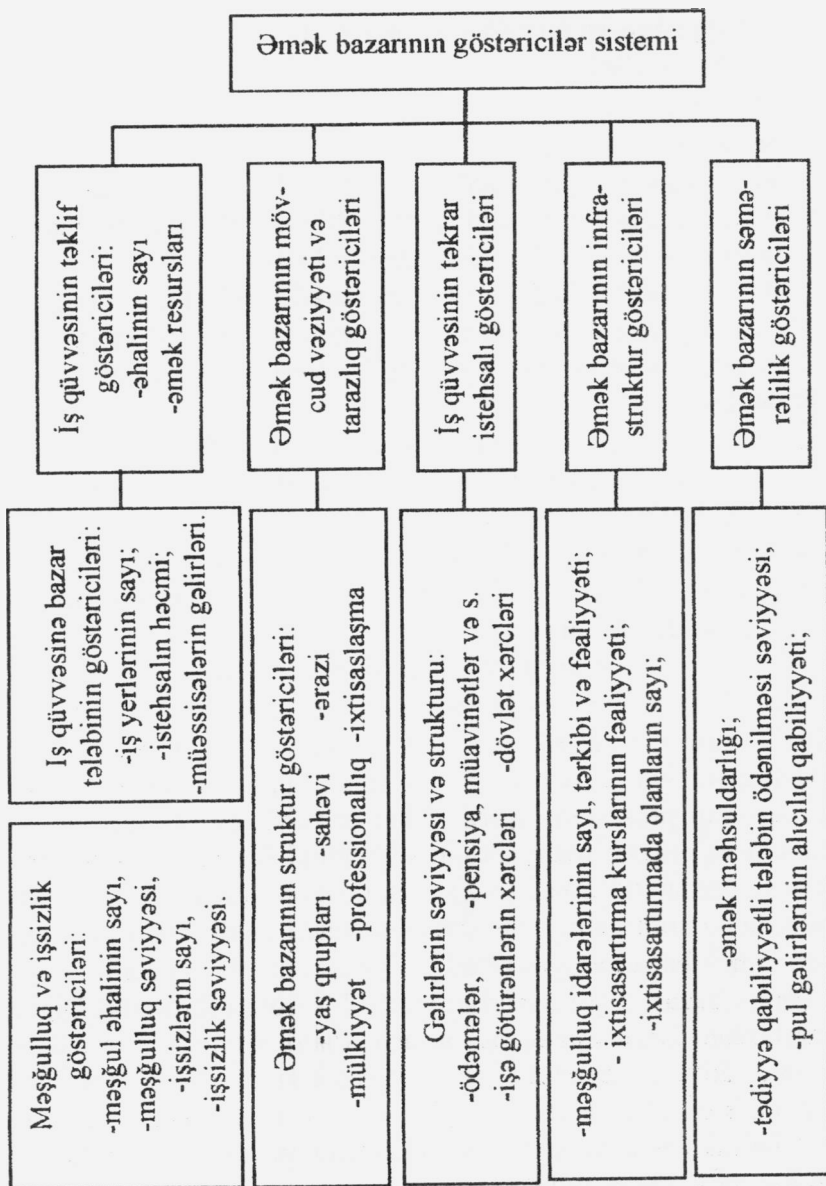
Əmək bazarının fəaliyyətinin səmərəliliyinin təmin olunmasında onun göstəricilər sisteminin nəzərə alınması və tədqiqi ilə yanaşı seqmentlərinin fəaliyyətinin öyrənilməsi də mühüm əhəmiyyət daşıyır.

Əmək bazarı aşağıdakı seqmentlərdən ibarətdir:

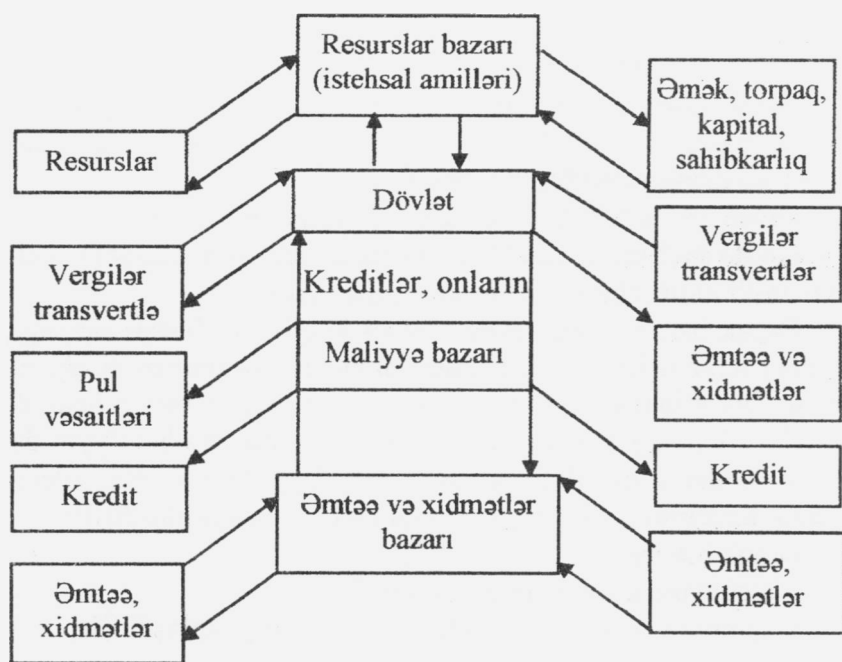
- birinci seqment yüksək əmək haqqı səviyyəsinə və iş şəraitinə malik işçilərdən ibarətdir;
- ikinci seqmentdə fəaliyyət göstərənlər daimi və cəlb edilmiş işçilərdən ibarət olsa da adətən burada iş yerlərinin azaldılması müşahidə olunur;
- üçüncü seqment bir növ işsizlərdən ibarətdir.

Əmək bazarının hər bir seqmentinin fəaliyyətində işçilərin təhsili, ixtisası, etnik xüsusiyyətləri, cinsi və yaş qrupları xüsusi rol oynayır. Eyni zamanda rəqabət mühitinin yaradılması, bazar da alqı-satqı prosesində iştirak edən çoxsaylı subyektlərin mövcudluğu və onların fəaliyyətinin sərbəstliyi (bazara sərbəst daxil olma və çıxma imkanları və s.) və s. də əmək bazarının fəaliyyətində, onun səmərəliliyinin yüksəlməsində ciddi əhəmiyyət daşıyır. Əmək bazarının göstəricilər sistemi şəkil 12-də verilir.

Əmək bazarı digər bazarlardan ciddi surətdə fərqlənir. Digər bazarlardan fərqli olaraq bu bazarın fəaliyyətinə və formalaşmasına dövlət, müxtəlif ictimai təşkilatlar, həmkarlar ittifaqı və s. təsir göstərir. Hətta işçi qüvvəsi bəzi situasiyalarda bu bazarın iştirakçısına çevrilir. Əmək bazarına təsir edən bazarlar və sahələr şəkil 13-də aydın görünür.



Şəkil 12. Əmək bazarının göstəricilər sistemi.



Şəkil 13. Əmək bazarının formalaşmasına təsir edən bazarlar və sahələr.

Əmək bazarının vəziyyəti müxtəlif faktorların təsirinə məruz qalır. Bu faktorlar pul (əmək haqqının ölçüsü), qeyri-pul (işin mürəkkəblilik dərəcəsi, əmək şəraiti, sağlamlığa ziyanın olmaması, özünürealizə və təkmilləşdirmə qaranlığı) ola bilər. Həmçinin əmək bazarına işçi qüvvəsi olan əhəlinin sayı, miqrasiya axını, demografik amillər də böyük təsir edə bilər.

Əmək bazarı digər bazarlar sistemində aparıcı möqeyə malikdir. Əmək bazarı olmadan nə mikro (firmadaxili) və nə də makroiqtisadi, makromiqyaslı problemləri həll etmək olar. Nəinki birbaşa əmək bazarı ilə bağlı olan məsələlər, habelə inflyasiya, alıcılıq qabiliyyəti, gəlirlər, yığım və s. kimi makro və

mikro problemlər istər-istəməz əmək bazarı baxımından araşdırılır və həll edilir.

Əmək bazarında iş qüvvəsi bu bazarın obyektini təşkil edir, əmək bazarının subyektləri isə işə qəbul edənlər, işsizlər, sərbəst işə düzələn işçilərdən ibarətdir.

Əmək bazarında məhsul yox, əmək qabiliyyəti alınır, satılır. Bəlkə də satılmır, kontrakt qaydasında müəyyən müddətə istehsal amili kimi sahibkarın sərəncamına verilir.

Əmək bazarı - hər şeydən əvvəl iş qüvvəsi bazarı olmaqla, ondan ictimai istehsalda istifadə olunması mexanizmini əks etdirir. Digər bazar növlərində olduğu kimi, əmək bazarı üçün də tələb, təklif, qiymət, rəqabət elementləri xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Onların qarşılıqlı əlaqə və fəaliyyətindən asılı olaraq əmək haqqının səviyyəsi, minimal həddi müəyyənləşdirilir.

Əmək bazarında:

- iş qüvvəsi dəyəri qiymətləndirilir;
- işçinin muzzla tutulmasının şərtləri müəyyənləşdirilir;
- əmək haqqının kəmiyyəti təyin edilir;
- əmək şəraiti göstərilir;
- təhsil almaq, peşə ixtisasını artırmaq imkanı genişlənir;
- məşğulluğun təmini əks olunur.

Əmək bazarı, həmçinin məşğulluğun dinamikasında baş verən meyilləri əks etdirir. Xüsusən məşğulluğun sahə, peşə-ixtisas və demoqrafik strukturunda baş verən dəyişiklikləri, iş qüvvəsinin mobilliyində, işsizliyin dinamikası və miqyasındakı meyilləri əks etdirir.

Bundan əlavə, əmək bazarında mikrosəviyyədə kadrlarla işləmə, əmək motivasiyası, əmək münasibətlərinin formalaşması prosesi gedir ki, bu da əmək resurslarından istifadədə, onların milli iqtisadiyyatın inkişafındakı rolunda əks olunur. Əmək bazarı infrastrukturunu əmək bazarının fəaliyyətini təşkil və təmin edən, işçi qüvvəsinin hərəkəti problemləri ilə məşğul olan institutlar, idarə və təşkilatlar sistemidir. Bu sistemə dövlət idarələ-

ri, əmək birjaları, məşğulluğa kömək edən qeyri-dövlət təşkilatları, müəssisənin kadr şöbələri, fondlar və s. aiddir.

Əmək bazarı funksiyalarının normal yerinə yetirilməsi üçün bu sistemlər, yəni bazar elementləri bir-biri ilə sıx əlaqəli fəaliyyət göstərməlidirlər. Əmək bazarının funksiyaları aşağıdakılardır:

- işçi qüvvəsinin satıcı və alıcılarının görüşdürülməsinin təşkili;

- bazarda qarşılıqlı təsirdə olan iştirakçıların arasında rəqabət mühitinin yaradılması;

- əmək haqqı paylarının tarazlığının müəyyən edilməsi;

- əhalinin məşğulluq məsələlərinin həllinə kömək etmək;

- işsizlərə sosial dəstək olmaq.

Azərbaycan Respublikasında son illərdə həyata keçirilən sosial siyasətin əsas istiqamətlərindən biri də məşğulluğa dair siyasətin həyata keçirilməsi və işçi qüvvəsindən səmərəli istifadə edilməsidir.

Əmək bazarının təsnifatı bir çox əlamətlərə görə aparılır. Bunu aşağıda görə bilərik:

- ərəzi yanaşma pozisiyasına görə - yerli, regional milli, ümummilli bazarlar;

- sosial yanaşmaya görə - işçi kadrlar, mütəxəssislər, menecerlər;

- ixtisas yönümünə görə - iqtisadçılar, həkimlərin əmək bazarı və s.

- ictimai istehsalat baxımından yanaşdıqda:

- xalq təsərrüfatı (milli) - sahə bazarlarını əhatə edir;

- firmadaxili əmək bazarı;

- rəqabət şərtlərindən asılı olaraq qeyri-məhdud rəqabət, məhdud rəqabət əmək bazarları;

- əmək bazarının subyektlərinin nisbətinə görə;

- işçi qüvvəsinin tələb və təklifinin nisbətinə görə (işçi qüvvəsinin artıq və ya məhdud olması);

- fəaliyyət xarakterinə görə - firmadaxili, dövriyyə edən, potensial bazarlar.

Əmək bazarının segmentləşdirilməsi - işçi qüvvəsinin mobilliyini müəyyən edən yerlərdə, qapalı sektorlarda işçilərin və iş yerlərinin bölgüsüdür. Əmək bazarının segmentasiyasının əsas üç əlamətini qeyd edirlər:

Segmentasiyanın birinci əlaməti - işçi qüvvəsinin alqı - satqı üzrə bazar münasibətlərinin həyata keçirildiyi yerinə görə əmək bazarının xarakterizə edilməsidir. Əmək bazarı bu əlamətə görə aşağıdakı kimi bölünür:

- xarici əmək bazarı - ölkə, region, firmadan kənarda satıcı və alıcı arasında olan münasibətləri əhatə edir;

- daxili əmək bazarı - müəssisə daxilində kadrların hərəkəti və əmək münasibətlərini əks etdirir.

Segmentasiyanın ikinci əlaməti - əmək bazarının məşğulluğun sabitliyi və əmək haqqının ölçüsünə görə müəyyən edilməsidir. Bu əlamətə görə əmək bazarı ilk və təkrar bazara bölünür.

İlkin əmək bazarı - aşağıdakı xüsusiyyətlərə malikdir:

- məşğulluğun sabitliyi;

- yüksək əmək haqqı;

- karyer üzrə inkişaf imkanı;

- yüksək ixtisaslı kadrlar tələb edən inkişaf etmiş texnologiyalardan istifadə;

- güclü həmkarların çoxluğu.

Təkrar əmək bazarı - ilkin bazardan fərqli olaraq aşağıdakı xüsusiyyətlərə malikdir:

- kadr axınının çox olması;

- əmək haqqının az olması;

- karyer üzrə inkişafın az imkanının olması;

- həmkarların olmaması və ya zəif olması.

Əmək bazarının segmentasiyasının üçüncü əlaməti - işçi qüvvəsinin fəaliyyəti və onun uçotu ilə əlaqələndirilir. Bu əlamətə görə əmək bazarı açıq (leqal) və gizli bazara bölünür.

Əmək bazarının məkan, peşə və sosial baxımdan aşağıdakı formaları vardır və bu bazarlarda özünəməxsus muzzdlu əmək sövdələşməsi həyata keçirilir: milli əmək bazarı; beynəlxalq əmək bazarı; şəhər əmək bazarı; kənd əmək bazarı; lokal əmək bazarı; yerli, bölgə əmək bazarı; sosial qruplar üzrə əmək bazarı; sahə mənsubiyyətli peşələr üzrə əmək bazarı; fəhlə kadrları bazarı; mütəxəssis kadrlar bazarı; qadın əmək bazarı; gənclər əmək bazarı; uşaq əmək bazarı; mütəşəkkil və qeyri-mütəşəkkil əmək bazarı; pensiyaçıların faktiki əmək bazarı.

2. ƏMƏK BAZARININ İNFRASTRUKTURUNUN FUNKSIYALARI, ELEMENTLƏRİ VƏ SUBYEKTLƏRİ

Azərbaycan Respublikasının bazar iqtisadiyyatına keçidi işçi qüvvəsini əmtəəyə çevirərək spesifik əmək bazarının formalaşmasına gətirib çıxardı. Əmək bazarının tənzimlənməsinin xarakterik xüsusiyyəti onun infrastrukturunun inkişafından ibarətdir. Əmək bazarı infrastrukturunu onun normal fəaliyyətini təmin edən dövlət və kommersiya müəssisə, idarə və təşkilatlarının cəmi kimi xarakterizə edilir. Əmək bazarı infrastrukturlarına məşğulluğu təmin edən dövlət və qeyri-dövlət strukturları, müəssisə və firmaların kadr xidməti, ictimai təşkilatlar, normativ-hüquqi və maliyyə mühiti yaradan idarələr, işçi qüvvəsinə tələb və təklif arasındakı səmərəli əlaqə yaradan təşkilatları aid etmək olar.

Əmək bazarı infrastrukturları bazarın fəaliyyətinin normal qurulmasına təsir göstərən xarici və daxili amillərdən asılıdır. Bu amillərdən başqa sosial-iqtisadi və siyasi mühit amilləri də əmək bazarına təsir edir. Məhz bu amillər bazarın formalaşması və fəaliyyətinin düzgün qurulmasına müsbət və mənfi təsir göstərir.

Əmək bazarının infrastrukturunu bazarın inkişafını formalaşdıran, tənzimləyən, onun fəaliyyətinə səmərəli şərait yaradan müxtəlif təşkilati forma və metodlardan ibarətdir. Son illər

əmək bazarının təhlili diqqət mərkəzindədir. Bir çox iqtisadçı alimlər bu bazarı təhlil edir və araşdırır. Belə ki, Q.Y.Kipermanın redaktəsi ilə yazılmış iqtisadi lüğətdə əmək bazarının infrastrukturuna aşağıdakı kimi müəyyən edilir: “Əmək bazarının infrastrukturuna bazarın normal fəaliyyətini təmin edən dövlət və kommersiya müəssisə və xidmət sahələri, təşkilat və idarələrin cəmidir.”

N.A.Volgin və Y.Q.Odeqovanın fikrinə görə isə əmək bazarının infrastrukturuna müasir sivil əmək bazarının mühüm komponenti olaraq özündə “məşğulluq, kadrların hazırlanması və ixtisas artırılması, əmək qabiliyyətli əhəlinin peşə seçiminin təşkilinə kömək edən institutların cəmidir. Onlara məşğulluq fondları, əmək birjalrı, məşğulluq mərkəzləri, işçi qüvvəsinin hazırlanması və təkmilləşdirilməsi mərkəzləri daxildir.”

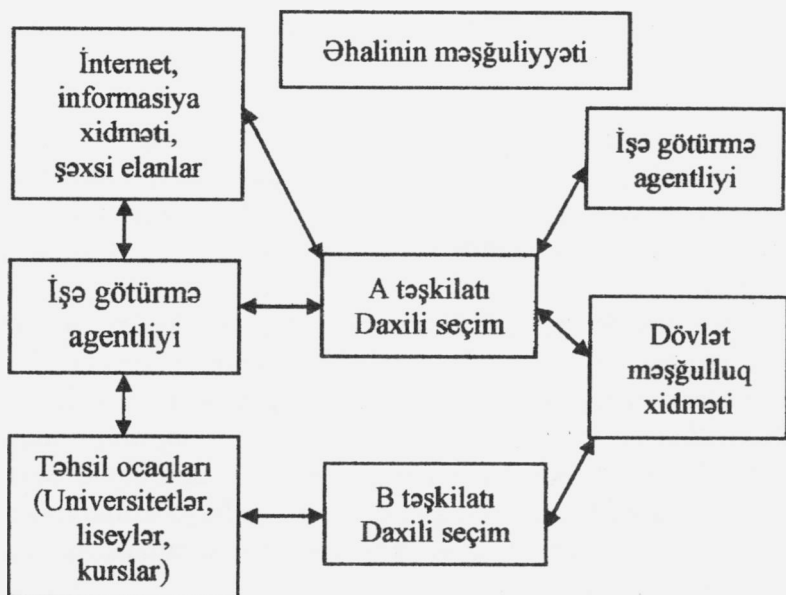
Əmək bazarının infrastrukturuna bazarın əsas tərkib hissəsi olan məşğulluğa kömək edən dövlət və qeyri-dövlət strukturları, müəssisə və firmaların kadr xidməti, ictimai təşkilatlar, əmək bazarının normal fəaliyyətinin təmin edilməsi üçün normativ-hüquqi və maliyyə mühiti, işçi qüvvəsinə olan tələb və təklifin səmərəli əlaqəsini təşkil edir.

Dövlət məşğulluq xidməti - əmək bazarının infrastrukturunun mühüm elementidir. Dövlət məşğulluq xidmətinin aşağıdakı ixtisaslaşma səviyyələri mövcuddur:

- dövlət;
- regional;
- yerli.

Əhəlinin məşğulluq xidməti aşağıdakı infrastruktur bölmələrinin köməyi ilə tənzimlənir. (Şəkil 14).

Məşğulluq mərkəzləri şəhər və regionlar səviyyəsində mövcuddur. Bu mərkəzlər icbari pensiya sığortasına ödənilən sığortada haqları hesabına, həmçinin subsidiyaların və subvensiyaların müxtəlif səviyyəli büdcələri və könüllü olaraq təşkilat və fiziki şəxslərin haqları əsasında formalaşır.



Şəkil 14. Əhalinin məşğulluq xidmətini tənzimləyən infrastruktur bölmələr.

Ümumiyyətlə, əmək bazarının əsas sosial-iqtisadi funksiyası məşğulluğun səmərəliliyinin təmin edilməsidir. Məşğulluğun səmərəsi dedikdə - tam və rəşional məşğulluq başa düşülür.

Rəşional məşğulluq iqtisadiyyatın dinamik inkişafı üçün şərait yaratmaq və beynəlxalq əmək bölgəsində səmərəli iştirakını təmin etməkdir.

Əhalinin səmərəli və rəşional məşğulluğunu təmin etmək üçün infrastruktur lar aşağıdakı funksiyaları həyata keçirirlər:

- əhalinin məşğulluğunun professional oriyentasiyasına kömək etmək;
- əmək bazarına daxil olan işçilərin sosial müdafiəsini təmin etmək;
- peşə hazırlığı və təkmilləşdirilməsinin həyata keçirilməsi;

- işə götürənlər və iş verənlər arasında əlaqələrin yaradılması;
- əmək bazarında məşğulluq siyasəti fəaliyyəti ilə əlaqədar müxtəlif təşkilatların koordinasiyasının təşkili.

Beləliklə, infrastruktur əmək bazarının tərkib hissəsi olaraq özündə məşğulluq təşkil edən dövlət və qeyri-dövlət strukturları, müəssisə və firmaların kadr xidmətləri, ictimai təşkilatlar, normativ-hüquqi və maliyyə mühitini təmin edən təşkilatları birləşdirir.

Müasir dövrdə əmək bazarı infrastrukturları dövlət və qeyri-dövlət strukturlarına bölünür. İqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsi göstərdi ki, məşğulluq probleminin həlli dövlətin dəstəyi olmadan mümkün deyildir. Məsələn, məşğulluğun idarə edilməsinin Skandinav modeli iqtisadiyyatın dövlət sektorunda yeni iş yerlərinin açılışını dövlətin maliyyə köməyinə arxalanaraq təklif edir. Maliyyə imkanlarının olmaması bu halda işsizliyin artmasına gətirib çıxara bilər.

Əhalinin əmək və məşğulluq üzrə dövlət xidmət strukturları aşağıdakı məsələləri araşdırmalıdır:

- iş yerlərinə olan tələb və təklifin proqnozlaşdırılması, təhlili;

- əmək bazarının vəziyyəti haqqında məlumat vermək; işlə təmin edilməsi üçün müraciət edən vətəndaşlara iş seçməkdə, iş verənlərə lazımi işçilərin yığılmasında kömək etmək;

- məşğulluq xidməti mərkəzləri və ya digər təhsil müəssisələrində vətəndaşların peşə hazırlığında, təkmilləşdirilməsində və ixtisaslarının artırılmasında kömək etmək üçün müvafiq kurslar açmaq;

- işsizlərin qeydiyyatını təmin etmək və öz imkanları daxilində kömək etmək;

- respublika və regionlar üzrə məşğulluq proqramları hazırlamaq, o cümlədən müxtəlif vətəndaş qruplarına sosial müdafiəni təmin edən tədbirlərin keçirilməsi və maliyyə təminini təşkil etmək;

- dövlətlərarası razılaşma və lisenziyaya əsasən respublikaya cəlb olunan xarici işçilərin əməyindən istifadə haqqında təkliflər hazırlamaq;

- yeni ixtisaslara yiyələnmək üçün kadrların hazırlanması, yenidən təkmilləşdirilməsinin dəyərini ödəmək;

- işsizlik üzrə təminatlara əlavələrin müəyyən edilməsi.

Əmək bazarında mövcud olan rəqabət burada dövlət strukturları ilə yanaşı qeyri-dövlət strukturlarının da rolunu artırmış olur. Onlar da öz fəaliyyətlərində bəzi istiqamətləri müəyyənləşdirirlər.

Qeyri-dövlət məşğulluq xidməti öz növbəsində bir çox əlamətlərinə görə təsnifləşir.

1. Əmək vasitəçiliyi növünə görə aşağıdakı kimi bölünür:

- gəlir əldə etmək məqsədi olan kommersiya məşğulluq xidməti;

- kommersiya məqsədi güdməyən, qeyri-kommersiya məşğulluq xidməti.

2. Funksiyasına görə:

- heyətin seçilməsinə görə agentliklər;

- vətəndaşların işlə təmin edilməsi üzrə agentliklər, kadr agentlikləri, əmək birjaları.

Dövlət səviyyəsində əhalinin məşğulluq problemləri ilə əmək birjaları məşğul olur.

Əmək birjası - işçi və sahibkar arasında işçi qüvvəsinin alqı-satqı əməliyyatlarında vasitəçilik edən müəssisələrdir.

Bazarın strukturu olan əmək birjası aşağıdakı funksiyaları yerinə yetirir:

- əmək bazarı haqda, onun vəziyyəti və perspektivləri haqda informasiya toplayır və təhlil edir;

- əhalinin işlə təmini, karyerin dəyişdirilməsi və yenidən hazırlığını təmin etmək;

- ərəzi və peşəkar mobilizasiyaya kömək etmək;

- məşğulluq proqramlarının hazırlanması və realizasiyasında

iştirak etmək - məşğulluq üzrə beynəlxalq problemlərin həllində iştirak etmək;

- əmək qanunvericiliyində uyğunluğa riayət etmək;

- işsizlərin uçota alınması və onlara kömək göstərilməsi, əhəlinin sosial müdafiəsi, yerli orqanlara ictimai işlərdə kömək etmək.

Əmək birjası - işçi qüvvəsinin işə götürülməsinin vasitəçisi kimi əmək bazarının ən çox inkişaf etmiş təşkilat formasıdır. Əmək birjaları həm iş axtaranlara, həm işə götürənlərə, həm də işsizlərə xidmət göstərir. İş verənlər əmək birjalarından, azad işçi qüvvəsi, onun miqdarı, keyfiyyəti, peşəkar tərkibi, iş axtaran, işsizlər və ya iş yerlərini dəyişmək istəyənlər - boş iş yerləri haqqında, onun yeri, əmək haqqının səviyyəsi haqqında məlumat verir.

Əmək bazarında fəaliyyət göstərən qeyri-dövlət məşğulluq xidməti müəyyən sahə üzrə müəssisənin heyətinin yığılması və vətəndaşların iş yerləri ilə təmin olunması üzrə professional məsləhətlər verə bilər.

İşlə təmin etmə xidməti göstərən agentliklər:

- universal;

- ixtisaslaşdırılmış;

- ixtisasartırma əlamətlərinə görə bölünür.

Qeyri-dövlət məşğulluq xidməti tipik və orijinal olur.

Tipik məşğulluq xidmətinə: agentliyin fəaliyyətinin istiqaməti və məlumatlanması, vəzifələr üzrə vakant bankının formalaşması, professional və psixoloji testləşdirmə aiddir.

Orijinal xidmətlərə:

- marağı olan bütün təşkilatlara öz internet vasitəsilə agentlikdən öz loqotipləri və ya təşkilatın resursları haqqda məlumat yerləşdirilməsini təklif etmək. Bu zaman yeni müştərilər cəlb edərək reklam xərclərini azaltmaq olar;

- əmək bazarının marketing tədqiqi;

- bir ofis üçün heyətin tam yığılması;

- regionlarda kompaniyaların reklamlarını verməyə kömək etmək;

- iş verənə ofisdən kənara çıxmıyaraq, müstəqil olaraq agentliyin məlumat bazasından lazımi məlumatları almaq imkanı verən proqramın təqdim edilməsi;

- müxtəlif məsələlər üzrə namizədlərə fərdi məsləhətlərin verilməsi;

- aparıcı mütəxəssislər və rəhbərlərdən qeyri-formal intervülərin təşkili;

- maliyyə və hüquqi məsləhətlər;

- kadrlar üzrə kargüzarlığın aparılması, bərpası;

- kadr auditi.

Qeyri-dövlət məşğulluq xidmətinin fərqli cəhəti hər müştəriyə fərdi yanaşması, onun tələbinin maksimal dərəcədə təmin edilməsi, işdə elastiklik, təhlilin müasir professional metodlarından istifadə etməkdir. Onların köməyi ilə əsasən daha yüksək professionalıqla və yüksək əmək haqqı olan işlə təmin edirlər.

Əmək bazarının dövlət və qeyri-dövlət məşğulluq xidmətinə başqa digər bir infrastruktur elementi də ictimai təşkilatlardır. İctimai təşkilatlar və birliklər əmək bazarı subyektlərinin hüquqlarını və maraqlarını ifadə edirlər: həmkarlar işçilərin, assosiasiyalar isə iş verənlərin tərəfindən çıxış edirlər.

Həmkarlar ittifaqları öz üzvlərinin hüquqlarını müdafiə edir: əmək şəraitinin yaxşılaşdırılması, professional təhlükəsizlik, işçi yerlərinin artırılması, əmək haqqı fondunun maksimumlaşdırılması, sosial güzəştlər və s.

Həmkarların əsas iqtisadi vəzifəsi əmək haqqının yüksəldilməsidir. Bu məqsədə çatmaq üçün aşağıdakı üsullardan istifadə edilir:

- əməyə olan tələbin stimullaşdırılması;

- əmək təklifinin məhdudlaşması;

- dövlət və müəssisəyə təzyiqlərin təşkili.

Əmək bazarının infrastruktur elementinə sosial və ictimai

fondlar aiddir. Onlar sosial sığorta və əhalinin məşğulluğunu təmin etmək üzrə tədbirlərin maliyyələşdirilməsi, əmək bazarının inkişafı haqda proqnozların yığılması, təhlili üçün informasiya mexanizmlərin vasitəsilə bazar subyektlərinin məlumatlarla təmin edilməsinə kömək edir.

Əmək bazarı infrastruktur elementləri aşağıdakı kimi formalaşdırılır:

1. Dövlət məşğulluq xidməti,
2. Qeyri-dövlət məşğulluq xidməti ,
3. Müəssisə və firmaların kadr xidməti,
4. İctimai təşkilat və birliklər, sosial və ictimai fondlar,
5. İnformasiya mexanizmləri,
6. Normativ-hüquqi baza.

Əmək bazarının infrastruktur subyektləri aşağıdakılardır:

- əmək bazarının infrastruktur vasitəçiləri (dövlət məşğulluq xidməti və şəxsi vasitəçi təşkilatlar simasında);

- əmək münasibətlərinin tənzimlənməsi üzrə müəssisədaxili infrastruktur (müxtəlif həmkarlar birliyi və assosiasiyalar, əmək münaqişəsi üzrə komissiyalar);

- miqrasiya proseslərinin tənzimlənməsi infrastruktur (miqrasiya xidməti);

- ixtisaslaşdırılma və əlavə təhsil infrastruktur (dövlət və qeyri-dövlət təhsil müəssisələri);

- qanunvericilik strukturlarının bəzi elementləri, təşkilatlar, əmək bazarının konyunkturasını öyrənən müəssisələr, vahid siyasət işləyib proqram hazırlayaraq bazarın bütün infrastrukturlarını təmin edirlər.

Xalq təsərrüfatının sahə quruluşlarının dəyişməsi məşğulluğun yenidən qurulması ilə əlaqədardır. Son illərdə dövlət və qeyri-dövlət sektorlarında işləyən kadrların nisbəti dəyişərək qeyri-dövlət sektorunda çalışanların sayının artmasına gətirib çıxarmışdır.

Əmək birjası işçi qüvvəsi bazarının ən inkişaf etmiş formasıdır. O əsasən işçi qüvvəsinin mizdlə işə götürülməsində vasitəçi rolu oynayır. Birjalarda işverən və iş axtaranlara müfəviq xidmətlər göstərilir.

Əmək-bazarında mövcud olan rəqabət nəticəsində dövlət strukturları ilə yanaşı qeyri-dövlət məşğulluq sistemləri də fəaliyyətlərini gücləndirməyə başlamışlar.

Qeyri-dövlət müəssisələri sərbəst olaraq bazarda manevr edərək, dövlətin birbaşa maliyyə iştirakı olmadan yüzlərlə vətəndaşın məşğulluğu üçün imkan və şərait yaradır. Bu işə bazara ciddi təsir göstərir. Müəssisənin fəaliyyətinin iqtisadi səmərəsi üçün məsuliyyət daşıyan sahibkar, həmçinin əmək kollektivinin taleyinə də məsuliyyət daşdığını dərk edir. Lakin belə sahibkarlar hələ azlıq təşkil edir, onlar iqtisadiyyatın inkişafı ilə birgə formalaşmaqda davam edirlər. Hazırda iqtisadi konyunkturanın təsirindən, sahibkarlar heyətin “artıq” sayının asanlıqla azaldılmasına nail olurlar.

3. ƏMƏK BAZARI İNFRASTRUKTURLARINA TƏSİR EDƏN AMİLLƏR

Əmək bazarı infrastrukturuları müəyyən edilmiş sosial-iqtisadi və siyasi mühitdə, xarici və daxili mühit amillərinin təsiri altında fəaliyyət göstərir. Bu amillər birbaşa deyil, dolayı yolla əmək bazarına təsir edərək miqdar və keyfiyyətə dəyişdirirlər. Bu amillər bir-biri ilə sıx bağlıdır, onların arasındakı dəqiq fərdi müəyyən etmək çox çətindir.

Əmək bazarı bazar qanunlarına tabe olan, daxilən yekcins olmayan dinamik əlaqələr sistemidir. Bu sistem bazar mexanizmləri ilə tənzimlənir.

Lakin xarici və daxili amillərin təsiri bu mexanizmlərin tənzimlənməsinə ciddi təsir göstərir.

Əmək bazarına təsir edən amillər bir-biri ilə sıx əlaqəlidir.

Xarici təsir amillərinə makroiqtisadi, demoqrafik və sosial-

psixoloji, daxili təsir amillərinə isə təşkilati, normativ-hüquqi, maliyyə amilləri aiddir. Bu amillər əmək bazarının dövlət strategiyasını müəyyən edir.

Əmək bazarına təsir edən makroiqtisadi xarici amillərə inflyasiya və büdcə defisiti, xarici iqtisadi amillər, investisiya amilləri, müəssisələrin müflisləşməsi prosesləri aiddir.

İnflyasiya və büdcə kəsirinin amilləri. İnflyasiya tempinin və büdcənin kəsirinin bağlanması, bir tərəfdən investisiya fəallığına müsbət təsir və işçi yerlərinin yaradılmasına kömək edir.

Büdcə kəsirlərinin azaldılması istiqamətində dövlətin seçdiyi büdcənin xərclərinin azaldılması, bu sahədə məşğulluq səviyyəsinin kəskin aşağı düşməsinə səbəb olur. Beləliklə, büdcə bölməsi işsizliyin mənbəyi sayılır.

Xarici iqtisadi amillər. Xarici bazarlara yönəlmiş firma və müəssisələr istehsalın gələcək stabilləşdirilməsi və işçi qüvvəsinə tələbatın artırılmasına diqqəti artırırlar. Xarici bazarlara yönələn perspektivli müəssisələrdə məşğulluğun qorunması birbaşa və "portfel" investisiyaların stimullaşdırılmasına, idxal və ixraca dövlətin nəzarət sisteminin yaradılmasına, milli istehsalın rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi məqsədilə idxalın stimullaşdırılmasına kömək edir.

İnvestisiya situasiyası əmək bazarına daha uzun müddət təsir edən amillərdəndir. İstehsaldakı durğunluq işçi yerlərin məşğulluğunun qorunması, birbaşa və "portfel" investisiyaların stimullaşdırılmasına, milli istehsalın rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi məqsədilə idxalın stimullaşdırılmasına kömək edir.

İnvestisiya situasiyası əmək bazarına daha uzun müddət təsir edən amillərdəndir. İşçi yerlərinin müvəqqəti istifadəsiz qalmasını törədən istehsal durğunluğundan fərqli olaraq, kapital qoyuluşunun çatışmamazlığı iş yerləri sisteminin yaradılmasını bir neçə il pozmuş olur. Bu, istər ölkə, istərsə regional səviyyədə iqtisadiyyatın tənzimlənməsində aktual məsələ olaraq qalır.

Müəssisələrin müflisləşməsi hazırkı dövrdə azlıq təşkil edir.

Maliyyə-kredit siyasətinin kəskinləşməsi zamanı gizli işsizlik reallaşma təhlükəsi yarada bilər.

Beləliklə, iqtisadiyyat və məşğulluğun quruluşu makro-iqtisadi amillərin təsirindən dəyişir, iqtisadi fəallığın və həyat tərzinin keyfiyyəti ona uyğun olaraq formalaşır.

Sosial-psixoloji amilləri əmək bazarında alıcı və satıcının fəaliyyətidir. İş verən və işə qəbul olunanlar arasındakı münasibətlər bazar qanunları və mexanizmləri ilə tənzimlənilir.

Demografik amillər də əmək bazarının fəaliyyətinə ciddi təsir edir. Respublikamızın bəzi rayonlarında əmək ehtiyatlarının çatışmazlığı, digərlərində isə artıqlığı müşahidə olunur. Əmək ehtiyatlarına demografik vəziyyətin güclü təsiri mövcuddur. Respublikamızda ötən illər ərzində əhalinin artım sürəti azalmışdır. Bu prosesin səbəblərini əsasən Ermənistanın Azərbaycana hərbi təcavüzü, eləcə də gənclərin respublikadan miqrasiyası ilə izah etmək olur. Daxili və xarici miqrasiyalar respublika üzrə əmək ehtiyatlarının paylanması müənasiblik prinsiplərinin pozulmasına təsir göstərir.

1989-cu ildən başlayaraq respublikada miqrasiya daha intensiv inkişaf etməyə başlamışdır. Buna bir tərəfdən məlum hadisələr zəminində baş vermiş milli münaqişələr, digər tərəfdən isə daha da ağırlaşmış sosial problemlərin təsiri altında dolanışq məqsədi ilə əsasən Rusiyaya və keçmiş SSRİ-nin digər respublikalarına, habelə xarici ölkələrə gedənlərin sayının sürətlə artması böyük təsir göstərmişdir. Bu səbəbdən, respublikanın şəhər və kəndlərində əmək ehtiyatlarının sayı azalmışdır. Regionlarda çox vaxt bəlli bir layihələr həyata keçirilərkən, inşaat, emal və ya istənilən digər sahələr üzrə kifayət qədər mütəxəssis tapmaq qeyri-mümkün olur. Bakı şəhəri daha çox inkişaf etdiyindən daxili miqrasiya şəraitində bacarıqlı kadr ehtiyatları paytaxta toplanıb. Kəndlərdə əmək ehtiyatlarının səviyyəsinin aşağı düşməsinin səbəbi işçilər üçün iş və istirahət şəraitinin yaradılmaması, yeni texnologiyaların tətbiq edilməməsi, əmə-

yin mühafizəsinin norma və qaydalarına riayət olunmaması, peşəyönümü istiqamətində daha məqsədəuyğun tədbirlərin hazırlanmaması və ən başlıcası, yeni iş yerlərinin yaradılmasının lazımi səviyyədə olmamasıdır. Gələcəkdə yeni iş yerlərinin yaradılması üçün sənaye müəssisələrini, onların filiallarını və sexlərini kiçik şəhərlərdə, şəhər tipli qəsəbələrdə, əhalisi çox olan kəndlərdə təşkil etmək daha məqsədəuyğun olardı və bu, kənd yerlərindən gedənlərin axınının qarşısının alınmasına öz müsbət təsirini göstərə bilər. Son 15-20 il ərzində şəhərdəki əmək bazarı ilə bağlı tədqiqat və təhlil işləri aparılmayıb. Nə hökumət, nə də digər alternativ elmi-tədqiqat institutları indiyə qədər şəhərlərdə məşğulluq və sahələrarası dinamikanın bazar təhlilini aparmayıblar. Ölkədə məşğulluğun təmin olunması ilə bağlı siyasətin həyata keçirilməsinə ciddi problem yaradan digər amil ölkədə gizli əmək bazarında və ya qeyri-formal sektorda çalışan işçilərin sayının yüksək həddə olmasıdır. Belə halın mövcudluğu məşğulluq siyasətinin düzgün müəyyən olunmasına ciddi əngəl yaratmaqla bağlı, həmçinin insan hüquqlarının ciddi surətdə pozulmasına gətirib çıxarır. Ölkənin əmək bazarında “kölgə” əmək bazarının mövcudluğu əmək hüquqlarının kütləvi pozulmasına şərait yaradan əsas amillərdəndir. Belə işçilərin əmək fəaliyyəti həm dövlət, həm də həmkarlar ittifaqlarının nəzarətindən kənardadır.

Əmək bazarının infrastrukturunun formalaşmasına təsir edən daxili amillər təşkilati, normativ-hüquqi, maliyyə amilləridir.

Normativ-hüquqi amillər. Qanunvericilik bazası əmək bazarı infrastrukturunun digər parametrlərini müəyyən edir. Qanunvericilik bazası hələ də formalaşmaqdadır.

Yeni iqtisadi reallıqlar şəraitində dövlətin məşğulluq siyasətinin hüquqi, iqtisadi və təşkilati əsaslarının əsas müddəaları 2001-ci il iyulun 2-də qəbul olunmuş “Məşğulluq haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununda və həmin Qanunun

tətbiq edilməsi barədə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2001-ci il 9 avqust tarixli Fərmanında öz əksini tapmışdır. Həmin müddəaların həyata keçirilməsi ölkədə əmək bazarının tənzimlənməsində dövlət siyasətinin əhəmiyyətini artırmaqla, əhali məşğulluğunun inkişaf etdirilməsində bu siyasətin vasitə və istiqamətlərinin formalaşmasında, müvafiq institusional mühitin yaradılmasında və təkmilləşdirilməsində mühüm rol oynamışdır. Azərbaycan Respublikası Konstitusiyasının 35-ci maddəsinə görə “Dövlət işsizliyin aradan qaldırılması üçün bütün imkanlarından istifadə edir”. 2001-ci ilin iyun ayında “**Məşğulluq haqqında**” Azərbaycan Respublikası Qanunu qəbul olunmuşdur. 2006-2015-ci illər üçün “**Azərbaycan Respublikasının məşğulluq strategiyası**”, 2007-2010-cu illər üçün “**Azərbaycan Respublikasının məşğulluq siyasətinin həyata keçirilməsi üzrə Dövlət Proqramı**” və “Azərbaycan Respublikasının Məşğulluq Strategiyasının həyata keçirilməsi üzrə 2011-2015-ci illər üçün Dövlət Proqramı” qəbul edilmişdir.

Son illərdə səlahiyyətlərin bölüşdürülməsi amilləri aktual məsələyə çevrilmişdir. Əmək bazarının tənzimlənməsi üzrə problemlərin dövlət qulluğunun hansı səviyyəsində səmərəli həllinin müəyyən edilməsinin dəqiqləşdirilməsi vacibdir.

Təhsilin lazımi səviyyədə olmaması, ixtisaslı kadrların azlığı təşkil etməsi, quruluş dəyişiklikləri, əmək bazarında səriştəli və ixtisaslı kadrların disbalansı özünü büruzə verir. Son illərdə orta ixtisaslı işçi sahələrində çalışan mütəxəssislərə bazarda tələbin az olması müşahidə olunur. Mühəndis-texniki işçilərə tələb dolmuşdur. Lakin uzunmüddətli hazırlıq tələb edən infrastruktur müəssisə və idarələrdə, yeni professional fəaliyyət dairəsində çalışan kadrlara əmək bazarında tələbat artmışdır.

İşçi qüvvəsinin hazırlanmasının keyfiyyətinə verilən tələblər, ixtisas təhsili bazasının ciddi sürətdə yeniləşdirilməsi, işdən kənarlaşdırılmış kadrların yenidən hazırlanması, ixtisaslarının artırılması və bazarın tələbinə uyğun təşkilindən çox asılıdır.

Nəzərə alsaq ki, mütəxəssislər cəmiyyətin potensial göstəricisi-dir, dövlət məşğulluq siyasətinin mərkəzində məhz bu amil - hazırlıqlı kadr yetişdirmək vəzifəsi dayanmaqdadır.

Kadr hazırlığı heç vaxt rəqabət qabiliyyətini itirmir, əksinə, getdikcə daha da artırır. İnkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsindən məlumdur ki, dünya bazarında gedən rəqabət prosesində yalnız yüksək səviyyəli kadrlara malik olan ölkələr qalib gəlirlər. Məhz buna görə də, insana kapital qoyuluşu, yəni onun mütə-xəssis kimi hazırlanmasına qoyulan investisiyalar dünya təcrü-bəsində ən çox gəlir gətirən investisiya sahəsi kimi dəyərləndi-rilir. İxtisaslı və peşəkar kadrlar hər hansı müəssisə və ya təşki-latın dəyərli resurslarından sayılır.

İşçi qüvvəsinin keyfiyyətinin pisləşməsi əmək bazarının da-xilində intensiv hərəkətə səbəb olur. Statistik göstəricilərə görə hər il hər beş işçi öz iş yerlərini dəyişir, işdən azad olur, həmçi-nin işdən çıxanlar iş tapanlardan çoxluq təşkil edir.

Qeyd etmək lazımdır ki, işsizlik səviyyəsinin azalması və müvafiq olaraq məşğulluq səviyyəsinin yüksəlməsi bir sıra amillərlə - həm təbii amillərlə, həm də həyata keçirilən müxtə-lif tədbirlərlə bağlıdır. Məsələn, infrastruktur obyektlərinin ya-radılması və istifadəyə verilməsi, müxtəlif iş yerlərinin açılması iqtisadi yönümlü tədbir olaraq mühüm əhəmiyyət daşıyır. Əha-linin sayının artması yaş qruplarının strukturunda əhəmiyyətli dəyişikliyə səbəb olmaqla əmək qabiliyyətli yaşda olanların xüsusi çəkisinin artması ilə nəticələnir.

Stabil iş yerləri müəssisələrdə məşğulluğun tənzimlənməsi amilidir. Bu eyni zamanda işçilərin müəssisələr arasında yer dəyişməsinin azalmasına, həmçinin işsizliyin artmasının qarşısı-nın alınmasına kömək edir. Bunun qarşısını əmək haqlarının vaxtında verilməsi, əmək şəraitinin təkmilləşdirilməsi və müa-sir iş yerlərinin yaradılması vasitəsilə almaq mümkündür.

Ölkədə aparılan siyasətin nəticəsində 2016-cı ildə də yeni iş yerlərinin yaradılması prosesinin uğurla davam edəcəyini, bu-

nun nəticəsində məşğulluq səviyyəsinin artacağını, əmək ehtiyatlarından istifadənin daha da genişlənəcəyini gözləmək olar. Bu ildə ölkədə həyata keçirilməsi nəzərdə tutulmuş yeni infrastruktur layihələrinin icrası, planlaşdırılan istehsal sahələrinin, xidmət obyektlərinin tikintisi işləri, dövlət tərəfindən sahibkarlara verilən güzəştli kreditlər hesabına yeni yaradılacaq iş yerləri işaxtaran vətəndaşların iş yerləri ilə təmin olunmasına imkan verəcəkdir. Həmçinin, əmək bazarının iştirakçıları arasında gəncələşmə meyillərinin artması, gənc mütəxəssislərin məşğul əhali sıralarına daxil olması prosesinin sürətlənməsi gözlənilir. Ölkədə istehsal sahəsində dünya standartlarına uyğun texnologiyaların tətbiqi istehsal olunan məhsulların keyfiyyət göstəricilərinin yüksəlməsi ilə yanaşı, əmək bazarında işçi qüvvəsinin peşəkarlıq səviyyəsinin artması ilə də müşahidə olunacağı mümkündür.

2006-2015-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında məşğulluq strategiyasının əsas məqsədi əmək ehtiyatlarından daha dolğun istifadə etməklə əhəlinin səmərəli məşğulluğunu təmin etməkdən ibarətdir. Bu məqsədə nail olmaq üçün aşağıdakı vəzifələrin həyata keçirilməsi nəzərdə tutulur:

- sahibkarlığın, xüsusilə də kiçik və orta sahibkarlığın, əhəlinin özünü məşğulluğunun inkişafı üçün zəruri şərait yaratmaq;

- məşğulluğun səmərəli inkişafını təmin edən investisiya fəallığını dəstəkləmək;

- işaxtaran və işsiz vətəndaşların sosial müdafiəsini gücləndirmək, qeyri-formal əmək münasibətlərinin leqallaşdırılması istiqamətində tədbirlər həyata keçirmək;

- əmək bazarında tələb və təklif arasında dinamik uyğunluğun gücləndirilməsinə yönəldilmiş institusional infrastrukturunu təkmilləşdirmək;

- kadr hazırlığı sisteminin, o cümlədən peşə hazırlığı və ixtisaslandırma şəbəkəsinin fəaliyyətini dinamik inkişaf edən əmək bazarının tələblərinə uyğunlaşdırmaq.

Maliyyə amilləri əmək bazarının infrastrukturlarının fəaliyyəti

yətinə təsir edən amillərdəndir. Ölkədə əhalinin məşğulluq və işsizlik problemlərini həll etmək üçün vacib məsələlərdən biri də ölkə iqtisadiyyatına xarici investisiyaların cəlb edilməsidir. Bu baxımdan Azərbaycan iqtisadiyyatına yönəldilmiş xarici kapitalın ölkə əhalisinin məşğulluq və işsizlik problemlərinin həllindəki rolunun müəyyən edilməsi mühüm vəzifələrdən biridir. 2014-cü ildə ölkədə fəaliyyət göstərən xarici investisiyalı və birgə müəssisələrdə məşğul olanların sayı 2000-ci ilə nisbətən təqribən 2,8 dəfə artaraq 35,1 min nəfərdən 97,6 min nəfərə çatmışdır.

Azərbaycanda prezident İlham Əliyevin uğurlu sosial-iqtisadi inkişaf strategiyası nəticəsində iqtisadi artım və ölkə iqtisadiyyatına investisiyaların yatırılması prosesi davam edir.

Bu isə Azərbaycanın əmək bazarının xaricilər üçün getdikcə daha cəlbedici olması, ölkəmizə gələn xarici işçi qüvvəsinin çoxalması ilə müşahidə olunur. Təəssüf doğuran məsələlərdən də biri budur ki, ölkəyə gələnlərin cəmi 7%-i yüksək ixtisaslı mütəxəssislərdir.

Ölkə prezidenti hələ 2014-cü il dekabrın 24-də: “ƏƏSMN və DMX-ə milli əmək bazarında ixtisasız əcnəbi kadrların iştirakının qarşısının alınması və yerli əmək ehtiyatlarından səmərəli istifadə olunması məqsədilə əmək miqrasiyası kvotasının sörtləşdirilməsi, habelə ölkədə innovativ rəqabətə davamlı iqtisadiyyatın formalaşdırılması tələblərinə uyğun olaraq yüksək ixtisaslı əcnəbi mütəxəssislərin cəlb olunması mexanizminin yaradılması üçün təkliflərin hazırlanması haqqında” tapşırıq vermişdir.

2006-2015-ci illər üzrə Azərbaycan Respublikasının məşğulluq strategiyasında da gənclərin məşğulluq probleminin olması göstərilmişdir.

Gənclər arasında işsizliyin artması ölkənin əmək bazarında müşahidə olunan əsas problemlərdən biridir. 2000-ci ilin may-iyun aylarında BMT-nin İnkişaf Proqramının maliyyə dəstəyi

ilə və Beynəlxalq Əmək Təşkilatının texniki yardımı ilə ölkənin bütün ərazilərində əhalinin iqtisadi fəallıq məsələləri üzrə ilk dəfə keçirilmiş müşahidənin nəticəsinə görə, işsizlərin ümumi sayında 35 yaşınadək olan vətəndaşların payı 69,1% olmuşdur.

4. ƏMƏK BAZARININ TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ İSTİQAMƏTLƏRİ

Əmək bazarının səmərəliliyi onun infrastrukturı, xüsusilə əmək yarmarkaları ilə birbaşa bağlıdır. Əmək yarmarkaları kütləvililiyi ilə seçilməklə bir tərəfdən inhisarçılığın aradan qaldırılmasında, digər tərəfdən əvvəlcədən əlverişli iş və tələb olunan qabiliyyətə malik işçi seçiminə şərait yaradır. Əmək bazarının inkişafı və təkmilləşdirilməsində bu yarmarkaların təşkilinin də böyük rolu var.

Ölkənin əmək bazarının təkmilləşdirilməsi və gələcək inkişafı istiqamətində siyasətin aşağıdakı kimi həyata keçirilməsi nəzərdə tutulur:

- təklif olunan işçi qüvvəsi ilə mövcud iş yerlərinin sayı arasında tarazlığı təmin edən şərait yaradılması;
- işsizlərin qısa müddətdə münasib işlə təmin olunması üçün axtarış-informasiya sisteminin təkmilləşdirilməsi;
- kadrların peşə hazırlığı, yenidən hazırlığı və ixtisaslarının artırılması sisteminin təkmilləşdirilməsi yolu ilə kadr potensialının inkişaf etdirilməsi;
- neft ixracından əldə olunan gəlirlərin bir hissəsinin insan amilinin inkişafına istiqamətləndirilməsi;
- kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı üçün maliyyə-kredit siyasətinin təkmilləşdirilməsi, kredit qoyuluşlarının strukturunda uzunmüddətli kreditlərin xüsusi çəkisinin artırılması;
- işsizlərin sosial müdafiəsinin təmin edilməsi, işə düzəlməkdə çətinlik çəkən vətəndaşların məşğulluğunun təmin edilməsinə kömək edən xüsusi tədbirlərin həyata keçirilməsi;

- tarazlaşdırılmış investisiya və vergi siyasətini həyata keçirmək yolu ilə iş yerlərinə olan tələbatın ödənilməsi;
- sahibkarlığın, kiçik və orta biznesin inkişafının, eləcə də fərdi əmək fəaliyyəti ilə məşğul olanların (xüsusilə də əmək bazarında gərginlik olan ərazilərdə) iqtisadi həvəsləndirilməsinin təmin edilməsi;
- iqtisadiyyatın qeyri-dövlət bölməsində əmək qanunvericiliyinə riayət olunmasına nəzarətin təmin edilməsi;
- əmək şəraiti və əməyin ödənilməsi baxımından müasir tələblərə cavab verən iş yerlərinin yaradılması və mövcud iş yerlərinin səmərəliliyinin artırılması;
- çevik iş rejimlərini tətbiq etməklə məşğulluğun artırılması;
- ixtisara düşən işçi qüvvəsinin sosial müdafiəsinin təmin olunması;
- daxili və xarici miqrasiya proseslərinin tənzimlənməsi yolu ilə əmək bazarının inkişaf etdirilməsi;
- miqrasiya sahəsində vahid informasiya sisteminin yaradılması;
- əmək miqrasiyası sahəsində idarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsi;
- peşə təhsilini əmək bazarının dəyişən tələblərinə uyğunlaşdırmaq məqsədilə bu sahədə yeni ixtisas və ixtisaslaşma təsnifatının hazırlanması;
- işaxtaran və işsiz vətəndaşlar arasında sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olmaq istəyənlərə yardım edilməsi;
- peşə hazırlığı (yenidən hazırlıq), boş iş yerləri, eləcə də rayonlarda işçi qüvvəsi barədə konkret təkliflərə dair informasiyanın hər bir vətəndaş tərəfindən əldə edilməsi üçün əmək bazarının analitik-informasiya sisteminin yaradılması və tətbiq olunması;
- işləyənlərin layiqli həyat səviyyəsini təmin etmək məqsədilə iqtisadiyyatın inkişafından asılı olaraq minimum əmək haqqının mərhələli artımının həyata keçirilməsi;

-məşğulluq və işsizlik səviyyəsinin real vəziyyətinin düzgün qiymətləndirilməsi məqsədilə müşahidələrin keçirilməsi.

Azərbaycanın beynəlxalq əmək bölgüsünə integrasiyası, dünya ölkələri arasında əməkdaşlıq meyillərinin güclənməsi, iqtisadiyyatın dinamik inkişafı, yeni istehsal sahələrinin meydana gəlməsi əmək bazarında yüksək təhsil səviyyəsinə malik işçi qüvvəsinə olan tələbatı artırır. Bu isə öz növbəsində yüksək tələblərə cavab verən çevik təhsil siyasətinin həyata keçirilməsini zəruri edir.

Təhsil sistemi ilə məşğulluğun əlaqəli inkişafı sahəsində aşağıdakıların həyata keçirilməsi nəzərdə tutulur:

-əmək bazarında yaranmış vəziyyətin təhlili və dəqiq proqnozlaşdırma aparmaqla müxtəlif ixtisaslı kadrlara olan tələbatın müəyyənəşdirilməsi;

-əmək bazarında rəqabət qabiliyyətli kadrların hazırlanması məqsədilə peşə təhsili sisteminin təkmilləşdirilməsi;

-iş yerində təhsilin davam etdirilməsi, fasiləsiz peşə təhsili sisteminin daha da təkmilləşdirilməsi, mütərəqqi təhsil formalarının (məsafədən təhsil, modul tədrisi) tətbiqi;

-təhsil sahəsində həyata keçirilən institusional dəyişikliklərin işəgötürənlərin işçi qüvvəsinin bacarıq və vərdişlərinə olan tələbatına uyğunlaşdırılması;

-texniki peşə təhsili üçün müasir tələblərə cavab verən təhsil proqramlarının hazırlanması və ixtisas təsnifatının yeniləşdirilməsi;

-orta təhsil sahəsində çalışan mütəxəssislər üçün ixtisasartırma və yenidən hazırlanma təhsilinin yeni modelinin tətbiqinin genişləndirilməsi;

-insan amilinin inkişafına yönəldilmiş investisiyaların cəlb edilməsi üçün imkanların müəyyənəşdirilməsi.

Regional əmək bazarının inkişafı yaxın gələcəkdə yerli resurslar və digər amillər nəzərə alınmaqla "Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı

(2004-2008-ci illər)” və ərazi məşğulluq proqramları çərçivəsində həyata keçiriləcəkdir. Regionlarda sosial siyasətin başlıca məqsədini əhalinin mənəvi ehtiyaclarının daha dolğun ödənilməsi, onların həyat şəraitinin yaxşılaşdırılması təşkil edəcəkdir.

İnvestisiya qoyuluşu hesabına yeni iş yerlərinin yaradılması istiqamətində görülmə tədbirlər, ilk növbədə, işsizliyin qarşısının alınmasına, işsiz qalmış vətəndaşların sosial müdafiəsinin gücləndirilməsinə və onlara ünvanlı yardımın göstərilməsinə yönəldiləcəkdir.

Ölkədə, xüsusilə regionlarda, qeyri-neft sektorunun sürətli inkişafı məqsədilə investisiyaların cəlb edilməsi, kənd təsərrüfatı və emal sənayesi məhsullarının istehsalının artırılması üçün lazımi tədbirlərin həyata keçirilməsi nəticəsində əhalinin məşğulluğu təmin olunacaq və həyat səviyyəsi yüksələcəkdir.

Əhalinin məşğulluğunu təmin etmək məqsədilə regionlar üzrə aşağıdakı istiqamətlərdə məşğulluq siyasətinin aparılması nəzərdə tutulur:

- işsizliyin mənfi nəticələrinin aradan qaldırılmasına və işsizlərin sosial müdafiəsinə dair tədbirlərin həyata keçirilməsi;

- müəssisə və təşkilatların kadr siyasəti sahəsindəki işinin müvafiq məşğulluq xidməti orqanları ilə birgə aparılmasının təkmilləşdirilməsi;

- ərazi sosial-iqtisadi inkişaf və məşğulluq proqramlarının hazırlanıb həyata keçirilməsi;

- qeyri-neft sektorunda, xüsusilə aqrar, toxuculuq, emal müəssisələri və xidmət sahələrinin inkişafı hesabına yeni iş yerlərinin yaradılması;

- kəndli (fermer), ailə-kəndli təsərrüfatlarının, kooperativlərin, kiçik müəssisələrin inkişaf etdirilməsi və genişləndirilməsi məqsədilə regionlarda maliyyə infrastrukturunun yaradılması;

- bölgələr üzrə aqroservis xidmətlərinin yaradılması və onların müasir texnika və texnologiya ilə təmin edilməsi;

- toxumçuluq bazasının inkişaf etdirilməsi;

-kənd yerlərində sosial və kommunal infrastrukturun inkişaf etdirilməsi yolu ilə əhalinin, xüsusən də gənclərin miqrasiya səviyyəsinin azaldılması;

-fermerlərin sahibkarlıq fəaliyyətinin sığortalanması və sı-ğorta bazarı segmentinin genişləndirilməsi;

-kənd təsərrüfatı məhsullarının satışı üzrə marketinq şəbəkəsinin yaradılması.

Əmək bazarının infrastrukturalarının fəaliyyəti bazarın hüquqi-normativ bazasını təşkil edən qanunverici orqanlar və hökumət idarələri tərəfindən verilən qanunlar, sərəncamlar, nizamnamələr, əmrlərlə tənzimlənir.

MÖVZU 8

İNNOVASIYA BAZARININ İNFRASTRUKTURU

1. İnnovasiya fəaliyyətinə kömək edən infrastruktururlar
2. İnnovasiya bazarının fəaliyyət xüsusiyyətləri
3. İnnovasiya bazarının inkişaf amilləri
4. İnnovasiya bazarının dövlət tənzimlənməsi
5. Texnoparkların mahiyyəti və əsas xüsusiyyətləri
6. Texnoparklardan səmərəli istifadə edilməsində dünya təcrübəsi
7. Azərbaycanda innovasiya bazarı infrastrukturunun müasir vəziyyəti

1. İNNOVASIYA FƏALİYYƏTİNƏ KÖMƏK EDƏN İNFRASTRUKTURLAR

İnnovasiya elmi-texniki inkişaf potensialının realda yeni texnologiyalar və məhsullarda əks olunmasıdır.

İnnovasiya bazara çıxarılan yeni və ya təkmilləşdirilmiş məhsullarda, texnologiyalarda, həmçinin sosial xidmətdə, yeni yaşayışmada öz əksini tapan innovasiya fəaliyyətinin son nəticəsidir.

İnnovasiyanın mənası yenilik, dəyişiklik deməkdir. İnnovasiyanın əsas təyinatı aşağıdakılardır: ixtira, yaxşılaşdırma, dəyişiklik, kreativlik, yenilik, yeniliyin tətbiqi.

İnnovasiyanı yuxarıda göstərilən anlayışlardan fərqləndirmək üçün, qeyd edilir ki, innovasiyanın özünəməxsusluğu ondan ibarətdir ki, o, əlavə dəyər yaradır, innovatora tətbiq etdiyi yenilik əlavə gəlir gətirir. Belə ki, müvəffəqiyyətlə tətbiq edildikdən sonra gəlir və xeyir gətirməyə başladığı andan yenilik innovasiya hesab olunur.

Yenilik yeni qaydalar, yeni metodlar, ixtiralar ola bilər. Yeniliyin tətbiq edilməsi isə yenilikdən istifadə olunmasını göstərir.

Gəlir əldə etmək məqsədilə yeniliyin yayılması anından, o, yeni keyfiyyət əldə edərək innovasiyaya çevrilir. Yeniliyin innovasiya olması üçün o, yeniliyə malik olmalı, bazarın tələbini

ödəməli, istehsalçılara gəlir gətirməlidir.

Innovasiya fəaliyyətinin son nəticəsi özünü aşağıdakı kimi göstərir:

- yeni və ya təkmilləşdirilmiş məhsul kimi;
- yeni və ya təkmilləşdirilmiş texnoloji proses kimi;
- yeni və ya təkmilləşdirilmiş idarəçilik prosesi kimi;
- sosial xidmətlərə yeni yanaşmada.

Innovasiyanın proqnozunu məşhurlar belə vermişlər:

1897-ci ildə məşhur ixtiraçı və riyaziyyatçı Lord Kelvin deyirdi ki, radionun gələcəyi yoxdur.

1901-ci ildə havada şarla ilk uçuş edən Uilber Rayt demişdir ki, yaxın 50 ildə insanlar metal aparatlarla havada uçmağa nail olmayacaqlar.

1932-ci ildə Albert Eynşteyn demişdir ki, bizim nə vaxtsa atom enerjisindən istifadə edə biləcəyimizi bildirən xırda bir əlamət belə yoxdur.

1959-cu ildə Xerox şirkətinin təsisçiləri ilə söhbət əznasında IBM-un rəhbərliyi qeyd etmişdir ki, çap maşınlarının dünyada bazarında maksimum 5 min ədədi mövcuddur.

1977-ci ildə Dijital şirkətinin rəhbəri Ken Olzen demişdir ki, ayrı-ayrı şəxslərin fərdi kompüterə ehtiyacı olacağına heç bir lüzum görmürəm.

1955-ci ildə Levit şirkətinin prezidenti Leks Sovit demişdir ki, atom enerjisi əsasında işləyən tozсорanlar 10 ildən sonra real olacaqdır.

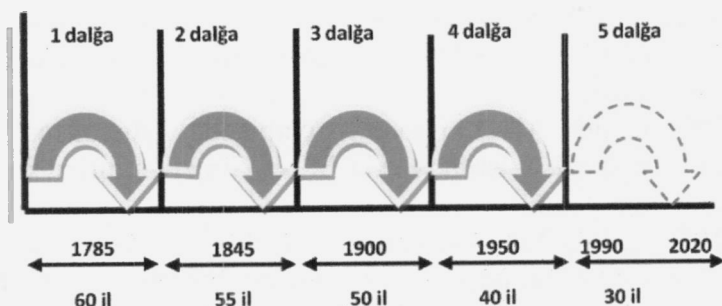
1959-cu ildə ABŞ baş poçtmeysteri Artur Sommerfeld demişdir, biz raket poçtu ərəfəsində yaşayırıq.

1899-cu ildə ABŞ-ın patent idarəsinin başçısı Çarlz Dnell qeyd edirdi ki, nə mümkünsə o ixtira olunmuşdur.

Bu deyilənlər innovasiyanın, ixtiraların dayanmasına deyil, daha da sürətlə irəliləməsinə səbəb olmuşdur.

Innovasiya istehsala və ya bazara tətbiq edilən yenilikdir. Innovasiyanın inkişafını aşağıdakı qrafikdə aydın görmək mümkündür.

Burada illər üzrə innovasiya dalğasının inkişafı 60 və 30 il müddəti üzrə göstərilmişdir. Göründüyü kimi, illər ötdükcə innovasiya dalğasının arasındakı məsafə azalmağa başlayır. Bu onu göstərir ki, istehsalçılar innovasiyanın istehsala, tələbin ödənilməsinə və gəlirin əldə edilməsinə çox və nəzərəcarpacaq dərəcədə təsiri vardır. Məhz buna görə onlar öz fəaliyyətində elmi-texniki tərəqqini, innovasiya fəaliyyətini tətbiq etməyə can atırlar. İnnovasiyanın inkişafı bəzən tez, bəzən asta-asta dalğalarla gedir, bunu aşağıdakı şəkildə aydın görmək mümkündür (şəkil 15).



Şəkil 15. İnnovasiyanın inkişafı.

İnnovasiyanın texniki inkişafının xronoloji ardıcılığı aşağıdakı cədvəl 4-də aydın verilmişdir.

Cədvəldən göründüyü kimi elm və texnikadakı ixtiralar, yeniliklər yeni sahələrin yaranması, mövcud sahələrin təkmilləşdirilməsi, istehsal sahələrinin genişləndirilməsinə səbəb olmuşdur. İnnovasiyanın tətbiqi, ondan səmərəli istifadə etmək sənaye, istehsal sahələrinin yenilənməsi, genişlənməsi, təkmilləşməsi ilə yanaşı ölkələrin inkişafı, daha çox mənfəətlə işləyən sahələrin hesabına büdcələrinin dolmasına səbəb olur. Bu həm də yeni iş yerlərinin açılması, insanların həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi və məşğulluq kimi problemlərin həllində dövlətlərə kömək etmək deməkdir.

Cədvəl 4.

İnnovasiyanın texniki inkişafının xronoloji ardıcılığı

Sıra	İnnovasiya-nın tətbiq edildiyi illər	Lider ölkələr	İnnovasiya fəaliyyəti	İnnovasiya-nın nəticəsi	İstehsalın təşkili
1	1780-1840	İngiltərə Fransa Belçika	Tekstil sənayesi, çuqunun əridilməsi, dəmirin emalı, magistral kanalların çəkilməsi	Su mühərriki	İstehsalın modernizasiyası və fabriklərdə tətbiqi
2	1840-1890	İngiltərə Fransa Belçika ABŞ Almaniya	Dəmir yolu və gəmiçilik nəqliyyatı, maşınqayırma, kömür sənayesi	Buxar mühərriki	İstehsalın avtomatlaşdırılmasının sayəsində inkişafı
2	1890-1940	İngiltərə, Fransa, Belçika, ABŞ, Almaniya, Niderland, İsveç	Elektrik və texniki maşınqayırma poladın istehsalı, gəmiqayırma, Qeyri-üzvi kimya	Elektrik mühərriki	İstehsalın müxtəlifliyi, məhsul keyfiyyətinin artması istehsalın standartlaşması, urbanizasiya
4	1940-1990	ABŞ, Avropa ölkələri, Avstraliya, Kanada, Yaponiya, İsveç	Avtomobil istehsalı, sintetik materiallar, əlvan metallurgiya, üzvi kimya, elektrik sənayesi	Daxili quruluş mühərriki	Seriylərlə istehsal, konveyer üsulu
5	1990-2020	ABŞ, Avropa, ölkələri, Avstraliya, İsveç, Tayvan, Cənubi Koreya	Hesablayıcı maşınlar, proqram təminatı, aviasiya sənayesi, tele-kommunikasiya, robot istehsalı, optiki liflər, Biotexnologiya, nanotexnologiya, fotonika, aéro-kosmik sənaye	Qaz texnologiyası, qeyri-ənənəvi yanacaq növləri	Kiçik biznesin iri korporasiyalarda birləşməsi, dövlət tənzimlənməsinin təsiri, iri və xırda biznes

İnnovasiyanın idarə olunması aşağıdakı mərhələlərdə aparılır:

İdeya → əvvəlcədən qiymətləndirmə → konsepsiya → işlənilib hazırlanması → sınaqdan keçirmə → qəbul etmək → istehsalə buraxmaq → satışı.

İnnovasiyanın idarə edilməsini aşağıdakı qrafik 1-də nəzərdən keçirək:



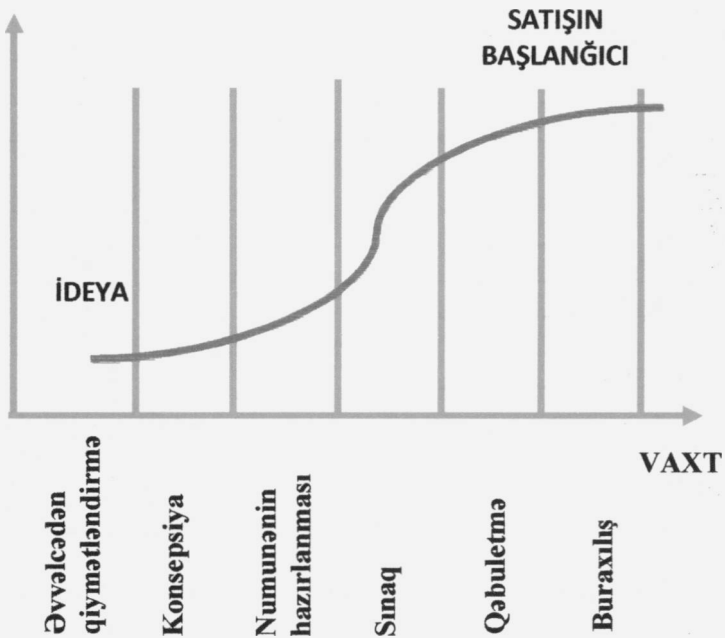
Qrafik 1. İnnovasiyanın idarə edilməsi.

İnnovasiya fəaliyyətinin əsas istiqamətləri:

- kiçik texnoloji şirkətlərin yaranması və inkişafına kömək etmək;
- innovasiya ideyalarını həyata keçirən şirkətlərin artırılması;
- kiçik innovasiya şirkətlərinin və iri transmilli müəssisələrin yüksək texnoloji məhsullar yaratmaq və inkişaf etdirmək sahəsində qarşılıqlı səmərəli sfera tapmağa imkan yaradan ekoloji sistemlərin yaradılması;

-elmi-tədqiqat işlərini yerinə yetirən universitetlər, elmi-tədqiqat institutları arasında texnoloji əlaqələr, əməkdaşlıq şəbəkələrinin yaradılmasıdır.

İdeyadan məhsula qədər innovasiyanın idarə edilməsi aşağıdakı qrafikdə aydın görünür. (Qrafik 2).



Qrafik 2. Məhsulun hazırlanmasına qoyulan yatırım.

Dünya ölkələrinin rəqabətqabiliyyətli inkişafının indeksi aşağıdakı cədvəl 5-də verilmişdir.

Cədvəl 5

Dünya ölkələrinin rəqabətqabiliyyətli inkişafının indeksi.

Ölkələr	İqtisadiyyatın innovasiya qabiliyyət indeksi	Elmi-texniki kadrlar	Innovasiya siyasəti	Innovasiya toplumu	İnfrastruktur	Şirkətlər
ABŞ	1	4	7	1	1	1
Böyük Britaniya	2	15	10	2	2	2
Finlandiya	3	8	4	5	3	9
Almaniya	4	10	6	7	7	4
Yaponiya	5	2	13	6	17	7
İsveç	6	11	18	14	12	3
Tayvan	8	16	5	4	15	14
Kanada	9	12	3	13	8	18
Sinqapur	10	17	1	12	22	10
Hollandiya	11	18	12	9	9	17
Danimarka	12	6	21	23	11	6
Fransa	13	14	15	18	10	11
Avstriya	14	19	11	17	14	8
İsrail	15	29	2	31	4	12
Rusiya	34	7	61	37	46	64

ABŞ-da yüksək texnologiyalar sahəsində çalışan alim və ixtiraçı mühəndislər 25% təşkil edir ki, bu da dünya bazarının 40%-nə bərabərdir.

2. INNOVASIYA BAZARININ FƏALİYYƏT XÜSUSİYYƏTLƏRİ

Innovasiya bazarı yenilikçi məhsulların satıcısı və alıcılarının mübadiləsinə və ya bir araya gətirilməsinə asanlaşdırıcı bir ictimai qurumdur. Həmçinin innovasiya bazarı istehsalın səmərəliliyinin və rəqabətqabiliyyətli olmasının asılı olduğu mühüm iqtisadi

tisadi ehtiyatdır. Burada alqı-satqı obyektı kimi texniki və sosial-iqtisadi yeniliklər, səmərələşdirici təkliflər və ixtiralar, patentlər, texnoloji yeniliklər çıxış edir. İnnovasiya məzmununa, dəyərinə, həm mülkiyyətin xarakterinə görə xüsusi əmtəədir, bu da innovasiya bazarının fəaliyyət üsulunda və zonasında öz əksini tapır.

Bütün malların ümumi xüsusiyyətləri kimi, innovasiya malının nəzərəcarpacaq fərqli cəhətləri mövcuddur. İlk növbədə intellektual mülkiyyətin obyektı kimi elmi-texniki işlərin hazırlanmasından alıcıların onu alması, bazar kommersiya nəticəsinin baş verməsinə qədər uzun yol keçməsidir.

Yaradılan innovasiya məhsulu sənaye mülkiyyətidir və özündə aşağıdakıları cəmləşdirir:

- İxtiraya verilən patent. Patent dedikdə-Avropa İttifaqı ölkələrinin qanunvericiliyinin tanıdığı müxtəlif növ sənaye patentləri başa düşülür. Onlara: gətirilmə patentlər, təkmilləşdirmə patentləri; əlavə patentlər və şəhadətnamələr; faydalı nümunələr; sənaye modelləri; fabrik və ya ticarət işarələri; firmanın adı və yaranma və ya yaranma yerinin göstərilməsi və s.

İxtiraya verilən patent - ixtiraçıya onun ixtirasından istifadə etmək üçün hökumət orqanları tərəfindən verilən hüquqdur. Patent sahibkara ixtiranın mülkiyyət titulu verir. Patentə yiyələnməyin müddəti 15-20 ildir. Patentlərin realizəsi lisenziya və patentvermə agentlikləri tərəfindən verilən lisenziyanın vasitəsilə aparılır.

Lisenziya razılığı əmtəə işarəsi, texniki bilik, ixtiradan kommersiya və istehsal məqsədilə istifadə etməyə imkan verən hüquq haqda müqavilədir.

İnnovasiya bazarının xüsusiyyətləri aşağıdakılardır:

- məhsulda intellektual tərkib yüksəkdir (bilik, informasiya, təcrübə);

- innovasiya bazarında əmtəə təkrarən istifadə oluna bilər, ayrı-ayrı yeniliklərdə, texnoloji kompleks işə vahid elmi-texniki dərəcədə realizə oluna bilər;

- innovasiyanın qiyməti onların yaradılmasına çəkilən xərclərlə deyil, istehlak dəyəri və innovasiyaya olan tələblə müəyyən edilir;

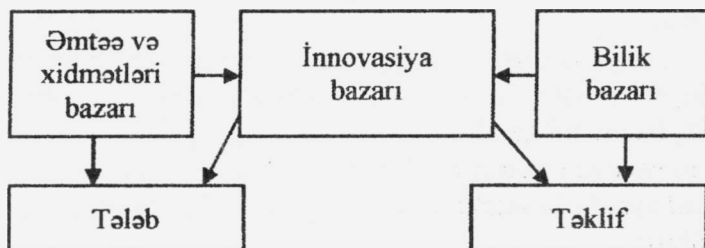
- innovasiya bazarı qeyri-müəyyənliyə malikdir, ona bir tərəfdən tsiklik amillər, digər tərəfdən isə elmi-texniki potensialın vəziyyəti və istehsal sferası, ticarət-siyasi şərait, innovasiyanın realizəsi təsir edir;

- texnoloji mübadilədə bir neçə subyektlər eyni vaxtda iştirak edir.

İnnovasiya bazarı-yeniliyin yaradılması və tətbiqi məqsədilə qabaqcıl texnologiyaların və layihələrin inteqratorları, iqtisadiyyatın real sektorunun müəssisələri və fiziki şəxslərin iqtisadi münasibətlərinin məcmusudur. Qabaqcıl texnologiyaların inteqratorları fundamental və tətbiqi elmin inkişafı ilə məşğul olan təşkilatlardır.

İqtisadiyyatın real sektorunun müəssisələrinə sənaye və aqrar sənaye kompleksi, nəqliyyat və əlaqə, tikinti kompleksləri və əmtəə istehsalı və xidmət sferasının tərkib hissələri aiddir.

Fiziki şəxslər kimi həm ideya mənbəyi olan, həm də innovasiya məhsulunun birbaşa istehlakçıları iştirak edir. Bu qeyd etdiyimiz anlayışlara uyğun olaraq innovasiya bazasının struktur modeli aşağıdakı kimi olar (şəkil 16).



Şəkil 16. Bilik bazasının və əmtəə və xidmətlər bazasının qarşılıqlı əlaqəsi.

Bazar münasibətlərinin subyektləri kimi innovasiya bazarının iştirakçıları çıxış edir. Onlar fəaliyyət növlərinə görə ya elmi-tədqiqat və elmi-texniki fəaliyyət göstərir, mövcud və ya potensial innovasiya sifarişçiləridirlər, ya da innovasiyanın istehlakçılarıdır. Daxili institusional mühit bazar iştirakçılarını birləşdirən bir məkana çevrilir. O özündə subyektlər arasındakı normalar, qaydaların məcmusunu təşkil edir ki, bu da subyektlərin qarşılıqlı fəaliyyətinin səmərəliliyini artırmış olur (şəkil 17).



Şəkil 17. İnnovasiya bazarının birləşdirilmiş struktur modeli.

İnnovasiya bazarı özünün sfesifik funksiyalarına malikdir. Onlara:

- 1) iqtisadiyyatın real sektorunun müəssisələrinin innovativ yeniliklərə olan tələbini təmin etmək;
- 2) real sektor müəssisələrinin qabaqcıl texnologiya və layihələrin integratorlarının bazalarında aparılan tətbiqi elmi araşdırmaların maliyyələşdirilməsi;
- 3) yeni biliyin yaranması və meydana çıxması;

- 4) innovativ əmtəə, xidmət və texnologiyaların yaranması;
- 5) innovasiyanın yayılması;
- 6) ölkə, region, müəssisənin rəqabətqabiliyyətinin yüksəldilməsi aiddir.

İnnovasiya bazarının xüsusiyyəti daim yeni elmyönümlü yüksək texnoloji məhsul və xidmət meydana gəlməsi və bu bazara daxil olmasıdır.

İnnovasiya bazarı 2 yerə bölünür:

- qeyri-maddi innovasiya (ideya, patent, nou-hau);
- innovativ əmtəə və xidmət bazarı.

Qeyri-maddi innovasiya bazarı innovativ ideya, patent, nou-hau satışı və alışı üçün olan sahədir.

İnnovativ əmtəə və xidmətlər bazarının alqı-satqı obyektı innovasiya ideyalarının ya sınaq, ya da hazır sənaye nümunəsinə çatdırılması mərhələsidir.

İnnovasiya bazarı çoxsaylı institutları əhatə edir. Bu mühit maliyyə və qeyri-maliyyə institutları məcmusundan ibarətdir. Bunu cədvəl 6-da aydın görmək olar.

Bütün dərəcəli innovasiya kommersiya və qeyri-kommersiya mübadilə predmeti ola bilər.

İnnovasiya bazarı-texnologiyaların, əmtəə və xidmətlərin yaranması, tətbiqi, ötürülməsi və istifadəsi prosesində yaranan bazar münasibətlərinin məcmusudur. İnnovasiya bazasında təkcə hazır məhsul deyil, həmçinin tamamlanmamış intellektual məhsul təklif edilir.

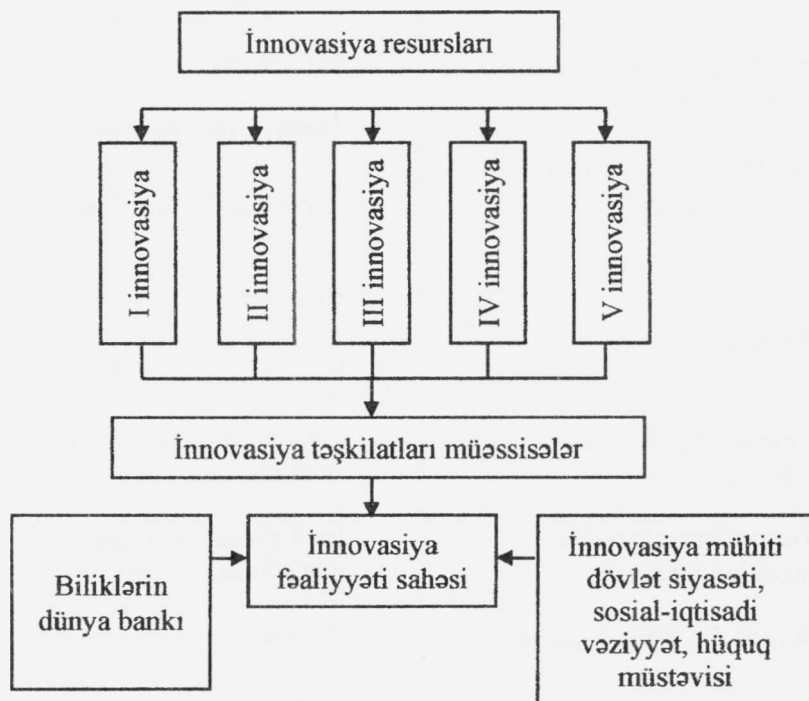
Müxtəlif növ innovasiya üçün ümumi xüsusiyyət yeni məhsul istifadəsinin həm istehlakçı, həm də istehsalçı üçün səmərəli olmasıdır. Yeniliklərin hamısı bazarda realizə edilə bilər. İnnovasiya sferasında mübadilə obyektı innovasiya prosesinin realizəsinin istənilən mərhələsinin nəticəsi ola bilər: yeni fundamental tədqiqat, tətbiqi tədqiqat, mənimləmə, işlənilmə hazırlamaq. İnnovasiya fəaliyyətinin müasir strukturunda aşağıdakı dərəcələr mövcuddur. (Şəkil 18).

Cədvəl 6.

İnnovasiya bazarının tərkibi

Dövlət	Dövlət
Dövlət büdcədən kənar fondları	Texnoloji platformalar
Dövlət sifarişi	Xüsusi iqtisadi zonalar
Dövlət müsabiqəsi	Qanunverici hakimiyyət institutları
Risqlər fondu və kompaniyalar	Elm şəhərcikləri
İnvestisiya fondları və kompaniyalar	İnnovasiya yığımları
Beynəlxalq	Biznes sürətləndirilməsi
Xarici investisiya fondları	Biznes mələkləri
Beynəlxalq investisiya təşkilatı	Biznes inkubatorlar
Vençur kapitala malik xarici kompaniyalar	Transfer texnologiyalar mərkəzi
Beynəlxalq vençur fondu	İntellektual mülkiyyətin müdafiə mərkəzləri
	Texniki mərkəzləri
	Subkontraktasional mərkəzləri
	Xarici biznes mərkəzləri

1. I dərəcəli innovasiya-fundamental tədqiqatların nəticəsi; yeni ümumi elmi ideya; “nou-hau”;
2. II dərəcəli innovasiya – tətbiqi tədqiqatlar nəticələri; yeni elmi ideya, “nou-hau”;
3. III dərəcəli innovasiya – yeni yaradılacaq məhsulun texnologiyası, istehsalın hazırlanması;
4. IV dərəcəli innovasiya – istehsalın inkişafının nəticəsi; innovasiyanın modifikasiyası;
5. V dərəcəli innovasiya – innovativ xidmətlər, innovasiya brendləri.



Şəkil 18. İnnovasiya fəaliyyətinin müasir strukturundakı dərəcələr.

İnnovasiyanın səmərəli yayılması üçün təklifin innovatoru (satıcı) və təklif innovatorun (alıcı) iştirakı vacibdir.

İnnovasiya bazarının malgöndərən və alıcılarının növləri aşağıdakı cədvəl 7-də göstərilir.

Cədvəl 7.

Növlər	Tələb	Təklif
Yenilikçilər	Yeni ideya generatorları	İlk dəfə realizə edilən yeni ideyalar
Vasitəçilər	Aprobasiyadan keçirildikdən sonra yeni məhsul əldə edən ilk qrup	Dəyişdirilmiş və yaxşılaşdırılmış innovasiya
Əvvəlki çoxluq	Dəyişdirilmiş və yaxşılaşdırılmış məhsulları istifadə edənlər	Yeniliyi kütləvi istehsalə tətbiq edənlər
Geri qalanlar	Ənənəvi mallar istehsal edənlər	Həyat tsiklinin bitmiş mərhələsində olan məhsullar istehsal edən firmalar

Məhz malgöndərən və malalanların vasitəsilə innovasiya bazarı fəaliyyət göstərir və inkişaf edir.

3. İNNOVASIYA BAZARININ İNKİŞAF AMİLLƏRİ

İnnovasiya bazarının vəziyyəti aşağıdakı amillərin məcmusu ilə müəyyən edilir:

1) Dünyaevi biliyin astanası. Bu ümumi və xüsusi biliklərin problemləri və nailiyyətləri arasındakı sərhədi təşkil edir. O, elmi cəmiyyətə gələcək fundamental tətbiqi tədqiqatlara istiqamət, mühəndis və idarəetmə korpusuna isə araşdırmaların tətbiqi üçün baza yaradır.

2) *Innovasiya resursları*. Lazım olan və əlçatan innovasiya fəaliyyət resurslarının miqdarı ilə ölçülür. Bu coğrafi vəziyyət, sosial-hüquqi və iqtisadi mühit innovasiya bazarının subyektləri arasındakı qarşılıqlı əlaqələrin dərəcəsindən asılıdır.

3) *Innovasiya sahibkarları*. Bu inkişaf etmiş innovasiya potensialı spesifik biznesmen tipidir. Onlar yenilikçilər - orijinal elmi-tətbiqi məhsulun müəllifi və ictimaiyyət-istehsal və istehlak sferası arasında əlaqələndirici halqadırlar.

4) *Innovasiya aktivliyi meydanı*. Bu bilik və vərdislərin uyğun ierarxik dərəcəsi, sahələrdə tətbiq edilən potensial obyektlərin fəaliyyətini əhatə edir. Potensial innovasiya obyekti - "cəmiyyət - yaşayış mühiti-texnika" çərçivəsində fəaliyyət göstərən "dar" yerlərdir.

5) *Innovasiya mühiti*. Bu, innovasiya bazarının amillərinin qarşılıqlı əlaqəsi üçün münbit şərait təşkil edir. O özündə lazımı sosial, hüquqi, iqtisadi, informasiya və digər institutlar birləşdirir. Bu institutlar həm yenilikçiləri, həm də innovasiya fəaliyyətini dəstəkləyir. Ona virtual korporasiyalar, texnopolislər, biznes-inkubatorları aid etmək olar.

İnnovasiya iqlimi fəaliyyət göstərən müəssisə üçün şəraiti xarakterizə və onun innovasiya yaratmaq və istifadə etmək imkanlarını müəyyən edir.

İnnovasiya bazarının fəallığı 7 əsas bazar qüvvəsinin əsasında qiymətləndirilir.

1) Giriş maneələri - sahədə yeni firmaların yaranmasını ləngidir. Giriş maneələri müxtəlif mənşəli ola bilər:

- a) institusional maneə;
- b) xərclərlə bağlı olan maneələr;
- c) məhsulun diferensiallığı ilə bağlı maneələr;
- d) digər maneələr, distribyuter şəbəkələri, vacib olan resurslarla əlaqəli olan maneələr.

2) İstehlakçıların gücü onların tələbatı və alışı onlar üçün səmərəli olan şərtlərlə nail ola bilməsi bacarığı ilə əlaqədardır;

3) Müasir şəraitdə rəqib arasındakı mübarizə innovasiya fəaliyyətini ləngidir, belə ki, rəqiblər öz şəxsi maraqları haqda fikirləşir, innovasiya tələblərinin təmin edilməsini düşünmürlər. Innovasiya bazarının xarakterik xüsusiyyəti rəqabət deyil, kooperasiyadır;

4) Əvəzedici məhsulun miqdarı;

5) Çıxış maneələri;

6) Mövcud məhsulun qocalma təhlükəsi; istehlakçılarda yeni tələbatın yaranması; istehlakçıların zövqünün dəyişməsi və digər məhsullara üstünlük vermələri; əmtəənin həyat tsiklinin ixtisara düşməsi; rəqabətin sərtliyi müəssisənin innovasiya fəaliyyətinin fəallaşdırılması kriteriyalarıdır.

7) Innovasiya iqliminin xarakterik xüsusiyyəti cəmiyyətin innovasiyanı, yeniliyi qəbul etməsidir.

Bu ölkənin iqtisadiyyatının bütün sahələrinin zənginləşməsi, innovasiyanın səmərəli mənimsənilməsi xüsusiyyətidir.

Innovasiyanın qəbul edilməsini müəyyən edən amillərə dünya bazarının təbəqələri; əmtəə-pul münasibətlərinin inkişaf dərəcəsi; innovasiya infrastrukturalarının inkişaf səviyyəsi; innovasiya müəssisələrinin təşkili quruluşunun səmərəlilik dərəcəsi; ictimai istehsalda bərqərar olan iqtisadi quruluş; ölkənin elmi-texniki potensialının gücü aiddir.

Innovasiya fəaliyyətini xarakterizə edən digər amil-müəyyən region və cəmiyyətin, müəssisənin innovasiya xüsusiyyətləridir.

Innovasiya xüsusiyyətləri - konkret bazarlarda realizə ediləcək rəqabətə davamlı yeni məhsul, yeni texnologiyalar yaratmaq imkanıdır.

Milli innovasiya xüsusiyyəti iqtisadi quruluşun səmərəliliyinin qiymətləndirilməsinin mühüm göstəricisidir.

Milli elmi-texniki potensialı müəyyən edən əsas amilləri qeyd edək:

a) elmdə dünya səviyyəli elmi nəticələrin sayının az olması;

b) istehsala tətbiq ediləcək elmi layihələrin ehtiyatlarının olmaması və ya az olması;

c) elmi nailiyyətlərlə məşğul olan kadrların azlığı;

d) ixtira və elmi araşdırmalara çəkilən xərclərin azalması.

İnnovasiya qabiliyyəti və innovasiya qəbulunun uyğun gəlməməsinin əsas səbəbi - müəssisələrin müxtəlif sahələrlə səmərəli əlaqəsinin olmamasıdır.

İnnovasiya iqlimi o vaxt əlverişli olardı ki, innovasiya fəaliyyətinin müxtəlif əlaqə formalarına dəstəyi təmin edilərdi.

Bu dəstək bir tərəfdən innovasiyaya olan tələbin təklifi stimullaşdırmasına, digər tərəfdən infrastrukturların inkişafına kömək etməlidir.

İnnovasiya iqliminin yaradılması üçün vacib olan şərtlər:

1) elmi-texniki tərəqqinin prioritet istiqamətlərinin düzgün seçilməsi;

2) qəbul olunmuş prioritetlərə uyğun dövlət resurslarının rəşional bölüşdürülməsi;

3) özündə iqtisadi, hüquqi, maliyyə dəstəyini cəmləyən innovasiya fəaliyyətini stimullaşdırən iqtisadi mexanizmin islahatları;

4) innovasiya fəaliyyətinin regionlarla marağının uęotu;

5) bazar iqtisadiyyatı münasibətlərinin inkişaf şəraitində innovasiya proseslərinin təhlili və proqnozlaşdırılması;

6) innovasiya fəaliyyətinin təşkilində müsabiqə-ekspert sisteminə keçid;

7) istehsalda yeniliyin tətbiqinə yönəldilmiş texnoloji sürətləndirmə.

4. İNNOVASIYA BAZARININ DÖVLƏT TƏNZİMLƏNMƏSİ

İnnovasiya iqliminin inkişaf elementləri dövlətin, iqtisadi subyektlərin fəal iştirakı ilə formalaşır.

İnnovasiya fəaliyyət sferasının dövlət dəstəyi aşağıdakı ki-

midir:

- fundamental və tətbiqi tədqiqatların elmi ehtiyatlarının formalaşdırılması;

- elmi kadrların hazırlanması;

- bazarın strukturunun səmərəli təşkilinə nəzarət;

- innovasiya ideyalar bazasının formalaşdırılması;

- maddi-texniki və eksperimental bazanın hazırlanması;

- prioritet layihələrin maliyyələşdirilməsi;

- innovasiyanın vergitutma işinin stimullaşdırılması üzrə qanunverici tədbirlərin hazırlanması;

- problemlə məsələlər üzrə əlaqələrin təşkili.

Innovasiyanın özünü tənzimləməsi aşağıdakı kimidir:

- Problemlərin oxşarlığı üzrə partnyorların axtarışı;

- integrasiya formasında əməkdaşlığın təşkili;

- əməkdaşlıq ərəfəsində lazımi infrastrukturaların yaradılması;

- əlaqədar iştirakçılar arasında innovasiya proseslərinin nəticələrinin bölüşdürülməsi.

Innovasiya fəaliyyətinin stimullaşdırılmasında dövlətin mühüm rolunu bir çox səbəblər müəyyən edir:

a) milli resurslara münasibətdə bəzi mütərəqqi tədqiqat və layihələrin yüksək xərc tələb etməsi;

b) fundamental uzunmüddətli problemlərin həllində bazar sisteminin müxtəlif çatışmamazlığa malik olması;

c) maksimum yüksək elmi-texniki səviyyədə hərbi və müdafiə sənayesinin potensialının dəstəklənməsinə can atmaq;

d) bəzi hərbi yönümlü tədqiqat və layihələrin iqtisadiyyatın mülki sahələrinə iqtisadi tətbiqi.

Dövlət, sifarişçisi olan yüksək texnoloji məhsul istehsal edən və ya, xarici rəqiblərin milli istehsala təhlükə yarada biləcək sahələrdə innovasiyanın tətbiqinin birbaşa maliyyələşdirilməsini öz üzərinə götürür. İnkişaf etmiş dövlətlərdə yeni bilik və texnologiyaların yaradılması və bölüşdürülməsi üzrə əsas yük dövlətin payına düşür. Dövlət innovasiya bazarının tənzimləyici ro-

lunu oynayır, ilk növbədə isə bu bazarın inkişafı üçün lazımı mühit yaradır. Dövlət həmçinin vahid iqtisadi sistemin bir hissəsidir, bunun üçün o öz hakimiyyətini artırma bilməz, əks halda globallaşma şəraitində qeyri-qənaətbəxş dövlət siyasəti innovasiya resurslarının daha uyğun mühitə yönəlməsinə səbəb ola bilər.

Dövlətin rolu özünü həm də, ictimai istehlakın təmin edilməsi prioritetlərinin müəyyən edilməsində, o cümlədən bu model çərçivəsində innovasiya fəaliyyətinin birbaşa və dolayı metodlarla stimullaşdırılmasında göstərir. Dövlət təsərrüfat subyektləri qarşısında uzunmüddətli məqsədlər əsasında prioritet istiqamətləri müəyyən edir.

Dövlət bu elm bölməsində müasir kriteriyalar üzrə vəsaitlər və resursları bir yerə cəmləşdirərək, onların nəticələrinin istehsalı, milli elmi məktəblərin qorunmasına yönəldə bilər. Dövlət bir qayda olaraq aşağıda qeyd edilən sahələrdə innovasiya nəticələrinin tətbiqində maraqlıdır, bunlar texnologiyaların yenilənməsi, biotexnologiya və tibbi ixtiralar, kosmik tədqiqatlar, riyazi modelləşdirmə, kimya texnologiyaları və s.-dir.

Dünya təcrübəsi göstərir ki, bu sahədə dolayı metodlarla innovasiya fəaliyyətinin aktivləşdirilməsi birbaşa təcrübədə daha səmərəli sayılır. Dolayı metodların ən mühüm dövlət və özünü-tənzimləmə prinsiplərinin birləşdirilməsini nəzərdə tutan səmərəli informasiya mübadiləsi ilə təmin edilməsidir.

İnnovasiya bazasının dövlət tərəfindən tənzimlənməsi amilləri aşağıdakı kimidir:

1. İnfrastruktur şəraiti:

- informasiya dəstəyi;
- vençur kapitalı;
- konsaltinq və təlim xidmətləri;
- sertifikatlaşdırma və standartlaşdırma üzrə xidmətlər;
- lizinq xidməti;
- patent-lisenziya xidmətləri;
- innovasiyanın hərəkət etdirilməsi və reklam üzrə xidmət.

2. Təklif istiqamətində şəbəkənin fəaliyyət şəraiti.

- elmi biliklərin daxili inkişafı;
- lazımi resursların miqdarı;
- realizəsi;
- innovasiyanın dərəcələri arasındakı məsafələr.

3. Tələb tərəfindən şəbəkənin fəaliyyət şəraiti:

- iqtisadiyyatın vəziyyəti;
- elmi-texniki məhsula olan tələbat;
- ödəmə qabiliyyətli tələb.

Müxtəlif iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrdə innovasiya bazarının dövlət tərəfindən tənzimlənməsi təcrübəsini nəzərdən keçirək.

Yaponiyada bu informasiyanın yığılması və mübadiləsi dövlətlə şəxsi sektorun qarşılıqlı əlaqəsinin yüksək səviyyədə aparılmasına əsaslanır. 1962-ci ildən Yaponiyada Xarici Ticarət və Sənaye Nazirliyinin nəzarəti altında xarici informasiyanın yığılması üzrə formalaşmış struktur fəaliyyət göstərir. Yaponiyanın bütün əsas və ictimai təşkilatları daha çox kommersiya üsulu ilə informasiya mübadiləsində iştirak edirlər.

Almaniyada informasiyanı iri informasiya-analitik mərkəzlərin köməyi ilə əldə edirlər ki, buraya iri banklar, sığorta kompaniyaları, tanınmış industria biznes qrupları daxildir.

Ümumiyyətlə, müxtəlif nazirliklər və şöbələrdə vasitəçi strukturlar fəaliyyət göstərir ki, nazirliyin göstəricilərində lazımi informasiyalar əldə edilir. Bu informasiya, bir qayda olaraq qeyri-bazar metodları ilə paylanır, bu işə məlumatların sərbəst əldə edilməsinə çətinlik yaradır.

5. TEXNOPARKLARIN MAHIYYƏTİ VƏ ƏSAS XÜSUSİYYƏTLƏRİ

Texnoparklar. Texnologiyalar parkı - mütəxəssislər tərəfindən idarə edilən ən son texnoloji nailiyyətlərin innovativ həllərlə qovuşduğu və geniş təcrübə ilə dəstəkləndiyi zavodlar komp-

leksidir. Texnoloji parklarda qarşıya qoyulan məqsədə çatmaq üçün onlar elmi-tədqiqat institutları, universitetlər, şirkətlər və bazarlar arasında bilik və texnologiyalar axınıni idarəetmə və stimullaşdırmağı bacarmalıdır. Universitetlər və ya Elmi-Tədqiqat İnstitutları texnoparkların vahid təsisçisi ola bilər. Bir çox hallarda texnoparkların 2-dən 20-yə qədər təsisçisi ola bilər. Hər bir təsisçinin yatırımı onun resurslarından asılıdır:

- ali təhsil ocağı - texnologiyanın verilməsi, torpaq, dövriyyə kapitalı;

- yerli hakimiyyət - torpaq, infrastruktur, qrantlar;

- bank - kapital qoyuluşu, maliyyə ekspertizası, vençur kapitalı;

- istehsal müəssisələri - torpaq, infrastruktur, kapital qoyuluşu, layihələrin ekspertizası.

Texnoparkların vəzifələrinə şəhərin iqtisadi inkişafına tökan vermək, məhsulun keyfiyyətinin səviyyəsini təmin etmək, yüksək texnoloji sahələrin şirkətlərinin gəlirlərinin artırılmasına kömək etmək daxildir.

Texnoparkların mahiyyəti ilk növbədə elmi-texniki yeniliklərin işlənməsi, hazırlanması və istehsalata tətbiqi ilə bağlı proseslərin məcmusunda formalaşmışdır. Texnoparkların başlıca məqsəd və əsas missiyası biliklərin və ixtiraların texnologiyalara çevrilməsi, bunlar əsasında müxtəlif təyinatlı elmtutumlu və yüksək dəyərli rəqabətqabiliyyətli məhsulların hazırlanması, bunlarla bağlı proseslərin sənayedə tətbiqi, yüksək texnologiyalar əsaslı biznes müəssisələrinin dəstəklənməsi, sənayenin strukturunun yenilənməsi və diversifikasiyalasdırılması, dünya standartlarına malik mal və məhsulların, xüsusilə də ixrac mallarının çeşidinin artırılması, iqtisadiyyatın innovasiyalasdırılmasının sürətləndirilməsi, məşğulluğun gücləndirilməsi, bütövlükdə ölkənin sənaye və ixrac potensialının artırılmasıdır.

Texnopark elm və innovasiya fəaliyyətini, bu sahələrin mühüm elementlərini özündə birləşdirən səmərəli iqtisadi me-

xanizm kimi fəaliyyət göstərdiyindən burada, bir qayda olaraq, strateji vəzifələrin yerinə yetirilməsi hədəf vəzifə kimi qarşıya qoyulur. Dünya təcrübəsində onlarca ölkə özünün milli iqtisadi inkişaf prosesinin davamlılığını təmin etmək, müasir texnologiyaların tətbiqini sürətləndirmək, elm və kapitaltutumlu sənaye sahələrini yaratmaq, rəqabətqabiliyyətli məhsulların çeşidini artırmaq, sənaye potensialını gücləndirmək, kiçik və orta biznesin, sahibkarlığın inkişafına əlavə stimullar vermək məqsədilə texnoparkların yaradılmasına xüsusi diqqət göstərmişdir və bu proseslər hazırda da davam edir. XX əsrin sonlarından başlayaraq bir qrup postsosialist və postsovet dövlətləri də texnoparkların yaradılmasına böyük maraq göstərməyə başlamışlar. Texnoparklar kompleks fəaliyyət məkanı kimi yerli və xarici elmi-tədqiqat resurslarını, ixtira və patent məhsullarını, mütərəqqi ideyaları və dəyərli təklifləri, mürəkkəb elm və kapitaltutumlu layihələri, bu sahələrə maraq göstərən şirkət və kompaniyaları, investorları və maliyyə qruplarını bir yerə toplayaraq, effektiv elmi-texniki fəaliyyətin təşkilinə imkan verir və yüksək nəticələrə əldə edilməsinə şərait yaradır.

Texnoparklar insan kapitalının reallaşdırılmasında mühüm funksiyaları yerinə yetirir. Bu quruma daxil olan müxtəlif fəaliyyət sahələri yaradıcı insanın ortaya qoya biləcəyi intellektual məhsulların real həyata yolunu açır. Elm və innovativ ideyalar texnoparklarda cəmlənmiş müxtəlif texnoloji transfer qurumlarında, laboratoriyalarda, texniki mərkəzlərdə, sınaq komplekslərində, istehsal qurğularında, çox sayda mürəkkəb funksiyaları özündə birləşdirən yüksək texnoloji avadanlıqlarda, firma və kompaniyalarda hazırlıq mərhələlərini və prosesləri keçir, istehsalata tətbiq olunur, sənaye üsullu məhsula çevrilir, nəhayət, yerli istehlak bazarında yüksək rəqabətqabiliyyətli məhsul olmaqla bərabər, ixrac potensialını da artırır.

Texnoparklar yerləşdiyi regionların iqtisadi inkişaf prioritetlərindən, əsas vəzifə və məqsədlərindən asılı olaraq bir sıra for-

malar - elmi park, innovasiya mərkəzi, kommersiya parkı, texnoloji parklar kimi fəaliyyət göstərir. Onlar adətən universitetlərin, elmi-araşdırma mərkəzlərinin, sənaye potensialına malik ərazilərin yaxınlığında yaradılır. Kommersiya təyinatlı texnoparklar istehsalla, eyni zamanda hazır məhsulların qablaşdırılması və satışı ilə də məşğul olur. Sənaye təyinatlı texnoparklarda, bir qayda olaraq, yüksək texnologiyalar əsaslı və ixracyönlü məhsullar istehsal edilir. Dünya texnoparklarının 45 faizinin yaradılmasında məqsəd regionların inkişaf etdirilməsi, burada rəqabətqabiliyyətli müəssisələrin yaradılması, məhsul istehsalının təşkili problemləri əsas götürülmüşdür, 40 faizi isə birbaşa sənaye sahələrinin inkişafı məqsədilə yaradılmışdır. Ümumilikdə dünya üzrə fəaliyyət göstərən texnoparkların 33 faizi dövlətlər tərəfindən, 45 faizi qarşılıqlı mülkiyyət formasında yaradılmışdır. Bu kimi effektiv iqtisadi mexanizmlərin mühüm xüsusiyyətlərindən biri də onların əsas etibarilə şəhərlərdə və ya şəhəratrafi zonalarda yerləşməsidir. Məsələn, dünyada üzrə mövcud texnoparkların 75 faizi şəhərlərdə fəaliyyət göstərir, 24 faizi isə şəhərlərdən 25 kilometr uzaq olmayan məsafədə yerləşir. Bu texnoparkların 56 faizi böyük, 44 faizi kiçik şəhərlərdə yaradılmışdır. Bütövlükdə dünya üzrə fəaliyyət göstərən 4000-dən çox texnoparkın 43 faizi ABŞ-da, 34 faizi Avropa İttifaqı ölkələrində, 13 faizi Çində yerləşir.

Azərbaycan iqtisadiyyatının yüksək texnologiyalar əsaslı iqtisadiyyat sahələri vasitəsilə diversifikasiyalasdırılması prosesləri sürətlənir. Sumqayıtda elektrotexnika məmulatları üzrə texnologiyalar parkı son illər Azərbaycanda yaradılan ən müasir və yüksək texnologiyalar əsaslı istehsalatlar şəbəkəsi kimi diqqəti cəlb edir. Ölkəmizdə texnoparkların digər modellərinin də yaradılmasına maraq xeyli yüksəkdir və hazırda kimya xammallarının emalı istiqamətində texnoparka rezidentlərin cəlb edilməsi prosesləri intensivləşir. Ölkə rəhbərinin 21 dekabr 2011-ci il tarixli fərmanı ilə yaradılmış Sumqayıt Kimya Sənaye Parkının

fəaliyyətinin genişlənməsi ilə yüksək rəqabətqabiliyyətli kimya məhsullarının istehsalının çeşidi və ixrac potensialı əsaslı şəkildə artacaq.

Bakı şəhərində Balaxanı Sənaye Parkının və Yüksək Texnologiyalar Parkının, həmçinin Mingəçevir Sənaye Parkının yaradılması da iqtisadiyyatımızın davamlı inkişafının və rəqabət qabiliyyətinin artırılmasında, elmi və texnoloji nailiyyətlərə əsaslanan innovasiya və yüksək texnologiyalar sahələrinin genişləndirilməsində, elmi tədqiqatların aparılmasında, yeni texnologiyaların işlənilməsi üzrə müasir komplekslərin yaradılmasında, yüksək dünya standartlarına cavab verən ixrac yönümlü məhsulların çeşidinin artırılmasında əhəmiyyətli rol oynayacaq.

Texnoparklar Azərbaycanın sənaye və ixrac potensialının artmasına imkan verəcəkdir.

6. TEXNOPARKLARDAN SƏMƏRƏLİ İSTİFADƏ EDİLMƏSİNDƏ DÜNYA TƏCRÜBƏSİ

ABŞ-da XX əsrin 30-cu illərindən başlayaraq sənaye potensialının və ixracın strukturunun genişləndirilməsi üçün sənaye zonalarının, sahibkarlıq fəaliyyətinin gücləndirilməsinə imkan verən texnoparkların yaradılmasına üstünlük verilmişdir. Texnoparklarda elm və kapitaltutumlu müasir texnologiyaların işlənməsi, hazırlanması və tətbiq edilməsi proseslərinin kompleks təşkili mümkün olmuşdur. Burada elmi-tədqiqat müəssisələrinin əldə etdiyi elmi nəticələrin istehsal proseslərinə yol tapabilməsi üçün əlverişli iqtisadi mühit formalaşmışdır. Belə ki, ixtira və kəşflərin praktiki proseslərdə gerçəkləşdirilməsi üçün zəruri investisiya resurslarının cəlb edilməsi, istehsal proseslərinin səmərəli təşkili və beynəlxalq elmi-iqtisadi və elmi-texniki əməkdaşlığın səmərəli qurulması üçün texnoparklar çevik və işlək iqtisadi mexanizm kimi olduqca əlverişli fəaliyyət imkanına

malikdir. Təsadüfi deyil ki, dünyanın ən iri və səmərəli texnoparklarından biri olan “Silikon vadisi” texnoparkı 1951-ci ildə Kaliforniyada - Stenford Universitetində yaradılmışdır. Burada dünya üzrə hesablama texnikası və kompüterlər istehsalının 20 faizə qədəri reallaşdırılır. Bu texnoparkda dünya informatikasının konstruktor potensialının sənaye üzrə 15, konstruktor potensialı üzrə isə 30 faizi cəmlənmişdir. “Silikon vadisi” texnoparkında 8000-dən çox şirkət və kompaniya yüksək texnologiyaların işlənməsi, hazırlanması, istehsalata tətbiqi, rəqabətqabiliyyətli məhsulların istehsal və ixracı ilə bağlı məhsuldar fəaliyyət göstərir. Burada dünyanın 100-ə yaxın ən iri şirkət və kompaniyası özünün elm, texnologiya və istehsal mərkəzlərini - sahələrini açmışdır. Şimali Karolinanın universitet və elmi mərkəzlərini özündə birləşdirən “Üçbucaq” parkı, Massaçusets Texnologiya İnstitutu və 120 tətbiq firmasını əhatə edən “Boston marşrutu 128” tədqiqat parkı, 50-yə qədər elmi-tədqiqat və təcrübə-konstruktor firmalarını birləşdirən Yuta Universiteti texnoparkları da ABŞ-in effektiv fəaliyyət göstərən texnoparklarındanır.

Yaponiya yüksək texnologiyaların işlənməsi, hazırlanması və tətbiqi sahəsində dünyanın ən qabaqcıl mərkəzlərindən birinə çevrilmişdir. Yüksək intellekt, kəşf və ixtiralar, elmi innovasiyalar bu ölkənin iqtisadi siyasətinin ən mühüm strateji istiqamətlərinin əsasında dayanmışdır. Yaponiyada texnopark statuslu iqtisadi mexanizm kimi texnopolislərdən effektiv istifadə diqqəti cəlb edir. Ölkədə texnopolislərin yaradılmasına 1960-cı illərin əvvəllərində başlanmışdır. Həmin dövrdə Yaponiya hökuməti iqtisadi siyasətində ən yüksək texnologiyaların işlənməsi və tətbiqinə mühüm yer verməyi strateji vəzifə kimi müəyyənləşdirmişdi. Texnopolislər elmi və texniki yeniliklərin əldə edilməsi məqsədilə yüksək inkişaf etmiş istehsal, elm və təhsilin qarşılıqlı inteqrasiyası, sintezi əsasında formalaşmışdır. Dünya təcrübəsində texnopolislərin yaranması, formalaşması və inki-

şafı prosesləri bilavasitə Yaponiya ilə bağlıdır. Bu ölkədə elm və texnikanın ən müasir texnologiyalar əsasında inkişafını təmin etmək, innovativ elementlərin real iqtisadi proseslərə tətbiqinə imkan verən kəşflərin və ixtiraların işlənməsinə və hazırlanmasına əlavə stimullar vermək, ən mürəkkəb cihazların, robotların və digər mütərəqqi qurğuların kəşfi və istehsalının təşkilinə nail olmaq, elm adamlarının bilik və bacarıqlarını praktiki elmi-texniki proseslərə yönəltmək, elm və innovasiyatutumlu yüksək rəqabətqabiliyyətli istehsal şəbəkələrini yaratmaq məqsədilə texnopolislərdən uğurla istifadə edilir. Tsikuba texnopolisində 145 min nəfər çalışır və onların əksəriyyəti alim və tədqiqatçı, yüksək ixtisaslı mühəndisdir. Bu texnopolisdə 3 universitet, kompüter texnologiyaları mərkəzi, bioelektronika və tibb üzrə tədqiqat müəssisələri, 420-dən çox tətbiq firma və kompaniyası birgə fəaliyyət göstərir.

Böyük Britaniyada texniki təyinatlı və innovasiyaların tətbiqi proseslərini sürətləndirməyə imkan verən sənaye sahələrinin inkişaf etdirilməsində texnoparklardan geniş istifadə edilməsini də qeyd etmək olar. Həmin ölkədə fəaliyyət göstərən Kembric texnoparkında bu universitetin özü, 200-ə qədər tədqiqat institutu və 360-dan çox firma birlikdə məhsuldar elmi-texniki fəaliyyətlə məşğul olur.

Almaniya isə yüksək rəqabətqabiliyyətli maşınqayırma, kimya, əczaçılıq, qara metallurgiya, dəqiq mexanika sənaye sahələrinin sürətli inkişafında sənaye parklarından - texnoparklardan uğurlu istifadəyə nail olmuşdur. Əgər 1980-ci illərin əvvəllərində bu kimi texnoparkların sayı Almaniya da bir neçə idisə, 10 ildən sonra onların sayı 70-dən çox olmuşdur. Hazırda bu ölkədə texnoparkların ümumi sayı 120-dən çoxdur.

Müasir dünyanın inkişaf etməkdə olan ölkələri dünya iqtisadi proseslərində əhəmiyyətli mövqeləri ilə güclənməkdədir. Əgər XX əsrin 90-cı illərinin əvvəlində Şərqi və Cənubi Asiya ölkələri dünya iqtisadiyyatında ÜDM-in xüsusi çəkisinə görə

cəmi 1 faiz paya malik olmuşdursa, XXI əsrin əvvəllərində bu rəqəm 14 faiz səviyyəsində olmuşdur. İqtisadi inkişaf etmiş ölkələr sırasında Çin xüsusilə fərqlənir və bu ölkə son 20 il ərzində ən sabit iqtisadi inkişaf dinamikasına malik dövlət kimi dünya iqtisadiyyatında böyük nüfuz qazanmışdır. Bu ölkədə son illər dünyanın ən müasir inkişaf etmiş sənaye sahələri yaradılmışdır və həmin sahələrin əksəriyyətində yüksək texnologiyalar tətbiq olunmuşdur. Çinin iqtisadi inkişaf proseslərində sənaye və ixrac təyinatlı texnoparkların əhəmiyyəti olduqca böyükdür. Çində sənaye texnoparkları ümumi ÜDM-də 5 faizlik göstəriciyə malikdir. Texnoparklara yatırılan sərmayələrin ümumi həcmi 100 milyard dollardan çox təşkil etmişdir, sənaye təyinatlı texniki parklardan və zonalardan ixracın orta illik həcmi 50 milyard dollardan artıqdır. Çinin Tyantszin texniki-iqtisadi inkişaf zonasında dünyanın 50 məşhur transmilli kompaniyası tərəfindən 100-dən çox irimiqyaslı elmi-texniki layihə reallaşdırılmışdır. Ümumilikdə Çində 130-a yaxın yüksək və yeni texnologiyaların işlənməsi və tətbiqi üzrə texnoparklar - sənaye zonaları fəaliyyət göstərir və onların yarısı mühüm dövlət əhəmiyyəti kəsb edir. Çin texnoparklarında alim və mütəxəssislərin məhsuldar işləmələri üçün kompleks güzəştlər sistemi tətbiq edilmiş və bütün imkanlara malik iqtisadi mühit yaradılmışdır. Belə bir əlverişli şəraitdə ölkə alimlərinin ixtira və kəşflərinin, həmçinin elmi tədqiqatçıların əldə etdikləri nəticələrin praktiki-istehsal sahələrinə tətbiqi üçün az vaxt tələb olunur və məsrəflər azalır. Çinin texnoparklarında 20 minə yaxın elmi-tədqiqat, elmi-tətbiqi, elmi-istehsal firma və müəssisəsi fəaliyyət göstərir. XXI əsrin əvvəllərində Çinin texnoparklarında elm və innovasiyatutumlu yüksək texnologiyaların əsaslı məhsul istehsalının orta illik həcmi 100 milyard ABŞ dollarına yaxın olmuşdur. Çinin ən böyük texnoparkı olan Pekin yeni texnologiyaların inkişafı üzrə eksperimental zonanın ərazisi 100 kvadratkilometr bərabərdir. Bu zonada onlarca təhsil mərkəzi, 130-dan çox el-

mi-tədqiqat müəssisəsi və laboratoriyalar fəaliyyət göstərir. Pekin texnoparkında işləyənlərin sayı 100 min nəfərdən çoxdur. Digər Çin texnoparkında - Xeynan əyalətində yerləşən "Nan-xu" texnoparkında 12 ali təhsil müəssisəsi, 30 elmi-tədqiqat institutu, 210 elmi-tədqiqat laboratoriyası və 220 yeni və yüksək texnologiyalar əsasında fəaliyyət göstərən müəssisə qarşılıqlı fəaliyyət nəticəsində məhsuldar nəticələrə nail olur.

Azərbaycanla sıx strateji əməkdaşlıq əlaqələri olan qardaş Türkiyənin də əksər regionlarında texnoloji parkların və sənaye təyinatlı zonaların yaradılmasına önəm verilir. Türkiyə iqtisadiyyatının uğurlarının əldə edilməsində bu innovativ elm və sənaye komplekslərinin əhəmiyyəti az olmamışdır. Türkiyədə bu gün 30-a yaxın texnopark fəaliyyət göstərir, 10-a yaxını isə formalaşmaqdadır.

6. AZƏRBAYCANDA İNNOVASIYA BAZARI İNFRASTRUKTURUNUN MÜASİR VƏZİYYƏTİ

Dünya innovasiya bazarı çoxdan global xarakter almışdır. Bu bazar bütövlükdə yüksək texnologiyaya malikdir, burada əsas obyekt yeni bilik, intellektual resurslardır.

Hazırda respublikada innovasiya bazarının inkişafını ləngidən bəzi problemlər mövcuddur:

- alimlər və elmi işçiləri hazırlayanlar bir qayda olaraq bazarla tanış deyillər, onlar hətta təsəvvür etmirlər ki, onların əldə etdikləri elmi nəticələr bazar məhsuluna necə çevrilə bilər;

- bazarın iqtisadi agentlikləri praktiki olaraq müasir elmlə, onun strukturu, xarakteri ilə tanış deyillər. Onlar heç də həmişə elmi nailiyyətlərin dəqiqliyi, texnoloji səmərəsindən xəbərdar olmurlar;

- texnologiyaların transfer qaydalarını təyin edən dövlət (texniki ekspertlər və siyasətçilərin simasında) elmi laboratoriyala-

rın tədqiqatların aparılması və texnologiyaların işlənilib hazırlanması, elmi bilik və onun kommersiyalaşdırılmasının qanunvericiliyinin tətbiqinin mümkün nəticələri haqda az məlumata malikdir.

Respublika innovasiya bazarının gələcək inkişafının müəyyən edilməsinə 2 yanaşma mövcuddur:

1) İri xarici kompaniyaların ticarət markası və məhsul növlərinin məlum texnologiyalarının lisenziyaları və nou-hau əldə etmək;

2) Ölkədaxili şəxsi elmi-texniki potensialdan istifadə etmək.

Birinci halda müsbət cəhətlər bunlardır: təcrübədən keçmiş emal edilmiş texnologiyalar, dünya standartlarına cavab, keyfiyyətə nəzarət, böyük marketinq üstünlüyü, strateji texnoloji aləmlərin prinsipi üzrə müştərəklər müəssisələrin açılması, texnoloji təchizatı, əlavə kreditlərin alınma perspektivi.

Mənfi cəhəti isə xarici materiallardan istifadənin problemliliyi olması, o cümlədən xarici partnyorlara kreditlərin qaytarılmasının çətin olmasıdır.

İkinci halda innovasiya bazarının müvəffəqiyyətlə inkişaf etdirilməsi innovasiya fəaliyyətinin dövlət tərəfindən dəstəklənməsi, digər tərəfdən isə bu sahənin subyektlərinin müasir metodlarla idarə edilməsinin tətbiqidir.

Innovasiya sisteminin infrastrukturunu - innovasiya fəaliyyətinin, innovasiya məhsulunun yaradılması və reallaşdırılması üzrə xidmətlərin göstərilməsi də daxil olmaqla, həyata keçirə bilən innovasiya fəaliyyəti subyektlərinin cəmidir.

Innovasiya infrastrukturunu daima inkişaf edir, onun yeni obyektləri meydana gəlir. Bu gün innovasiya sistemi infrastrukturuna texnologiya transferi mərkəzləri, innovasiya-texnologiya mərkəzləri, texnoparklar, biznes-inkubatorlar, innovasiya fəaliyyəti üçün kadr hazırlığı mərkəzləri, vençur fondları və s. aiddir.

İnfrastruktur təşkilatları tərəfindən innovasiya fəaliyyəti subyektlərinə göstərilən xidmətləri aşağıdakı qaydada təsnifləşdir-

mək olar:

1. Sənaye-texnoloji

1. Sənaye binalarının ayrılması;
2. Qeyri - sənaye binalarının ayrılması və kommunikasiya;
3. İstehsal obyektlərinin, avadanlıqlarının ayrılması.

2. Kadr

1. Mütəxəssislərin seçimi, ayrılması;
2. Müəssisə əməkdaşlarının ixtisasının artırılması.

3. Konsaltinq

1. Texnoloji konsaltinq;
2. Hüquqi;
3. İdarəetmə sahəsində;
4. İnvestisiya sahəsində;
5. İqtisadiyyat və maliyyə sahəsində;
6. Marketing sahəsində;
7. Xarici iqtisadi fəaliyyət sahəsində və s.

4. Məlumat

1. Yeni işləmələr haqqında məlumatın potensial istifadəçilərə çatdırılması;
2. Yeni işləmələrdən istifadə üzrə konsultasiyaların təşkili;
3. Patent informasiyasına giriş;
4. Bazarlar haqqında məlumatın təqdim edilməsi;
5. VB-ya, statistik məlumatlara giriş;
6. VB yaradılması və dəstəklənməsi.

İnnovasiya infrastrukturuna daxil olan tərkib hissələrini belə xarakterizə etmək olar:

Sənaye-texnoloji infrastruktur

Sənaye-texnoloji infrastruktur müəssisələrin istehsal resurslarına girişi üçün şərait yaradır. Bura əsasən istehsal sahələrinə girişi təmin edən texnoparklar və innovasiya-texnologiya mərkəzləri, istehsal obyektlərinə girişi də təmin edən innovasiya-texnologiya kompleksləri aiddir.

Konsaltinq infrastrukturu

İnfrastruktur müəssisələrinin bu blokuna konsaltinq təşkilatları aid edilir. İnnovasiya fəaliyyətinin çoxlu spesifik xüsusiyyətlərə malik olması və bu xüsusiyyətlərin öyrənilməsi yalnız praktik təcrübəylə əldə edilir.

Kadr hazırlığı infrastrukturu

Kadr hazırlığı sisteminin inkişafı üçün innovasiya fəaliyyətini təmin edən bütün istiqamətlər üzrə tarazlaşdırılmış kadr hazırlığını təmin etmək lazımdır. Bununla belə, başlıca problem kimi onu qeyd etmək lazımdır ki, hal-hazırda sənaye müəssisələrinin əksəriyyətində müəssisənin elmtutumlu məhsulunu düzgün şəkildə bazara irəlilədən peşəkarlar yoxdur.

Məlumat infrastrukturu

İnnovasiya fəaliyyətinin dəstəklənməsi infrastrukturunun bu bloku məlumata girişin təmin edilməsi ilə bağlıdır. Bu sahədə dövlət elmi-texniki informasiya mərkəzlərinin regional sistemindən, kiçik biznesi dəstəkləyən strukturlardan, regional informasiya şəbəkələrindən ibarət kifayət qədər şaxələnmiş təşkilatlar şəbəkəsi mövcuddur. İnnovasiya problemləri üzrə böyük həcmdə məlumat internetdə yerləşdirilməlidir.

Maliyyə infrastrukturu

İnnovasiya infrastrukturu müəssisələrinin bu qrupu üzrə daha canlı müzakirələr gedir-bunlar innovasiya müəssisələrinin maliyyə resurslarına girişini təmin edən strukturlardır.

Elmi təşkilatlar innovasiya infrastrukturu obyektləri ilə qarşılıqlı fəaliyyət göstərir və ya strukturlarında innovasiya infrastrukturu obyektləri yaradırlar.

İnnovasiya infrastrukturunun əsas tərkib hissələri üzrə paylanmış qurum və müəssisələr respublikada innovasiya bazarının inkişafı, təkmilləşdirilməsi və gələcək perspektivini müəyyənləşdirməyə kömək edir (Sxem 3).

Sxem 3

*Respublikada fəaliyyət göstərən innovasiya
infrastrukturunu subyektlərinin ümumi sxemi*

İnnovasiya infrastrukturunun əsas tərkib hissələri	İnnovasiya infrastrukturunun əsas tərkib hissələri üzrə paylanmış qurum və müəssisələr
Sənaye- texnoloji tərkib	AR Rabitə və İnformasiya Texnologiyaları Nazirliyi
	AR Müdafiə Sənayesi Nazirliyi
	AR Sənaye və Energetika Nazirliyi
	AR Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyi
	AR Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi
	AR Səhiyyə Nazirliyi
	AR Dövlət Neft Şirkəti
	AR Təhsil Nazirliyi
	Sumqayıt Şəhər İcra Hakimiyyəti
	Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası
	Azərbaycan Milli Aviasiya Akademiyası
	“Azərenerji” ASC
Konsaltinq tərkibi	AR Ədliyyə Nazirliyi
	Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası
	Azərbaycanda sənaye mülkiyyəti obyektlərinin ekspertizası mərkəzi
Maliyyə tərkibi	AR Prezidenti yanında Elmin İnkişafı Fondu
	AR Mərkəzi Bankı
Kadr tərkibi	AR Sənaye və Energetika Nazirliyi
	AR Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirliyi
	AR Təhsil Nazirliyi
	AR Səhiyyə Nazirliyi

BAZAR İNFRASRUKTURU

	Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası
	Azərbaycan Milli Aviasiya Akademiyası
Məlumat tərkibi	AR Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirliyi
	AR Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyi
	AR Təhsil Nazirliyi
	AR Səhiyyə Nazirliyi
	AMEA Elmi İnnovasiyalar Mərkəzi
	AR Mərkəzi Bankı
Satış tərkibi	AR Rabitə və İnformasiya Texnologiyaları Nazirliyi
	İnternet

MÖVZU 9 İNVESTİSİYA BAZARI

1. İnvestisiya haqqında anlayış
2. İnvestisiya bazarının xüsusiyyətləri
3. İnvestisiya bazarının strukturu və infrastrukturu
4. İnvestisiya bazarının funksiyaları
5. Azərbaycan Respublikasının investisiya siyasətinin əsas istiqamətləri

1. İNVESTİSİYA HAQQINDA ANLAYIŞ

İnvestisiya - (latınca “invest”-“sərmayə qoyuluşu” mənasını verir) gəlir götürmək məqsədilə iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinə uzunmüddətli sərmayə qoyuluşudur. **İnvestisiya tələbi** - əlavə gəlir əldə etmək məqsədilə hər hansı işə sərmayə qoymaq üçün lazım olan vəsaitlərin həcmi kimi başa düşülür.

İnvestisiya fəaliyyəti - hüquqi şəxslərin, dövlətin və vətəndaşların investisiyasını reallaşdırmaq üçün fəaliyyətlərin məcmusudur.

İqtisadçılar arasında “investisiya” iqtisadi kateqoriyasına müxtəlif yanaşmalar vardır. Məsələn, P.Samuelson “investisiya-kapitalın yaranması və gələcəkdə gözlənilən istehlakın genişləndirilməsi naminə, hazırda gəlirin cari istehlaka xərclənməsindən imtina etmək deməkdir” fikrini söyləmişdir. C.M.Keyns isə “investisiya-firma tərəfindən kapital ehtiyatının artırılmasına, avadanlığın alınmasına, bina və qurğuların tikilməsinə sərf olunan vəsait” fikrini söyləmişdir.

Azərbaycan Respublikasının “İnvestisiya fəaliyyəti haqqında” Qanununa əsasən **investisiyalar** gəlir götürmək məqsədilə sahibkarlıq və digər fəaliyyət növlərinə qoyulan maliyyə vəsaitləri, maddi və intellektual dəyərlərdir.

İnvestisiya vəsaitlərinə -pul, məqsədli bank yatırımları, kre-

ditlər, səhmlər, qiymətli kağızlar, paylar, daşınan və daşınmaz əmlak, elmi-praktiki və s. intellektual dəyərlər, hər hansı istehsal növü təşkili üçün lazım olan texniki sənəd, patentləşdirilmiş texniki, texnoloji, kommersiya və digər biliklərin məcmusu, torpaq, su və s. ehtiyatlardan istifadə hüququ və s. dəyərlər aiddir.

İnvestisiya sferası - məhsulu investisiya şəklində çıxış edən: əsaslı tikinti, innovasiya, maliyyə kapitalının dövr etdiyi və subyektlərin mülkiyyət hüququnu müəyyən edən sahələrin məcmusudur.

İnvestisiya obyektləri və subyektləri - investisiya fəaliyyətini təşkil etməklə investisiya bazarını və investisiya malları bazarını yaradırlar. İnvestisiya obyektləri aşağıdakılardır:

- qiymətli kağızlar;
- bütün sahələrdə yeni yaradılan və təkmilləşdirilən əsas fondlar, dövryyə vəsaitləri;
- məqsədli pul yatırımları;
- elmi-texniki məhsullar, mülkiyyətin digər obyektləri;
- əmək hüququ və intellektual mülkiyyət hüquqları.

İnvestisiyanın subyektləri aşağıdakılardır:

- investorlar;
- işlərin icraçıları (podratçılar);
- investisiya fəaliyyəti obyektlərindən istifadə edənlər;
- əmtəə-mal, avadanlıq və layihə məhsullarını təqdim edənlər;
- banklar, sığorta şirkətləri və vasitəçi təşkilatlar.

İnvestisiya fəaliyyətinin formalarına - dövlət investisiyaları, qeyri-dövlət investisiyaları, vətəndaşların investisiyaları, xarici və birgə investisiyalar aiddir.

Tipindən asılı olaraq real, maliyyə və intellektual investisiyalar mövcuddur.

Maliyyə baxımından *investisiya* - mənfəət (fayda) əldə edilməsi məqsədilə iqtisadi (təsərrüfat) fəaliyyətinə yönəldilən bütün növ aktivlərdir, vəsaitlərdir. İqtisadi baxımdan *investisiya* -

əsas (müəyyən hallarda isə dövriyyə) fondlarının yaradılmasına, genişləndirilməsinə, yenidən qurulmasına və rekonstruksiyasına çəkilən xərclərdir.

Ümumiyyətlə, investisiya anlayışına münasibət hələ də bir-mənalı deyildir. İnvestisiya qoyulduğu nağd pulun və ya gerbli kağızda əks olunmuş bank hesabının mübadiləsi üzrə xalis maliyyə əməliyyatı yox, maşın, avadanlıq və yeni fabrik binası tikintisi kimi real aktivlərin alınması deməkdir.

İnvestisiya fəaliyyəti investisiya bazarı və investisiya malları bazarı ilə bağlıdır. İnvestisiya bazarı maliyyə bazarının ayrılmaz tərkib hissəsidir. İnvestisiya bazarları sərmayə bazarı iştirakçıları arasında investisiya xidmətləri və malların alqı-satqısı nəticəsində yaranan ciddi iqtisadi əlaqələr sistemidir. İnvestisiya bazarının məqsədi mövcud investisiya potensialının aktivləşdirilməsi və təşkili vasitəsilə müstəqil və özünütənzimləyən investisiya prosesini həyata keçirmək və təmin etməkdir.

İnvestisiyalar istehsal resurslarının artırılmasını və nəticə etibarilə iqtisadi artımın tempini təmin edir. İnvestisiyalar elə kapitaldır ki, onun köməyi ilə milli sərvət artırılır.

İnvestisiya sabaha qoyulan vəsaitdir və mahiyyət etibarilə insan kapitalına yönəldilir.

İnvestisiya iqtisadiyyatın istehsal və qeyri-istehsal sferalarının uzunmüddətli kapital qoyuluşları proseslərini əks etdirir. İnvestisiyaları aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

- istehsalın genişlənməsi və modernləşdirilməsinə investisiyalar;

- istehsal infrastrukturunun yaradılmasına investisiyalar;

- mal - material ehtiyatlarının yaradılmasına investisiyalar;

- sosial infrastrukturun yaradılmasına investisiyalar;

- işçi heyətin hazırlanması və yenidən hazırlanmasına investisiyalar;

- elm və elmi xidmət.

2. İNVESTİSİYA BAZARININ XÜSUSİYYƏTLƏRİ

İnvestisiya bazarı - xalq təsərrüfatının müxtəlif sahələrinə uzunmüddətli vəsait qoyuluşu formasında reallaşdırılan məsrəflərin məcmusudur. İnvestisiyalar dövlət, xüsusi müəssisələr, xarici investorlar tərəfindən həyata keçirilir. Burada dövlət maraqlarının təmin olunması baxımından əsas məsələ kapital qoyuluşunun prioritet istiqamətlərinin müəyyən olunmasıdır. Belə bir vacib məsələdə dövlətin investisiya siyasətinin əsasını təşkil edən hərtərəfli işlənmiş proqramı olmalıdır.

İnvestisiya bazarı-investorların təklifləri və potensial alıcıların investisiya tələbi ilə xarakterizə olunur.

İnvestisiya malları bazarına iki mövqedən yanaşılır:

1. İnvestorların qoyduqları investisiyanın hərəkəti nöqtəyi-nəzərindən;

2. İnvestisiya mallarının hərəkəti nöqtəyi-nəzərindən.

İnvestisiya mallarını iki əlamətə görə qruplaşdırmaq olar:

1. fiziki kapital (daşınan və daşınmaz əmlak) elementləri;

2. maliyyə kapitalı (maliyyə aktivləri) elementləri.

İnvestisiyanın fiziki kapital dövriyyəsi bu investisiyanın ilkin bazarını, maliyyə kapitalı dövriyyəsi isə təkrar bazarı təşkil edir.

Ümumiyyətlə, müəyyən edilmiş investisiya bazarları digər fərdi bazarları birləşdirir. Bazarda real investisiya obyekt kimi sərmayə qoyuluşlarının bütün növləri, özəlləşdirmə və daşınmaz əmlak obyektləri, kolleksiya, qiymətli əşyalar, depozitlər, fond dəyərləri və s. çıxış edir. İnvestisiya bazarının strukturu bütün iştirakçıları (bütün növ təşkilatlar, müəssisələr və fərdlər) və onların çoxtərəfli əlaqələrini əhatə edən qaydada birləşmiş sistemdir.

İnvestisiya bazarının vəziyyəti və fərdi seqmentləri tələbat, tədarük, qiymət və rəqabət kimi elementlərlə xarakterizə olunur. Bu elementlərin nisbəti daim dəyişir. Eyni zamanda, investorun investisiya bazarının fəaliyyətinin, bu və ya digər dövrdə

nə dərəcədə istiqamətləndirilməsini bilməsi vacibdir. Bazarın investisiya fəaliyyətinin dərəcəsi və onun elementlərinin nisbəti bazar şəraiti ilə öyrənilir.

Bazar konyunkturası tələb, təchizat, qiymət və rəqabət səviyyəsinin əlaqəsini müəyyən edən amillər sisteminin (şərtlərinin) investisiya bazarında təzahürüdür.

İnvestisiya bazarının konyunkturasının dörd mərhələsi xarakterikdir: konyunkturun yüksəlişi (I), bazarda bum (II), konyunkturun zəifləməsi (III) və bazarda azalma (IV).

Bazarın inkişafı və dəyişkənliyi səmərəli investisiya strategiyasının formalaşdırılması və iqtisadi səmərəli investisiya qərarlarının qəbul edilməsi üçün bazar şəraitlərinin sistemli şəkildə monitorinqinin keçirilməsini tələb edir.

İnvestisiya bazarının öyrənilməsi prosesi və bazarın təhlili ümumiyyətlə üç əsas mərhələdən ibarətdir:

1. İnvestisiya fəaliyyətinin, ilk növbədə, investisiya fəaliyyətinin həyata keçirilməsi və ya artıq keçirilməsi planlaşdırılan bazarın mövcud seqmentlərində mövcud monitorinq. Bu mərhələdə bazarın əsas elementlərini xarakterizə edən məqsədyönlü göstəricilər sistemi formalaşır.

2. İnvestisiya bazarının mövcud konyunkturasının təhlili və onun inkişafında mövcud tendensiyaların müəyyən edilməsi. Bu zaman müəyyən bazar seqmentlərinin xüsusiyyətləri və müşahidə zamanı bazarda meydana gələn dəyişikliklər ortaya çıxmış olur.

3. İnvestisiya fəaliyyət strategiyasının əsas istiqamətlərini seçmək üçün investisiya bazarının konyunkturunun proqnozlaşdırılması.

Proqnozu müəyyən edərkən aşağıdakıları nəzərə almaq vacibdir:

- proqnozlaşdırma müddətinin seçilməsi(uzunmüddətli, ortamüddətli, qısamüddətli);

- proqnoz hesablamalarının dərinliyinin müəyyən edilməsi

(sənaye, sub-sektor, region, ölkə üzrə göstəricilər);

- proqnozlaşdırma metodlarının seçilməsi və proqnozlaşdırma hesablamalarının tətbiqi (ekspert qiymətləndirməsinin metodu ilə əlavə olunan ən çox istifadə olunan regresion analiz).

Birinci investisiya bazarının əsas elementlərinin vəziyyətinə təsir edən fərdi amilləri öyrənməkdir. İkincisi, sonrakı dövrlərdə ortaya çıxan konyunktura meylinin paylanmasına əsaslanır.

Məzmunu və tərkibinə görə investisiya bazarı-istehsala edilən yatırım kapital bazarıdır. Daha doğrusu, investisiya bazarı-investisiya malları və investisiya xidmətlərinin bazarıdır. İnvestisiya bazarı xalq təsərrüfatının müxtəlif sahələrinə uzunmüddətli vəsait qoyuluşu formasında reallaşdırılan məsrəflərin məcmusudur. İnvestisiya dövlət xüsusi müəssisələr, həmçinin xarici investorlar tərəfindən həyata keçirilir. Burada dövlət maraqlarının təmin olunması baxımdan əsas məsələ kapital qoyuluşunun prioritet istiqamətlərinin müəyyən olunmasıdır. Belə vacib məsələdə dövlətin investisiya siyasətinin əsasını təşkil edən hərtərəfli işlənmiş proqramı olmalıdır.

Xarici təcrübədə çox vaxt investisiya bazarı dedikdə fond bazarı, yəni əsas investisiya qiymətli kağızlar olan bazar başa düşülür. Ölkəmizdə investisiya bazarı-onun bütün formalarda mövcud olan investisiya qoyulmuş obyektlərin bazarıdır.

Qeyd edək ki, investisiya bazarı-bir neçə bazarın məcmusudur. Onun tərkibinə aşağıdakılar daxildir:

Birbaşa kapital qoyuluşu bazarı. Bu, investisiya bazarının ən əhəmiyyətli segmentidir. İnvestisiya forması yeni tikinti, genişləndirilməsi, rekonstruksiyası, texniki cəhətdən yenidən təmin edilməsindən ibarətdir.

Özəlləşdirilmiş obyektlər bazarı. Özəlləşdirmə başlayan kimi bu bazarlar geniş yayıldı. İnvestisiyanın real predmeti kimi bu bazarda auksionlarda müsabiqə və ya əmək kollektivləri tərəfində alınan özəlləşdirilmiş obyektlər çıxış edir.

Daşınmaz əmlak bazarı. Bu bazarda mənzillər, ofislər, bağlar, torpaq, qarajlar və s.satışının əməliyyatları həyata keçir.

Real investisiya edilən digər obyektlər bazarı. Bu bazarda investisiya predmeti qiymətli metallar və digər maddi dəyərlər, kolleksiya əşyalarıdır.

Fond bazarı. İnvestisiya kapitalının tərkibində bu bazar xüsusi əhəmiyyətə malikdir. O pulun ideyaya, layihəyə, yeniliyə, obyektlərin tikintisinə, texniki və sosial təminata çevrilməsindən ibarətdir.

İnvestisiya bazarının əsas elementləri, onun tərkib hissəsi və vəziyyətini müəyyən edir. Onlara aşağıdakılar aiddir:

- tələb;
- təklif;
- qiymət;
- rəqabət.

Bu elementlərin nisbəti daim dəyişir. Kapital bazarının global qarşılıqlı əlaqə forması kimi maliyyə kapitalı, investisiya tələbi və investisiya təklifi tərəfindən formalaşır.

İnvestisiya əmtəələri bazarının miqdar dəyişikliyi kompleksi, onların yeni keyfiyyətə çevrilməsi kapitalın keyfiyyətli transformasiya formaları, mexanizmləridir. İnvestisiya bazarı və investisiya əmtəələri bazarı bu cür fəaliyyət göstərir.

İnvestisiya və investisiya əmtəə bazarları öz mahiyyətinə görə investisiya bazarının iki tərəfini təşkil edir, yəni tələb kimi investisiya, təklif kimi investisiya əmtəəsi çıxış edir.

İnvestisiya əmtəələri müxtəlif formada ola bilər. Kapital bazarı, investisiya əmtəə bazarı və real kapitalın dövriliyinin qarşılıqlı əlaqə forması olan maliyyə kapitalı aşağıdakı formalarda çıxış edə bilər:

- maddi-material formada (fiziki kapital);
- pul və material formada (əsas və elmi-texniki məhsul, dövriliyyə kapitalı və s.);
- yalnız pul formasında; (pul, yatırım, pay, qiymətli kağızlar).

İnvestisiya malları bazarında investorlar alıcı rolunda çıxış edirlər, yəni tələb edən tərəf kimi iştirak edirlər. Satıcı rolunda istehsalçılar, o cümlədən digər iştirakçılar, məsələn, qiymətli kağızlar, pay satıcıları və s. çıxış edirlər.

Fiziki kapitalın investisiya həcmi ilk investisiya bazarını, maliyyə kapitalı sferasında investisiyanın həcmi ikinci investisiya bazarını təşkil edir.

İnvestisiya bazarında çox sayda müxtəlif vasitəçilər fəaliyyət göstərir ki, onlar da bu bazarın infrastrukturunu yaradır. Məhz onların qarşılıqlı əlaqəsi investisiya bazarının vəziyyətini xarakterizə edir.

3. İNVESTİSİYA BAZARININ STRUKTURU VƏ İNFRASTRUKTURU

İnvestisiya bazarı bütün formalarda investisiya edilmiş obyektlərin dövriyyəsi bazarıdır. Çox vaxt bu bazar iki bazarın, yəni real və maliyyə investisiya edilmiş obyektlərin dövriyyə bazarlarının məcmusu kimi qəbul edilir. Bu bazarlar isə bir-biri ilə sıx bağlıdır. İnvestisiya bazarlarına:

- real sektorun investisiya bazarı (daşınmaz əmlak, torpaq, yeni və yarımçıq tikinti, kirayə, yenidənqurma, qiymətli metallar və s.);

- maliyyə sektorunun investisiya bazarları (səhmlər, istiqrazlar, dövlət öhdəlikləri, kreditlər, valyuta dəyərləri);

- innovasiya sektorunun investisiya bazarları (intellektual investisiyalar, elmi və texniki yeniliklər) aiddir.

İnvestisiya bazarının tərkibi aşağıdakılardan ibarətdir:

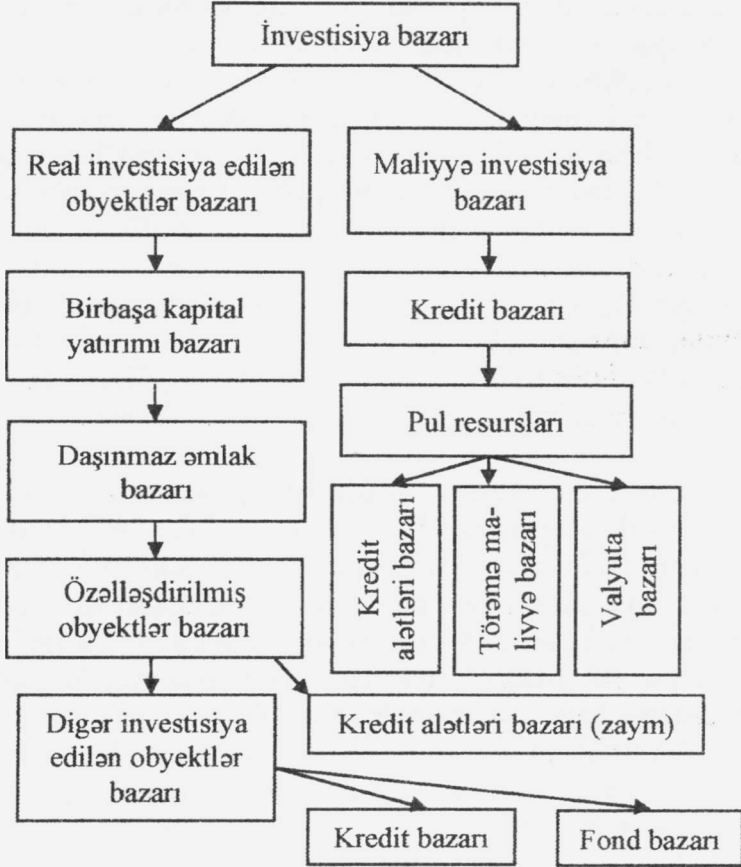
- investisiya obyektləri (maddi və qeyri-maddi aktivlər, müxtəlif növ hüquqlar, lisenziyalar, patentlər, qrantlar və s.);

- bazarın subyektləri (investorlar, müştərilər, müxtəlif növ təşkilatlar, podratçılar və s.);

- bazarın infrastrukturunu (fond birjalrı, bank strukturları, pensiya və investisiya fondları, sığorta təşkilatları və s.);

- bazar mexanizminin dövlət tənzimlənməsi;
- bazar mexanizmi.

İnvestisiya bazarının strukturu şəkil 19-da verilmişdir.



Şəkil 19. İnvestisiya bazarının ümumi strukturu.

Birbaşa kapital yatırımı bazarı investisiya bazarının əsas segmenti sayılır. Çünki burada investisiya forması kapital yatırımıdır.

mının bütün növlərində özünü göstərir; yeni tikinti, genişləndirmə, yenidənqurma, istehsalın texniki yenidəntəminatı və s.

Bazar iqtisadiyyatının inkişafı ilə əlaqədar daşınmaz əmlak bazarı investisiya bazarının müstəqil elementlərinə çevrilmişdir, burada mənzillərin, torpaqların və s.alqı-satqısı əməliyyatlarının əhəmiyyətli dərəcədə həcmi həyata keçirilir.

Özəlləşdirilmiş obyektlər bazarı istər dövlət, istərsə də digər mülkiyyət formalı obyektlərin özəlləşdirilməsi prosesi başlandıqdan daim inkişaf etməkdədir. Bu bazar fond bazarı ilə sıx əlaqəlidir. Belə ki, özəlləşdirilmiş obyekt əvvəlcə səhmləşdirilir, sonra isə səhm paketi formasında çek sertifikatlı auksionlar və ya fond birjalari tərəfindən realizə edilir.

Digər obyektlər bazarında kolleksiya predmetləri olan bədii əsərlər, antikvar mallar, qiymətli metallar, daşlar və digər maddi dəyərlərin investisiya edilməsi inkişaf etmiş ölkələrdən fərqli olaraq bizim ölkədə o qədər də əhəmiyyət kəsb etmir və inkişaf etmir.

Kredit bazarı investisiya bazarının elementləridir, çünki sərbəst vəsaitlərin çatışmadığı bir ölkədə müxtəlif növ kreditlərin alınması real investisiyanın aparılmasına imkan yaradır. Müasir mərhələdə kreditləşmə fond bazarı mexanizmləri vasitəsilə baş verir: səhm alətləri və törəmə maliyyə alətlərinin köməyi ilə.

Bəzən pul bazarını ayırırlar, çünki maliyyə investisiyası obyektlərin depozit yatırımı ilə əlaqəlidir.

Hal-hazırda fond bazarı dinamik inkişafdadır. O, həm təşkilati, həm də qeyri-təşkilati formada fəaliyyət göstərir və ölkədə baş verən bazar iqtisadiyyatının inkişafına xidmət edir. Başqa sözlə, fond bazarı borc alətlərinin dövriyyəsi və buraxılmasına, mülkiyyət alətlərinə, o cümlədən törəmə maliyyə alətlərinə nisbətə əməliyyatları inteqrasiya edir. Borc alətlərinə obliqasiyalar, dövlətin xəzinədar öhdəlikləri və veksellər aiddir.

Mülkiyyət alətlərinə - bütün növ səhmlər və onların törəmələri, digər qiymətli kağızlar aiddir.

Törəmə alətlər bazarı - bazar münasibətləri qrupunu birləşdirir, eyni vaxtda maliyyə bazarının digər bazarlarına (valyuta, pul kreditləri ehtiyatları, zayom kapitalı) təsir edir.

Fond bazarı investisiya kapitalının istehsal və sosial sferaya yönəldilməsinə, milli iqtisadiyyatın quruluşunun inteqrasiyasına, cəmiyyətin dinamik pozitiv yeniləşməsinə, hər bir vətəndaşın qiymətli kağızlar almaq və onlardan istifadə etmək yolu ilə maddi rifahının yaxşılaşdırılmasına təsir edir.

Lakin Azərbaycan Respublikasının reallığı şəraitində fond bazarı hələ bazar iqtisadiyyatının müstəqil institutu kimi fəaliyyət göstərmir, o, investisiya bazarının seqmentini təşkil edir.

Digər başqa bazarlar kimi, investisiya bazarı və onun tərkibini (seqmentini) tələb, təklif, qiymət və rəqabət kimi anlayışlarla xarakterizə etmək mümkündür.

İnvestisiya bazarının öyrənilməsi prosesi 4 mühüm mərhələdən ibarətdir.

1. İnvestisiya bazarının inkişafının makroiqtisadi göstəricilərinin proqnozlaşdırılması və qiymətləndirilməsi. Bu zaman investisiya iqlimi və investisiya fəaliyyətinin şəraiti müəyyən edilir;

2. İnvestisiya fəaliyyətinin iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrdəki rolunun artırılması məqsədi ilə investisiyaların cəlb edilməsinin proqnozlaşdırılması və qiymətləndirilməsi;

3. İnvestisiya fəaliyyətinin regionlara yönəldilməsinin vacibliyini nəzərə alaraq investisiyaların cəlb edilməsinin proqnozlaşdırılması və qiymətləndirilməsi;

4. Taktiki investisiya məsələlərinin həllinin qəbul edilməsi üçün ayrı-ayrı firmalara investisiyanın cəlb edilməsinin qiymətləndirilməsi.

Bu mərhələlərlə investisiya bazarının təhlili və proqnozlaşdırılması, ilk növbədə investisiya strategiyasının işlənib hazırlanması, ikinci halda isə səmərəli investisiya portfelinin formalaşması baş verir.

İnvestisiya bazarının ən mürəkkəb təhliletmə mərhələsi, onun makroiqtisadi göstəricilərinin proqnozlaşdırılmasıdır. O özündə, nəzarət edilən göstəricilərin siyahısının müəyyən edilməsi; cari konyunkturanın təhlili, qarşıda gözlənilən dəyişikliklərin proqnozlaşdırılmasını birləşdirir. Bu təhlil geniş informasiya və yüksək keyfiyyətli və ixtisaslaşdırılmış təşkilatların köməyi ilə edilə bilər.

Konkret investorların qarşısında yüksək inkişaf perspektivli və yüksək səmərəli olan obyektlərin seçilməsi durur. Həmçinin bütövlükdə bazarın öyrənilməsinin metodiki təşkili də vacib məsələdir.

Azərbaycanda həyata keçirilən struktur yenidənqurmanın prioritet istiqamətlərini elektrik enerjisi, neft, qaz, kimya və neft-kimya sahələri təşkil edir. Bu sahələrin perspektivliyi ilə yanaşı bu cür qiymətləndirmə özündə həmçinin gəlirlilik və risk; istiqamətlər və özəlləşdirmə templəri; məhsulun potensialı, idxaldan müdafiə hesabına səviyyəsi; istehsal edilən əmtəə və xidmətlərin inflyasiyadan mühafizəsi və s.göstəriciləri də birləşdirir.

Hər investisiya layihəsi konkret istiqamətə yönəldilir, yəni daha yaxşı şərait olan regionlarda daha səmərə ilə realizə edilə bilər. Regionlara investisiya cəlb edilməsinin proqnozlaşdırılması və qiymətləndirilməsi birbaşa dövlətin regional siyasətilə əlaqədardır.

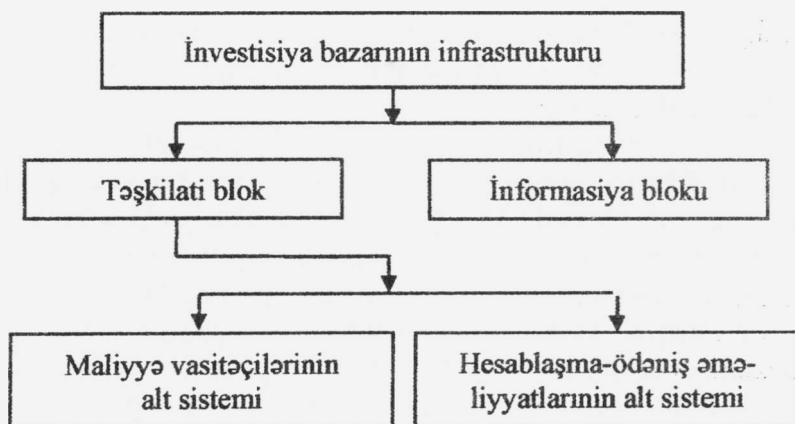
Bu siyasətin məqsədi müxtəlif iqtisadi imkanların səmərəli istifadəsi, integrasiyanın optimal səmərəsi, əməyin ərəzi üzrə düzgün bölgüsü və iqtisadi kooperasiya kimi amillərdən istifadə edərək ayrı-ayrı regionların səmərəli inkişafını təmin etməkdən ibarətdir. Regionların təhlilinin metodu sahələrdə olduğu kimidir, lakin burda digər göstəricilər də istifadə olunur: regionun inkişafının ümumiqtisadi səviyyəsi, onun infrastrukturunun inkişaf səviyyəsi, demoqrafik xüsusiyyəti, bazar münasibətlərinin inkişaf səviyyəsi və kommersiya infrastrukturları və s.

Sonda investisiya bazarının öyrənilməsinin yekun mərhələsi investisiya obyektı olan ayrı-ayrı firmaların investisiyaların cəlb edilməsinin təhlili və qiymətləndirilməsidir. Bu zaman firmanın müəyyən edilmiş periodda maliyyə vəziyyəti, o cümlədən onun inkişafına təsir edən daxili və xarici amillər təhlil edilir.

Xarici amillər bazarın hərtərəfli öyrənilməsi zamanı müəyyən edilir. Daxili amillərin hesabatı müəssisənin istehsal-maliyyə fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi, buraxılan məhsulun rəqəbatqabiliyyətlik səviyyəsinin müəyyən edilməsi zamanı təhlil edilir. Bu təhlil miqdar və keyfiyyət kimi iki yerə bölünür:

Birinci-dərc edilən maliyyə hesabatı, ikincisi-menecment təhlilidir.

İnvestisiya bazarının fasiləsiz, daimi fəaliyyətini təmin edən infrastruktur sahələr aşağıdakı şəkildə verilmişdir (şəkil 20).



Şəkil 20. İnvestisiya bazarının infrastrukturuları.

İnvestisiya bazarının infrastrukturunu investisiya resurslarının sərbəst hərəkət etməsi və investisiya proseslərinin davamlı axını üçün investisiyalar bazarlarının iştirakçıları (elementləri) ara-

sında qarşılıqlı əlaqə təmin edən bir sistemdir. İnvestisiya bazarlarının infrastrukturunda ən çox diqqət çəkən iki blokdir: təşkilati və informasiya.

Öz növbəsində təşkilati infrastruktur bloku iki altsistemdən ibarətdir:

- investisiya ehtiyatlarının toplanması, yığılması və sərmayələrinin təmin edilməsi və investorların (investisiyaların istehlakçıları) qarşılıqlı fəaliyyətini təmin edən investisiya (maliyyə) vasitəçiliyi;

- ödəniş və hesablaşma əməliyyatları - hər hansı bir formada (pul, qiymətli kağızlar, əmlakın adları, iddia borc öhdəlikləri, digər maliyyə sənədləri), hər hansı bir şəkildə investisiya qaynaqlarının hərəkəti və köçürülməsi.

İnfrastrukturun informasiya bloku investisiyalar bazarlarının və investisiya proseslərinin monitorinqini təmin edir (müxtəlif maliyyə, kommersiya, istehsal və digər məlumatların toplanması, analizi və sintezi əsasında investisiya banklarının vəziyyətinə dair məlumat banklarının yaradılması).

İnvestisiya bazarının infrastrukturunun təşkilati və informasiya bloklarının funksiyaları yeni informasiya texnologiyaları əsasında adi qaydada və ya telekommunikasiya şəbəkələri və kompüter sistemləri vasitəsilə müxtəlif təşkilati və hüquqi formalarda müəssisələr vasitəsilə həyata keçirilə bilər.

İnvestisiya resurslarının səmərəli yerləşdirilməsinin bazar mexanizmlərinin mobilizasiyası investisiya proseslərinin inkişaf etmiş infrastrukturlarının, bazar iqtisadiyyatına uyğun investorların institusional təşkilatlarının düzgün fəaliyyətindən asılıdır.

İnvestisiya bazarı öz infrastrukturuna malikdir, xidmətlər müstəqil bazar segmentində - investisiya xidmətləri bazarında həyata keçirilir və bu da öz növbəsində aşağıdakıları əhatə edir:

- məsləhət xidmətləri bazarları (investisiya layihələrinin hazırlanması, araşdırılması, audit, hüquqi məsləhət və s.);
- valyuta və maliyyə əməliyyatlarında vasitəçilik xidmətləri

bazarları; real və portfel investisiya sahəsində investisiya fəaliyyətinin subyektləri və obyektləri üçün sığorta və təkrar sığorta xidmətləri bazarları; tikinti-quraşdırma xidmətləri və tikinti üçün bazarlar;

- dizayn işlərinin və dizayn məhsullarının bazarları;

- mühəndislik və geoloji tədqiqatlar üçün xidmətlər bazarı: texnoloji və digər avadanlıqların sınaqdan keçirilməsi, istismara verilməsi və s.

İnvestisiya bazarının fəaliyyəti investorun minimal risklə işləməyə imkan verən informasiya və xidmət mühiti yaradan infrastruktur vasitəsilə həyata keçirilir. İnvestisiya bazarının infrastrukturunu şərti olaraq tənzimləyici, funksional və informasiya komponentlərinə bölünə bilər.

Xüsusilə, tənzimləyici infrastruktur komponenti qaydaları, standartları və bazarda davranış meyarlarının yaradılması ilə ətraf investisiya əlaqələrini təmin edir və bir araya gətirir. Belə ki, investisiya bazarında sahibkarlıq subyektlərinin əlaqələr tənzimləyən qanunvericilik bazasının əsasını təşkil edir.

İnvestisiya bazarının infrastrukturunun funksional komponenti aşağıda göstərilən sahələrdə ixtisaslaşdırılmış fəaliyyət göstərən maliyyə və kredit təşkilatları və xidmət təşkilatlarıdır:

- investisiya layihələrini maliyyələşdirmək üçün müvəqqəti olaraq pul köçürmələri;

- fərdi sahibkarlığın davamlı inkişafı üçün hüquqi, iqtisadi və təşkilati şərtlərin yaradılması;

- sahibkarlığın inkişafında beynəlxalq, xarici təşkilatlar ilə əməkdaşlıq;

- biznes proqramları və layihələrinin texniki və iqtisadi ekspertizasının təmin edilməsi və məsələni həll etmək;

- hüquqi məsələlər üzrə sahibkarlarla məsləhətləşmə, mühasibat uçotunun aparılması, vergitutma və effektiv maliyyələşdirmə mənbələrinin axtarılması;

- investisiya risklərinin sığortası;

- kiçik və orta sahibkarlıq müəssisələrinin yaradılması, dəstəklənməsi və inkişafı yolu ilə Azərbaycanda bazar münasibətlərinin qurulmasını təşviq etmək.

İnvestisiya bazarının infrastrukturunun informasiya komponentinə biznes nəşrləri, müəssisələrin cəlb edilməsi, internet saytları və s. daxildir.

4. İNVESTİSİYA BAZARININ FUNKSİYALARI

İnvestisiya fəaliyyəti anlayışından danışdıqda onu demək olar ki, ümumi halda bu, vəsait qoyuluşu və həmin vəsaitin reallaşması üçün həyata keçirilən praktiki fəaliyyətin məcmusu sayıla bilər. Əsas fondların yaradılmasına və geniş təkrar istehsalına investisiya kapital qoyuluşu şəklində həyata keçirilir. Bu əsas kapital investisiya adlanır.

İqtisadi sistemlərdə investisiyaların icra etdiyi əsas funksiyalara aşağıdakılar aiddir:

- əsas kapitalın artımı və keyfiyyətə təkmilləşdirilməsinin mikro və makro səviyyələrdə təmin olunması;
- müərəqqi struktur dəyişikliklərinin dəstəklənməsi;
- müxtəlif səviyyələrdə istehsalın səmərəliliyinin elmi-texniki nailiyyətlər bazasında reallaşdırılması .

İnvestisiya fəaliyyətinin subyektləri tərkibcə müxtəlifdir. Bu tərkibə aşağıdakılar aiddir: investorlar, sifarişçilər, iş icraçıları, investisiya fəaliyyəti obyektlərinin istifadəçiləri, mal göndərənlər və s. Bu siyahıda hüquqi şəxsləri ayrıca qeyd etmək lazımdır, onlara banklar, sığorta və vasitəçi təşkilatlar, investisiya fondları aid edilir.

Sahibkarlıq və digər fəaliyyətlərə yönəldilmiş pul vəsaiti, məqsədli bank depoziti, səhm və digər qiymətli kağızlar, əmlak, intellektual mulkiyyət və sair bank investisiyası hesab edilə bilər. Bəzən bankların investisiya fəaliyyətinə gəlir əldə edilməsi məqsədilə müəyyən müddətə pul vəsaitinin yerləşdirilmə-

si üzrə bütün əməliyyatlar aid edilir, başqa sözlə, bankların bütün aktiv əməliyyatları investisiya hesab edilir, əslində isə bu yanaşma düzgün deyildir. Belə ki, mərkəzi bankda olan vəsaitlər kimi aktivlər, bank üçün işləmədiyinə görə investisiya hesab oluna bilməz. İnvestorlar və ya investorların müvəkkili olan fiziki və hüquqi şəxslər sifarişçilər ola bilər. İnvestisiya layihəsinin həyata keçirilməsində bu şəxslər iştirak edir və müqavilədə nəzərdə tutulmamışdırsa, digər iştirakçılar sahibkarlıq fəaliyyətinə qarışmırlar.

İnvestisiya bazarının əsas funksiyalarına investisiya mal və xidmətlərinin qiymətlərinin tənzimlənməsi, investisiya malları və xidmətləri üçün investorlar və alıcıların axtarılması, investisiya axınlarının qurulması, investisiya bazarının iştirakçılarının əməliyyatlarla əlaqədar bütün lazımi məlumatlarla təmin edilməsi aiddir.

Bazar iqtisadiyyatı sistemli ölkələrdə investisiya bazarı böyük rol oynayır. Bu bazar aşağıdakı əsas funksiyaları ilə müəyyən edilir:

1. Müxtəlif mənbələrdən müvəqqəti sərbəst kapitalın fəal mobilizasiyası. İctimai qənaət formasında olan sərbəst kapital, yəni əhalinin, müəssisə, dövlət orqanlarının pul və digər növ investisiya resursları ölkənin investisiya proseslərində səmərəli istifadə edilməsi üçün investisiya bazarı mexanizmləri, onun ayrı-ayrı iştirakçılarının vasitəsilə cəlb edilir.

2. Toplanmış sərbəst kapitalın son istehlakçılar arasında səmərəli bölüşdürülməsi investisiya bazarının fəaliyyət mexanizmi, müxtəlif investisiya malları və alətlərinə olan tələbin həcmi və strukturunun aşkara çıxarılması, xarici mənbələrdən kapitalın cəlb edilməsinə ehtiyacı olan istehlakçıların vaxtında təmin edilməsidir.

3. İnvestisiya sferasında kapitalın istifadəsinin daha səmərəli istiqamətlərinin müəyyən edilməsi- təsərrüfat subyektlərinin investisiya tələbatını əhəmiyyətli dərəcədə həcm və geniş dairə-

də təmin edərək, investisiya bazar mexanizmi daha yüksək gəlir əldə etmək məqsədilə kapitalın səmərəli bölüşdürülməsinə nail olmaq üçün vacib sahə və sferaları aşkar etməyə imkan yaradır.

4. Ayrı-ayrı investisiya malları, alət və xidmətlərinin, onların arasında tələb və təklifin nisbətini obyektiv əks etdirən bazar qiymətlərinin formalaşdırılması qiymətəmələgəlmənin bazar mexanizminin dövlət tərəfindən tənzimlənməsinə baxmayaraq, dövlət qiymətəmələgəlmə mexanizminin tam əksidir. Bu bazar mexanizmi investisiya malları və xidmətlərinin tələb və təklifinin nisbət ilə uyğun qiymət səviyyəsini tam nəzərə almasına imkan verir.

5. İnvestisiya malları və alətlərinin satıcı və alıcıları arasında ixtisaslaşdırılmış vasitəçiliyi həyata keçirir. İnvestisiya bazarı sistemində fəaliyyət göstərən xüsusi investisiya institutları belə vasitəçiliyi təşkil edir. Bu kimi investisiya vasitəçiləri investisiya konyunkturasının ardıcıl vəziyyəti ilə, müxtəlif investisiya malları və alətləri ilə yaxından tanışdırlar və az bir müddət ərzində alıcı ilə satıcı arasında əlaqəni təmin edə bilirlər. İnvestisiya vasitəçiləri təkcə maliyyə deyil, həmçinin ictimai xərclərin minimuma endirilməsini təmin edən mal axınlarının sürətləndirilməsinə imkan yaradır.

6. İnvestisiya və kommersiya risklərinin minimuma endirilməsi üçün şəraitin formalaşdırılması. İnvestisiya bazarı özünün qiymət risklərinin sığortalama mexanizmlərini hazırlamışdır ki, ölkənin qeyri-stabil iqtisadi və maliyyə konyunkturası və əmtəə bazarının inkişafı şəraitində qiymətlər dəyişməklə əlaqədar satıcı və alıcıların maliyyə aktivləri və real əmtəələrin investisiya və kommersiya riskinin minimuma endirilməsinə imkan verir.

7. İqtisadi proseslərin planlaşdırılması, uyğun kapital dövriyyəsinin sürətləndirilməsi. Sərbəst kapitalın səfərbərliyi, bölüşdürülməsi və səmərəli istifadəsinin təmin edilməsi investisiya bazarının kapitaldan istifadə dövriyyəsinin sürətləndirilməsi, ölkənin milli gəlirinin artması və əlavə investisiya gəlirinin əldə edilməsinə kömək edir.

5. AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ İNVESTİSİYA SİYASƏTİNİN ƏSAS İSTİQAMƏTLƏRİ

Azərbaycan Respublikası müstəqillik əldə etdikdən sonra keçid dövrünün əvvəllərində ölkə daxilində investisiya resursları yox səviyyəsində idi. İqtisadi əlaqələrin qırılması, sənaye müəssisələrinin tənəzzülə uğraması, istehsal müəssisələrinin gəlir əldə edə bilməməsi, milli valyutanın dəyərdən düşməsi və yüksək inflyasiya müəssisələrin amortizasiya fondlarının, əhəlinin əmanət və yığımlarının dəyərdən düşməsinə gətirib çıxarmışdı. Belə vəziyyətdən çıxmaq üçün xarici investisiya mənbələrindən istifadə edərək iqtisadiyyatı bərpa etmək qarşıda duran vacib vəzifələrdən biri idi. Ölkənin uzunmüddətli dövrdə dayanıqlı və tarazlı inkişafının təmin edilməsində investisiyaların cəlb edilməsi xüsusi rol oynayır. İnvestisiyalar iqtisadiyyatın ayrılmaz tərkib hissəsidir. Məhz buna görə 1992-ci ildə "Xarici investisiyaların fəaliyyəti haqqında", 1995-ci ildə isə "İnvestisiya fəaliyyətinin qorunması haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunları qəbul edildi.

Dövlətin investisiya siyasəti maliyyə sistemi vasitəsilə həyata keçirilir. Maliyyə sistemi iqtisadiyyatın, dövlətin, cəmiyyətin fəaliyyətini və maliyyələşdirilməsini təmin edən maliyyə münasibətləri, maliyyə institutları və fondlarının məcmusudur. İnvestisiya siyasəti iqtisadiyyatın səmərəliliyindən asılı olan məhsulun ən böyük artımını və gəlirini təmin edən kapital qoyuluşunun yüksək prioritet sahələrini müəyyən edir.

Azərbaycan Respublikasının investisiya siyasəti-ölkə iqtisadiyyatının müxtəlif sahə və sferalarına tələb olunan kapital qoyuluşunun səviyyə və strukturunu təmin edən, investisiya aktivliyini artıran bir-biri ilə əlaqəli məqsədlər kompleksidir.

İnvestisiyaların tələb olunan həcm və keyfiyyətinin təmin edilməsi məqsədilə ölkədə investisiya mühitinin daha da yaxşı-

laşdırılması qarşıda duran əsas vəzifələrdəndir. Bunun üçün:

- şəxsi mülkiyyətin qorunması və korporativ idarəetmənin təkmilləşdirilməsinə;

- mülkiyyətin formasından asılı olmayaraq bütün investorlar üçün daha əlverişli rəqabət mühitinin yaradılmasına;

- stabil hüquqi-normativ rejimin təmin edilməsi məqsədilə dövlətin rolunun artırılmasına;

- investisiya fəaliyyətinin hüquqi-normativ bazasının daha da təkmilləşdirilməsinə;

- investisiya obyektlərinin seçimi və təhlili məqsədilə müəssisələr haqqında investorların məlumatlandırılması sisteminin yaxşılaşdırılmasına;

- əmanətlərin investisiyalara səmərəli transformasiyasını təmin edən müasir institusional infrastrukturun inkişaf prosesinə yardımın artırılmasına;

- biznesin informasiya təminatının yaxşılaşdırılmasına, mühasibat uçotunun və statistikanın beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılmasına yönəldilmiş tədbirlər davam etdiriləcəkdir.

İnvestisiya imkanları ölkənin iqtisadi inkişafını xarakterizə edən əsas göstəricilərdən biridir. Bu sahə baxımından Azərbaycan nailiyyətlərinin gələcəkdəki inkişafı çox ümidvericidir.

Müstəqillik əldə etdikdən sonra milli iqtisadiyyata yatırılan investisiyanın çoxu xarici investisiyadır. Beynəlxalq təşkilatlarda olan məlumata görə postsovet məkanında xarici investisiyaların ön yüksək göstəricisi Azərbaycanın payına düşür.

Ümumi sosial-iqtisadi investisiya fəaliyyətinin əsas hüquq nəzarətçiləri və Azərbaycan Respublikası ərazisində xarici investisiya qoyuluşu "Xarici investisiyaların müdafiəsi haqqında" və "İnvestisiya fəaliyyəti haqqında" Azərbaycan Respublikasının qanunlarında nəzərdə tutulur. Yuxarıda göstərilən qanunlar həm yerli, həm də xarici investorların dövlətlərinə zəmanət və məhkəmə müdafiəsini təqdim edir. "Xarici investisiyaların qorunması haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu ölkə

ərazisində xarici investisiyaların qoyuluşunda hüquqi və iqtisadi prinsipləri müəyyən edir. Qanun xarici maddi və maliyyə vasitələrinin cəlb olunmasına və səmərəli istifadəsinə yönəldilərək xarici investorların hüquqlarının müdafiəsinə təminat verir. Milli investorun iştirak edə bildiyi hər hansı bir fəaliyyətdə xarici investorların iştirakına icazə verilir (əgər bu digər qanun tərəfindən qadağan edilmirsə).

Müsbət amil olaraq Azərbaycan Respublikasının hakim ölkələrlə investisiyanın təşviq edilməsi və qorunması üzrə mövcud ikitərəfli danışıqları göstərmək olar.

Azərbaycanın iştirak etdiyi ən mühüm beynəlxalq müqavilələrdən xarici vətəndaşlar və dövlətlər arasında investisiya mübahisələrinin həlli haqqında konvensiyanı xüsusilə vurğulamaq lazımdır: çoxtərəfli investisiya təminatı agentliyinin təşkili üzrə konvensiya; xarici arbitraj qərarlarının tanınması və icrası üzrə konvensiya; investorların hüquqlarının qorunması üzrə MDB konvensiyası və s. Hökumət Azərbaycanda investisiya mühitinin yaxşılaşdırılması üçün kifayət qədər mütərəqqi addımlar atır. Əhəmiyyətli tədbirlər arasında məhdudiyyətlərin aradan qaldırılması: mənfəətin digər valyutalara konversiya olunması, digər ölkələrə mənfəətin köçürülməsi və investisiya qoyuluşu, bazar iqtisadiyyatı prinsipləri və lisenziyalı fəaliyyətin əhəmiyyətli dərəcədə azaldılması əsasında vahid valyuta məzənnəsinin formalaşması və s. vardır.

Azərbaycan Respublikasının ən mühüm müqayisəli üstünlükləri aşağıdakılardır:

- Azərbaycan təbii ehtiyatlarla, xüsusilə karbohidrogenlə zəngindir;
- təhsil səviyyəsi olduqca yüksəkdir. Əhalinin yarısı, demək olar ki, texniki və ali təhsilli, qalan hissəsi isə orta təhsillidir;
- Azərbaycan yaxşı inkişaf etmiş infrastruktura malikdir. Bu, yaxşı inkişaf etmiş yol şəbəkəsi, əsas suvarma sistemləri, yaxşı dəmiryol şəbəkəsi, elektrik enerji istehsalı üçün böyük po-

tensial, telekommunikasiya kabeli daxildir.

Ölkənin dövlət investisiya siyasətinin əsas xəttini aşağıdakı prioritetlər təşkil etmişdir:

- investisiya axınının qeyri-neft sektorunun və regionların inkişafına yönəldilməsinin stimullaşdırılması;

- regionlar arasında investisiyaların bölüşdürülməsinin optimallaşdırılması;

- ölkədə investisiya fəaliyyətinin sosial istiqamətinin gücləndirilməsi, insan kapitalına, infraqurultura qoyulan investisiyaların prioritetliyi;

- dövlət investisiya siyasətinin tam şəffaflığının təmin edilməsi;

- ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyinin təmin olunmasına nəzarətin gücləndirilməsi;

- dövlətin müdafiə qabiliyyətinin artırılması.

Özəl investisiyalar sahəsində siyasətin əsas istiqamətləri aşağıdakı kimidir:

- Azərbaycan müəssisələrinin investisiya cəlbədiciliyinin daha da artırılması məqsədilə tədbirlərin davam etdirilməsi;

- müəssisələrin texnoloji yenidənqurulması məqsədilə müasir texnoloji avadanlığın Azərbaycana gətirilməsi üçün xarici ticarət rejiminin təkmilləşdirilməsi;

- daxili investisiyalarla yanaşı birbaşa xarici investisiyaların ixtiyarlı və əlavə dəyərin xüsusi çəkisi yüksək olan sahələrə yönəldilməsi;

- xidmət sahələrində birbaşa xarici investisiyaların tənzimləmə rejiminin təkmilləşdirilməsi;

- beynəlxalq standartlara uyğun mühasibat uçotunun və auditor fəaliyyətinin yaradılması prosesinin sürətləndirilməsi.

MÖVZU 10

LİZİNG BAZARI

1. Lizing haqqında anlayış və əsas xüsusiyyətləri
2. Lizing bazarı və onun əsas parametrləri
3. Lizing bazarının strukturu və infrastrukturunu
4. Lizing müqavilələrinin bağlanma prosedurları
5. Milli lizing bazarının infrastrukturunun formalaşması

1. LİZİNG HAQQINDA ANLAYIŞ VƏ ƏSAS XÜSUSİYYƏTLƏRİ

“Lizing” sözü ingilis mənşəlidir və “to lease” felindən əmələ gələrək - əmlakı müvəqqəti istifadəyə götürmək və vermək mənasını verir. Lizing müqaviləsinə görə lizing verən lizing alana lazım olan əmlakı satıcıdan mülkiyyət hüququ ilə əldə etməli və lizing alanın müvəqqəti sahibliyinə və istifadəsinə verməlidir. Bir az da konkret ifadə etsək, lizing sənaye avadanlıqlarının, maşınların, yeni texnologiyaların, istehsal təyinatlı bina və tikililərin istifadəsinin xüsusi sahibkarlıq fəaliyyəti formasıdır. Özündə bank krediti, icarə, investisiya elementlərini cəmləşdirən münasibətlər kompleksi olan lizing sahibkarlığın inkişafına dəstək verən əsas maliyyə alətlərindəndir.

Lizing - lizing verənlə lizing alan arasında əksər hallarda uzunmüddətli xarakter daşıyan maliyyə sazişidir. Lizing müqaviləsinə görə lizing verən lizing alana lazım olan əmlakı satıcıdan mülkiyyət hüququ ilə əldə etməli və lizing alanın müvəqqəti sahibliyinə və istifadəsinə verməlidir. Lizing - sənaye avadanlıqlarının, maşınların, yeni texnologiyaların, istehsal təyinatlı bina və tikililərin istifadəsinin xüsusi sahibkarlıq fəaliyyəti formasıdır. Hal-hazırda lizing ixtiyarı istehsalın inkişafı üçün kapital qoyuluşlarının edilməsində əsas maliyyə mənbəyidir.

Lizing istehsalatın müasirləşdirilməsi və kiçik sahibkarlığın

inkışafı yolunu təklif edir. Kiçik və orta müəssisələrin kredit qabiliyyəti aşağı olduğuna, onlar likvid girovun təklif edilməsi imkanına malik olmadıqlarına görə həmin müəssisələrin maliyyələşdirilməsində lizinq şirkətləri mühüm rol oynayırlar. Lizinq maliyyə bazarında rəqabətin artmasına xidmət edir. Dövrüyyə vəsaitlərinin maliyyələşdirilməsindən aşağı riskli olan lizinq bank kreditindən daha ucuz maliyyələşdirmə üsuludur və onunla birbaşa rəqabət təşkil edir. İnkişaf edən ölkələrdə lizinq bank kreditləşməsinin alternativı olaraq müəssisələrə həm lizinqdən, həm də bank kreditindən istifadə edilməsinə və təmin edilmiş borcun məbləğinin aşmamasına imkan yaradır. Lizinq ümumiyyətlə, iqtisadiyyata kapital qoyuluşlarının həcmi artırır. Bank maliyyələşdirməsinə alternativ kimi çıxış edən lizinq digər maliyyələşdirmə formalarından istifadə edilməsinə imkan yaradır. Lizinq avadanlığın satış həcmələrinin artmasına xidmət edir. Lizinq yerli və xarici mal verənlərə kredit almayan müəssisələr sırasından yeni alıcı sayının artması mexanizmini təklif edir.

Lizinq və icarə anlayışları arasında oxşar cəhətlər çoxdur. Lakin onlar cəmi anlayışlar sayıla bilməzlər. Belə ki, icarə əmlakın başqa şəxsin (icarəçinin) müvəqqəti sahibliyinə və istifadəsinə verilməsidir. İcarə zamanı icarəçi əmlakdan istifadə etməklə yanaşı ondan bəhrə götürmək hüququna malikdir. İcarə münasibətləri ikitərəfli xarakter daşıyır. Lizinq - əmlakın başqa şəxsin (lizinq alanın) müvəqqəti sahibliyinə və istifadəsinə verilməsidir. Lizinq üçtərəfli münasibətdir. Lizinqin əsas xüsusiyyətlərindən biri ondan ibarətdir ki, lizinq verən əmlaklı lizinqə vermək üçün onu mülkiyyət hüququ əsasında əldə etməli və ya hazırlamalıdır. Əgər lizinqə verilən əmlak artıq lizinq verənin mülkiyyətindədirsə, əmələ gələn hüquq münasibəti icarə (kirayə) kimi qiymətləndiriləcəkdir.

Mülkiyyət hüququnun satıcıdan alıcıya keçdiyi alqı-satqı müqavilələrindən fərqli olaraq lizinq müqavilələrində mülkiy-

yət hüququna icarəçi sahib olur. İcarədar isə, onun müvəqqəti sahibi olur. Lizing müqaviləsinin müddəti bitdikdən sonra lizing alan müqavilə obyektini razılaşdırılmış qiymətlə əldə edə, lizing müqaviləsinin vaxtını uzada və ya avadanlığı və ya maşını sahibinə geri qaytara bilər. Lizingin xüsusiyyətlərindən biri də lizing alanın alqı-satqı müqaviləsi üzrə tələblərin birbaşa əmlakın satıcısına qarşı irəli sürülməsi hüququna malik olmasıdır. İqtisadi nöqteyi-nəzərdən lizing avadanlıq alınması üçün təqdim olunan kreditlə oxşardır. Kredit vermə zamanı borc alan borcu bağlamaq üçün müəyyən edilmiş tarixlərdə əsas fondlara ödənişlər daxil edir, bununla belə ssudanın tam ödənilməsinə qədər kreditə verilən obyektin mülkiyyət hüququnu bank özündə saxlayır. Lizing zamanı icarədar müqavilənin müddəti bitdikdən sonra, icarəyə götürülmüş əmlakın qiyməti tam ödənildikdən sonra əmlakın sahibi olur.

Ümumiyyətlə, lizing ideyası yeni deyildir. Belə ki, tarixçi və iqtisadçılara görə lizing sövdələşmələri hələ eramızdan əvvəl qədim Şumerdə tətbiq olunmuşdur. Tarixçilər bildirirlər ki, Aristotel e.ə. 350-ci ildə yazdığı “Sərvət mülkiyyət hüququnda yox, ondan istifadədədir” adlı əsərində bu fikrə toxunub. Venesiyada XI əsrdə lizing sövdələşmələrinə bənzər sövdələşmələr olub. Belə ki, venesiyalıları ticarət gəmilərinin sahiblərinə o zamanlar bəla sayılan lövbərlərini icarəyə verirdilər. Səyahət başa çatdıqdan sonra isə lövbərlər sahiblərinə geri qaytarılırdı və yenidən icarəyə verilirdi.

İqtisadi terminologiyaya görə, lizing (ingiliscə “lease” - icarəyə vermək) sözünün daxil olması Bell telefon şirkətinin fəaliyyəti ilə bağlıdır. Şirkət rəhbərliyi 1877-ci ildə öz telefonlarını satmaq əvəzinə, onları icarəyə vermək qərarına gəldi. Lakin əsas fəaliyyəti lizing əməliyyatları olan ilk cəmiyyət 1952-ci ildə San-Fransisko şəhərində yaranmış “United States Leasing Corporation” olmuşdur. Beləliklə, Amerika Birləşmiş Ştatları yeni bir biznes növünün vətəni oldu. 60-cı illərin ortalarında li-

zinq əməliyyatlarının dövriyyəsi bu ölkədə 1 milyard ABŞ dolları, 80-ci illərin axırına isə 110 milyard ABŞ dollarını keçmişdir. Bu o deməkdir ki, bir əsr rübü ərzində lizinq əməliyyatlarının ümumi dövriyyəsi 100 dəfə artmışdır. Bu artım lizinq sövdələşmələrində hər iki tərəfin qazandığını göstərir. Hazırda bazar iqtisadiyyatına malik ölkələrdə təsərrüfat subyektləri tərəfindən istehsalın texniki təchizatı zamanı lizinq əməliyyatlarına üstünlük verilir.

İnkişaf etmiş ölkələrdə əsas vəsaitlər fondunun yenilənməsində uzunmüddətli maliyyələşmə olan lizinqdən geniş istifadə edilir. Azərbaycanda lizinqin tarixini və inkişafını iki mərhələyə ayırmaq olar. Respublikamızda lizinq haqqında ilk qanun 1994-cü ildə qəbul edilmişdir (bu, MDB məkanında lizinq haqqında ilk qanun idi). Lakin Azərbaycanda lizinqin inkişafı, əsasən, 2003-cü ildən başlayır. 2003-cü ildən 2008-ci ilə qədər lizinq şirkətlərinin portfelində hər il ən azı iki dəfə artım müşahidə edilirdi. Lakin 2008-ci ildən bəzi imtiyazlar dayandırıldığına görə, Azərbaycanın lizinq bazarındakı artım nisbətən azaldı. Məsələn, 2008-ci ildə lizinq bazarının portfel həcmi 200 milyon ABŞ dollarına çatmışdysa, 2010-2011-ci illərdə bu rəqəm 150 milyon dollardan artıq olmamışdır.

Respublikada lizinq şirkətləri həm yerli bankların, həm də xarici kapitalın iştirakı ilə yaradılır. Son iki ildə, əsasən, xarici maliyyə kapitalının iştirakı ilə lizinq şirkətləri yaradılıb. Xarici kapital həm ucuzdur, həm də uzunmüddətlidir. Lakin lizinq şirkətləri kapitallaşma problemləri ilə üzləşirlər. Onların kapital səviyyələri xaricdən maliyyə vəsaiti cəlb etməyə imkan vermir.

Dünya maliyyə böhranı Azərbaycan iqtisadiyyatına təsirsiz ötdüyündən lizinq bazarına da elə bir ciddi təsir göstərməmişdir. Yəni bəzi lizinq şirkətlərinin portfelində azalma müşahidə edilsə də, bu müddətdə bağlanan və ya iflasa uğrayan lizinq şirkətləri olmamışdır. Sadəcə, bir çox lizinq şirkətləri hər hansı layihənin icrasına ehtiyatla yanaşmışlar, bəzi şirkətlər isə ümu-

miyyətlə, böhran bitənə qədər maliyyələşmə aparmamışlar.

Azərbaycanda lizinqin bir çox sahələrdə inkişaf perspektivi var. Məsələn, kənd təsərrüfatı məhsullarının saxlanması məqsədilə soyuducu avadanlıqların, saxlanma anbarlarının, o cümlədən kənd təsərrüfatı məhsullarının yetişdirilməsi üçün istilik avadanlıqlarının, telekommunikasiya sahəsində bahalı avadanlıqların uzun müddətə maliyyələşməsi sahəsində lizinq sərfəli ola bilər. Hazırda Azərbaycanda lizinq daha çox tikinti və kənd təsərrüfatı sektorunun payına düşür. Bu gün lizinq şirkətləri üçün perspektivli sahələrdən biri də kənd təsərrüfatıdır. Lakin respublikada fəaliyyət göstərən lizinq şirkətləri "Aqrolizinq" şirkəti ilə rəqabətə girə bilmədiyindən, bu sahə onların fəaliyyət dairəsindən kənarda qalır və ya cüzi bir həcm təşkil edir. Məlumdur ki, "Aqrolizinq" şirkəti bu gün xeyli imtiyazlara malikdir, dövlət büdcəsindən güzəştli maliyyələşmə əldə edir və cüzi faizlərlə və ya faizsiz texniki avadanlıqları kənd təsərrüfatında işləyən sahibkarlara lizinqə verir. Lakin digər lizinq şirkətləri "Aqrolizinq"ə verilmiş imtiyazlardan və güzəştli maliyyə vəsaitlərindən kənarda qalır.

Bundan başqa, lizinq şirkətləri geniş maliyyə resurslarına malik banklarla rəqabətə girə bilmirlər və bu da lizinq sektorunun zəifləməsinə və lizinq portfelinin aşağı düşməsinə gətirib çıxarır.

Azərbaycanda sürətlə inkişaf edən bir çox sahələrdə lizinqdən istifadə edilməsi məqsədəuyğun olardı. Belə ki, telekommunikasiya, informasiya texnologiyaları, tikinti, nəqliyyat, infrastruktur layihələrində, kənd təsərrüfatı, emal sənayesi, yüngül sənaye və digər inkişafda olan sahələrdə lizinqdən geniş istifadə edilə bilər ki, bu da respublikada lizinq sektorunun inkişafına güclü təkan vermiş olardı.

Lakin, bu gün Azərbaycanın lizinq potensialından tam istifadə edilmir. Məsələn, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə ÜDM-in ən azından 2,4%-ni, inkişaf etmiş ölkələrdə isə 5%-ni lizinq

sektorunun payı təşkil etdiyi halda, bu göstərici Azərbaycanda 0,4%-dir.

Azərbaycanda lizinqin inkişafı üçün, ilk növbədə, vahid qanuna ehtiyac var. Qanunvericiliyin məhdud olması səbəbindən hazırda lizinq şirkətləri operativ lizinq xidməti göstərə bilmirlər. Halbuki dünyada operativ maliyyə lizinqindən daha çox istifadə olunur. Lizinq haqqında hazırkı vergi qanunvericiliyi lizinqə verilən əmlakın 18% bahalaşmasına səbəb olur. Lizinq alan ƏDV-ni əvəzləşdirə bilmədiyi və 18% itirdiyi üçün, təbii ki, kreditlə bağlı banklara müraciət edir. Digər bir məqam əvvəllər 2 əmsalla tətbiq olunan sürətli amortizasiyanın ləğv edilməsi ilə əlaqədardır. Halbuki sürətli amortizasiya lizinq sektorunda əsas vəsaitlərin yenilənməsi üçün olduqca vacibdir. Buna görə lizinq haqqında vergi qanunvericiliyinin təkmilləşdirilməsinə ehtiyac duyulur.

Azərbaycanın Lizinq Şirkətləri Assosiasiyası "ALŞA" "Azərbaycanda lizinq sektorunun lobbiçiliyindən, lizinq şirkətlərinin maraqlarını təmsil etməklə dövlətlə lizinq sektorunun əlaqələndiricisi funksiyasını yerinə yetirir. Bazarın bütün aktiv iştirakçıları ALŞA-nın üzvləridir. Hazırda ALŞA-da lizinq sahəsini, qanunvericiliyi, maliyyə sektorunu yaxşı bilən mütəxəssislər toplaşmışdır. Beynəlxalq səviyyədə ALŞA Rusiya, Türkiyə, Belarus, Avropa ölkələrinin lizinq assosiasiyaları ilə əməkdaşlıq edir. Artıq MDB məkanında lizinq assosiasiyalarının vahid qurum şəklində birləşməsi nəzərdə tutulur və hazırda bu qurumun nizamnaməsi və digər hüquqi sənədləri müzakirə olunur və bu il fəaliyyətə başlaması planlaşdırılır.

Bir sıra ölkələrdə dövlət orqanları lizinqi kiçik biznesin dəstəklənməsi üçün istifadə edirlər. Məsələn, Yaponiyada kiçik müəssisələrə lizinq xidmətlərini təklif edən orqanlar sistemi yaradılıb. Xüsusilə də, 1966-cı ildə təsis edilmiş lizinq təchizatı sistemində kreditor rolunda milli və prefektura hökumətləri çıxış edirlər. Müasir dövr üçün beynəlxalq lizinq institutlarının

yaradılması xarakterikdir. Avropa Lizing Cəmiyyətləri Birliyi (qərargahı Brüsseldə yerləşir) 17 Avropa ölkəsinin cəmiyyət və birliklərini əhatə edir.

2. LİZİNG BAZARI VƏ ONUN ƏSAS PARAMETRLƏRİ

Lizing bazarı istehsal təyinatlı tikililərin, nəqliyyat vasitələrinin, avadanlıqların uzunmüddətli kirayə verilməsidir. Lizing müqaviləsinin müddəti bitdikdən sonra lizing alan müqvilə obyekti razılaşdırılmış qiymətlə əldə edər, lizing müqviləsinin vaxtını uzada və ya avadanlığı və ya maşını sahibinə geri qaytara bilər. Lizingin xüsusiyyətlərindən biri də lizing alanın alqı-satqı müqaviləsi üzrə tələblərin birbaşa əmlakın satıcısına qarşı irəli sürülməsi hüququna malik olmasıdır.

Müəssisələr adətən istifadə etdikləri əsas vəsaitlərin həm də sahibidirlər və bu vəsaitlər onların balansında da əks olunur. Bu, müəssisələr üçün hər zaman müsbət hal kimi qarşılanmır. Lizingin yaranması ilə müəssisələr əsas vəsaitlərini satınalma ilə yanaşı kirayələmə yolu ilə də qazanmaq imkanını əldə etmişlər. Lizing münasibətlərində əmlakın mülkiyyətinə sahib olmanın ortaya çıxardığı xərclər lizing şirkətinə aid olduğu üçün lizing yolu ilə avadanlıq əldə edən müəssisələr qazanlı olurlar. Bəzən hətta, müəssisələr sahib olduqları avadanlıqları lizing şirkətlərinə satıb eyni avadanlıqları həmin şirkətdən yenidən maliyyə lizingi yolu ilə icarəyə götürmək üsullarına belə müraciət etmişlər və beləliklə, lizingin qaytarılan lizing növü ortaya çıxmışdır.

Mülki Məcəllədə bazar sferası üzrə lizingin yalnız iki forması: daxili və beynəlxalq formaları ayrılır. 1994-cü ildə qəbul edilmiş "Lizing xidməti haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununda isə lizing xidməti onun həyata keçirilməsinə yönəldilən vəsaitin mənbəyinə görə, lizing haqqının tərkibinə görə və lizing müqaviləsi subyektlərinin iştirakına görə təsnifləşdi-

rılmışdır.

Lizinqin formalarını müəyyən edərkən əsas təsnifat əlamətləri kimi aşağıdakıları götürmək lazımdır :

- icarəyə götürülən əmlaka münasibətinə görə: xalis, tam, natamam;

- maliyyələşmə tipinə görə: təcili, təzələnən (revolver);

- iştirakçıların tərkibinə görə: ikitərəfli və ya birbaşa, birbaşa maliyyə, vendor-lizinq, qaytarma, dolayı, çoxtərəfli (səhmdar, leverec-lizinq, ayrıca, qrup halında), sublizinq;

- əmlakın tipinə görə: daşınar və daşınmaz əmlak;

- əmlakın ödəmə dərəcəsinə görə: tam və natamam ödəməli;

- bazar sektoruna görə: daxili, beynəlxalq;

- vergi imtiyazlarına münasibətə görə: əmlaka vergitutulması üzrə imtiyazlardan istifadə etməklə, imtiyazlardan istifadə etməməklə;

- lizinq ödəmələrinin xarakterinə görə: lizinq növləri (maliyyə, operativ), pullu, kompensasiyalı.

İcarə əmlakına görə və ya xidmətin həcminə görə lizinq aşağıdakı növlərə bölünür:

- təmiz lizinq - bu zaman əmlakın xidməti ilə bağlı bütün xərcləri lizinqalan öz üzərinə götürür. Milli avadanlıq bazarında xidmətlərin əksər hissəsi "təmiz" lizinqə aiddir;

- tam lizinq, yəni tam xidmət növlərinin təklif edilməsi ilə, bu zaman əmlakın xidməti ilə bağlı bütün xərcləri lizinqverən öz üzərinə götürür. Bu lizinq növünü əsasən avadanlığın istehsalçıları istifadə edir. Öz dəyərinə görə tam lizinq ən bahalı lizinq növlərindən sayılır;

- lizinqverənin texniki xidmətə, təmirə, xammalın təchizatına olan xərcləri artır;

- lizinq xidmət növlərinin qismən təklif edilməsi.

Bu halda lizinqverən əmlakın xidməti ilə bağlı bəzi funksiyaları öz üzərinə götürür.

Maliyyələşdirmə növünə görə lizinqin aşağıdakı növlərini

fərqləndirirlər:

- təcili lizinq - bu zaman əmlakın birdəfəlik icarəsi həyata keçirilir;

- təkrar olunan (bərpa olunan) lizinq - bu zaman lizinq müqaviləsi birinci icarə müddəti başa çatdıqdan sonra növbəti müddətə uzadılır. Lizinqin obyektləri müəyyən müddətdən sonra aşınmaya məruz qalarsa, onlar lizinqalanın istəyi ilə yeni nümunələrlə dəyişdirilə bilər.

İştirakçıların tərkibinə görə və lizinq əməliyyatlarının həyata keçirilməsi texnikasından asılı olaraq lizinqin 3 növü fərqləndirilir:

a) birbaşa lizinqdə iştirak edən əmlak mülkiyyətçisi həm də eyni zamanda lizinq verəndir. O, avadanlığı müstəqil olaraq lizinqə verir. İkitərəfli saziş baş verir. İkitərəfli lizinq sazişləri bu formada geniş yayılmamışdır, belə ki, lizinq əməliyyatlarının sayı artanda istehsalçı bir qayda olaraq, öz lizinq şirkətini yaradır.

b) dolaylı lizinqdə isə vasitəçi çıxış edir. Bu əqdə görə lizinq verən lizinq alana lizinqə vermək üçün satıcıdan xüsusi olaraq avadanlıq alır.

Ümumiyyətlə, lizinqin ən geniş istifadə edilən bu növləri var: Operativ lizinq (Operating leases), Maliyyə lizinqi (Financial leases) və Sublizinq (Sublease).

1. Operativ lizinq: lizinqin bu növündə, maliyyə lizinqi ilə müqayisədə müqavilə daha qısamüddətli, lizinq ödənişləri isə daha yüksək olur. Bu lizinq növündə lizinq şirkəti avadanlığın bütün cari və əsaslı təmir xərclərini özü çəkir və bu xərclər lizinq ödənişlərinə əlavə edilir. Operativ lizinqdə müqavilə sonunda avadanlığın mülkiyyəti lizinq şirkətində qalır. Buna görə də, operativ lizinqdə müqavilə müddəti adətən çox qısa olur və lizinqalan tərəfindən ödənilən lizinq ödənişləri avadanlığın dəyərini tam əhatə etmir. Lizinq şirkətləri operativ lizinqə verdikləri avadanlıqları ya ikinci dəfə lizinqə verməklə və ya sat-

maqla avadanlığın tam qiymətini əldə edirlər. Müəssisələr tərəfindən operativ lizinq əsasən çox sürətlə inkişaf edən texnika vasitələrinin əldə edilməsində istifadə olunur. Belə ki, bəzi avadanlıqların texniki cəhətdən saz vəziyyətdə olmasına baxmayaraq, bazara yeni modellərin təqdim edilməsi ilə bu avadanlıqların mənəvi köhnəlməsi hadisəsi baş verir və nəticədə bir müəssisə üçün istehsal avadanlıqlarının hamısının yenilənməsi böyük ölçüdə maliyyə vəsaitləri tələb edir. Operativ lizinqdə isə bu avadanlıqlar icarəyə götürülərək rahatlıqla belə vəziyyətlərdən çıxış yolu əldə edilir. Operativ lizinqdə avadanlıq lizinq şirkəti tərəfindən müştərinin (lizinqalanın) əvvəlcədən razılığı olmadan alınır və bununla bağlı bütün riskləri lizinq şirkəti öz üzərinə götürür.

2. Maliyyə lizinqi lizinqin ən geniş yayılan formasıdır. Maliyyə lizinqində avadanlığın uzunmüddətli icarəyə verilməsi və müqavilə müddəti sonunda bu avadanlığın müqavilədə əvvəlcədən nəzərdə tutulmuş simvolik bir dəyərlə lizinqalana satılması nəzərdə tutulur. Bu lizinq növündə lizinq müqavilələrinin müddəti adətən avadanlıqların amortizasiya müddətləri ilə eyni olur. Maliyyə lizinqində avadanlıqları adətən müştəri (lizinqalan) seçir və lizinq şirkətinə bu avadanlığın alınması üçün sifariş verir. Maliyyə lizinqində avadanlığın cari və əsaslı təmiri lizinqalan tərəfindən öz vəsaiti hesabına həyata keçirilir. Maliyyə lizinqi daha çox bir maliyyələşdirmə növüdür və müştəri tərəfindən seçilən avadanlığın lizinq şirkəti tərəfindən yalnız satın alınmasından ibarətdir. Lizinq şirkəti alınacaq avadanlıq haqqında heç bir məlumata sahib deyil və hətta çox vaxt alınan avadanlıq satıcı tərəfindən birbaşa müştəriyə (lizinqalana) təqdim edildiyi üçün lizinq şirkəti avadanlığı görmür.

3. Sublizinqdə lizinqə götürülən avadanlıq lizinq şirkətinin (lizinqverənin) razılığı ilə lizinqalan tərəfindən digər müəssisələrə yenidən lizinqə verilə bilər. Bu zaman sublizinq müqaviləsinin müddəti əsas lizinq müqaviləsinin müddətindən çox ola

bilməz. Sublizinq müqavilələrinin şərtləri də hər cəhətdən maliyyə lizinqi müqavilələrinin şərtlərinə bənzəyir.

Lizinq - ixtisaslaşmış lizinq şirkətinin, firmasının, bank şöbəsinin lizinqalan üçün əmlak olaraq, həmin əmlakın müəyyən müddətə icarəyə verilməsi ilə əlaqədar olaraq əsas vəsaitlərə investisiya qoyuluşunun maliyyələşdirilməsidir. Müddətindən asılı olaraq 3 növ icarə müqaviləsi mövcuddur:

1. Qısamüddətli icarə (rentinq) - 1 gündən 1 ilə qədər müddətə;

2. Ortamüddətli icarə (hayrinq) - 1 ildən 3 ilə qədər müddətə;

3. Uzunmüddətli icarə (lizinq) - 3 ildən 20 ilə qədər.

Lizinq əməliyyatlarının dəqiq müəyyənləşdirilməsinin böyük praktiki əhəmiyyəti var, belə ki, qanunvericiliklə müəyyən edilmiş sənədləşdirmə qaydalarına riayət olunmazsa, müqavilənin hər iki iştirakçısı maliyyə itkilərinə məruz qalarlar.

Lizinq müqaviləsinin əsasını aşağıdakılar təşkil edirlər:

- müqavilənin obyekt;
- müqavilənin subyektləri (lizinq müqaviləsinin tərəfləri);
- lizinq müqaviləsinin müddəti;
- lizinq ödənişləri;
- lizinq üzrə təklif olunan xidmətlər.

Lizinq müqaviləsinin obyekt rolunda istehsal zamanı məhv olmayan istənilən növ maddi sərvətlər çıxış edə bilər. İcarəyə götürülmüş obyektin təbiətinə görə daşınmaz və daşınan obyektin lizinqi fərqləndirilir.

Azərbaycanda da lizinq xidmətləri bazarı getdikcə inkişaf edir. Hazırda Azərbaycan lizinq xidmətləri bazarında aşağıdakı şirkətlər fəaliyyət göstərir:

Lizinq bazarını təşkil edən və lizinq verən şirkətlər: "Aqroli-
zing", "ANSAR Leasing", "AG Leasing", "Ata Leasing",
"Azərbaycan Sənaye Lizinq MMC", "AZ Lizinq", "Grand
Motors", "Gunay Leasing", "Qafqaz Lizinq MMC", "Joint

Leasing”, “Mugan Leasing”, “Nikoyl lizing”, “MCB Lizing”, “Pareks Lizing and Faktoring MMC” “RAO GLOBAL “GRO-UP GMBH Azərbaycan”, “Uni Leasing”, “Texnika Lizing”, “TuranLeasing”, Uluxanlı OJSC”, “Standard”, “Leasing“ və s.

3. LİZİNG BAZARININ STRUKTURU VƏ İNFRASTRUKTURU

Lizing xidmətləri bazarı digər bazarlardan iki mühüm xüsusiyyətə görə fərqlənir:

- xidmət göstərilənədək hələ mövcud olmur, bu isə onun alınadək müqayisə və qiymətləndirilməsini qeyri-mümkün edir. Ancaq xidmətdən gözlənilən və alınan faydanı müqayisə etmək olar;

- xidmətlərə yüksək dərəcədə qeyri-müəyyənlik məxsusdur, bu isə müştərini sərfəli olmayan vəziyyətdə qoyur, satıcılara isə xidmətin bazarda yeridilməsini çətinləşdirir.

Lizing xidmətləri bazarının bu xüsusiyyətləri, həmçinin xidmətlərin özünəməxsus cəhətləri - onların keyfiyyətinin dəyişkənliyi, istehsal və istehlakının kəsilməzliyi - lizing xidmətləri marketinqinin xüsusiyyətlərini müəyyən edir. Lizing xidmətləri marketinqi - müştərilərin xüsusi tələbatlarının aşkar edilməsinə yönəldilmiş bu və ya digər xidmətlərin yaradılması (işlənməsi), yeridilməsi və reallaşdırılması prosesidir. Bu proses lizing xidməti təşkilatının göstərdiyi xidmətləri müştərilərin düzgün qiymətləndirməsinə və dürüst seçim etməsinə kömək etməlidir.

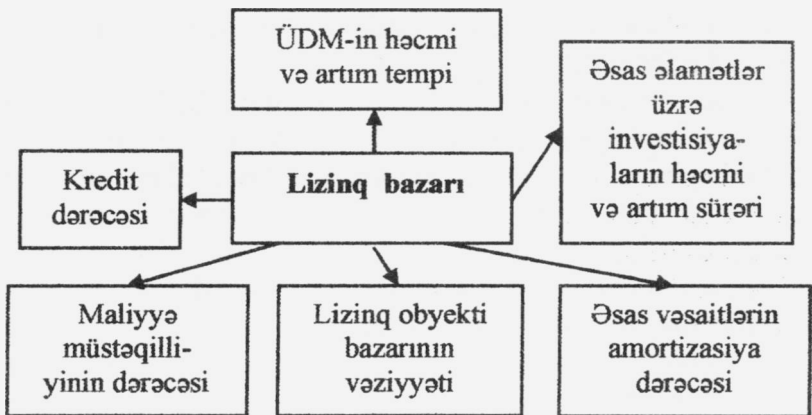
Lizing xidmətlərinin marketinqi bizim ölkədə təbii təkamül - inkişaf yolu və təcrübə toplanılması mərhələsini keçir. Lizing xidməti sahəsi və bu sferada marketinq fəaliyyətinin mürəkkəbliyi və özünəməxsus cəhətləri lizing firmalarının qarşılıqlı əlaqələrində özünü daha qabarıq göstərir.

Lizing xidmətləri bazarında marketinqin zəruriliyinə ehtiyac yalnız xidmətin və bazarın inkişafının müəyyən mərhələsində yaranır. Ölkənin özünün inkişaf xüsusiyyətlərindən asılı olaraq

marketingə səmərəli yanaşmaq tələb olunur. Bu bazarda da marketingin inkişafı onun əsas şərtləri olan xüsusi mülkiyyətin toxunulmazlığı, güclü özəl sektorun mövcudluğu və sərbəst rəqabət institutunun inkişafını nəzərdə tutur. Digər tərəfdən, marketing bazar iqtisadiyyatı mədəniyyətinin yayılmasına və güclənməsinə xidmət edir, intensiv iqtisadi inkişafa dəstək verir, dövlət səviyyəsində marketingin tətbiqi ölkənin müsbət imicinin yaradılmasına, geosiyasi və iqtisadi mövqeyinin gücləndirilməsinə, xarici investisiyaların cəlb edilməsinə və s. xidmət edir.

Lizing bazarının strukturunu avtolizing (yüngül və yükdaşıyan avtomobillər), avionəqliyyat, dəmiryol nəqliyyatı vasitələri, texnika və tikinti avadanlıqları, daşınan və daşınmaz əmlak, kənd təsərrüfatı texnikası, tibbi avadanlıqlar, məişət texnikası və s. üzrə lizing verilən əmlaklar təşkil edir.

Lizing bazarının strukturuna təsir edən amillər aşağıdakı şəkil 21-də aydın göstərilir:



Şəkil 21. Lizing bazarının strukturuna təsir göstərən amillər.

Lizinq bazarının strukturlarının səmərəli fəaliyyəti üçün mü-kəmməl infrastruktur lazımdır. İstehsalda iştirak etməsə də in-frastrukturlar o sahənin inkişafı və iqtisadi artımı üçün şərait ya-radırlar. İnfrastrukturların bütövlüyü onun bir-birinə tabe və sıx əlaqəli olan komponentlərindən asılıdır. Lizinq bazarında infra-struktur parametrlərinin səmərəli qurulması üçün onun altsis-temlərinin (parametrlər) konfigurasiyasını yaratmaq lazımdır. Lizinq bazarının infrastrukturunu çoxsəviyyəli, ierarxik struktura malik-dir. Bu quruluş bir-biri ilə sıx bağlı olan müxtəlif keyfiyyətli alt-sistemlərin ierarxik quruluşundan ibarətdir.

Lizinq sənayesinin infrastrukturunun formalaşması prosesi, ümumi iqtisadi və hüquqi təbiətin, xüsusilə qarşıdakı lizinq əməliyyatlarının, bazarın əmtəə və coğrafi quruluşunun həcmi-nin, ölkədə vergi rejiminin bir çox amillərindən təsirlənir. Bu baxımdan lizinq infrastrukturunun inkişafı aşağıdakı mərhələlə-rə bölünür:

1. Təşkilat - lizinq əməliyyatları ilə məşğul ola biləcək fir-maların formalaşması;

2. Funksional - lizinq şirkətlərinin funksiyalarının birbaşa həyata keçirilməsi;

3. Koordinasiya - ölkənin lizinq sistemində lizinq funksiyala-rını əlaqələndirmək üçün xüsusi bir qurumun yaradılması.

Lizinq bazarının infrastrukturuna daxil olan elementlər baza-rın iqtisadi subyektləri arasında qarşılıqlı əlaqə yaratmalıdır. Li-zinq prosesi iki şərtə əsaslanır: əməyin bölüşdürülməsi və koor-dinasiya. Ən çətin proses koordinasiya prosesləridir. Beş koor-dinasiya mexanizmini ayırd edirlər:

- qarşılıqlı razılaşma;
- birbaşa nəzarət;
- iş proseslərinin standartlaşdırılması;
- buraxılışın standartlaşdırılması;
- bacarıq və biliklərin standartlaşdırılması.

Lizinq bazarının infrastruktur parametrlərinə lizinq sistemi-

nin xarici mühiti, quruluş elementlərinin ölçüsü, lizinq biznesinin texnologiyaları təsir edə bilər. Lizinq bazasının infrastruktur elementləri xətti deyil, onların inkişaf mərhələləri arasında dəyişə bilər. Subyektlərin yaşı və ölçüsü də lizinq bazasının infrastrukturuna təsir edir.

Lizinq bazasının infrastrukturlarına həmçinin xarici mühit amilləri də təsir edir. Onlar aşağıdakılardır:

1. Sabitlik. Ətraf mühit sabit və dinamik ola bilər. Ətraf mühitin dinamikasının səviyyəsinə müxtəlif amillər, o cümlədən dövlət siyasətinin pozulması, iqtisadiyyatda gözlənilməz dəyişikliklər, istehlak tələbində gözlənilməz dəyişikliklər, rəqiblərin təklifləri və s. təsir edə bilər.

2. Mürəkkəblilik. Xarici mühitin təsirindən infrastruktur sadədən mürəkkəbliyə qədər dəyişə bilər. Bu vəziyyətdə istifadə edilən texnologiyalar nəzərə alınmalıdır.

3. Bazarın müxtəlifliyi. İqtisadi sistemdə bazarlar müxtəlif ola bilər. Bazarın müxtəlifliyinə müştərilərin geniş diapazona malik olması, məhsul və xidmətlərin bölüşdürülməsi səbəb ola bilər.

4. Düşmənçilik. İnfrastrukturların əhatəsi əlverişli mühitdən düşmənçilik mühitinə qədər dəyişə bilər. Bu isə rəqabətdən və rəqabətin səviyyəsindən asılıdır.

Lizinq biznesinin infrastrukturunu formalaşdırmaq üçün, xüsusi ətraf mühitin təsiri və iştirakçıların lizinq qabiliyyətinin müəyyən edilməsi vacibdir. Bunun üçün proqnozlaşdırmaq və anlamaq, dərhal reaksiya verərək nəticə çıxarmaq lazımdır.

Lizinq bazasının infrastrukturuna dörd institut aid edilir: hüquqi, iqtisadi, informasiya və vasitəçilik (şəkil 22). Bu elementlər iştirakçılar arasında lizinq əməliyyatında əlaqələrin meydana gəlməsinə təsir edir və fəaliyyətə infrastruktur dəstəyi verir.



Şəkil 22. Lizinq bazarının infrastrukturuları.

Lizinq sənayesinin infrastrukturunun formalaşdırılması prosesi ümumi iqtisadi və hüquqi təbiətin, xüsusən qarşıdakı lizinq əməliyyatlarının, bazarın əmtəə və coğrafi quruluşunun, ölkədə vergi rejiminin həcmindən təsirlənir. Bu baxımdan, Azərbaycanın lizinq infrastrukturunun inkişafında aşağıdakı mərhələləri ayıra bilərik:

Təşkilat - lizinq əməliyyatları ilə məşğul ola biləcək firmaların formalaşması.

Funksional - lizinq şirkətlərinin funksiyalarının birbaşa həyata keçirilməsi.

Koordinasiya - lizinq funksiyalarını ölkənin lizinq sisteminə koordinasiya etmək üçün xüsusi bir orqanın yaradılması.

4. LİZİNG MÜQAVİLƏLƏRİNİN BAĞLANMA PROSEDURLARI

Lizinq üçtərəfli sənəddir. Çünki lizinq sövdələşməsinin iştirakçıları əsas üç şəxsdən ibarət olur: lizinqverən (lizinq şirkəti), lizinqalan (müşəri) və lizinqə veriləcək avadanlığın satıcısı (təchizatçı). Lizinqverən müqaviləsinin reallaşdırılması prose-

sində cəlb edilmiş vəsaitlər və (və ya) şəxsi vəsaitləri hesabına əmlakı mülkiyyətə alan və onu lizinq predmeti kimi müəyyən ödənişlə, müəyyən müddətə və müəyyən şərtlərlə lizinqalana müvəqqəti istifadəyə və lizinq müddəti bitdikdə mülkiyyət hüququnun lizinqalana keçməsi şərtlə istifadəyə verən hüquqi şəxsdir. Lizinqalan müqaviləyə əsasən lizinq predmetini müəyyən ödənişlə, müəyyən müddətə və müəyyən şərtlərlə müvəqqəti istifadəyə götürməyə borclu olan fiziki və ya hüquqi şəxsdir. Satıcı isə lizinqverənlə alqı-satqı müqaviləsinə əsasən lizinqalanın seçdiyi əmlakı şərtləşdirilmiş müddətdə satan fiziki və ya hüquqi şəxsdir. Ona görə lizinq sövdələşməsində ən azı iki müqavilənin bağlanması nəzərdə tutulur: lizinqverənlə (lizinq şirkəti) lizinqalan arasında (müşəri) lizinq müqaviləsi; lizinqverən və avadanlığın satıcısı (təchizatçısı) arasında alqı-satqı müqaviləsi. Avadanlığın satıcıları (təchizatçıları) müşərinin (lizinqalanın) özü tərəfindən seçilir.

Lizinq müqaviləsinə əsasən lizinqverən lizinqalanın müəyyən satıcıdan seçdiyi əmlakı mülkiyyətə almağı və həmin müəyyən ödənişlə və sonuncuya əmlaka dair mülkiyyət hüququnu vermək şərtlə lizinqalanın istifadəsinə verməyi öhdəsinə götürür. Lizinq müqaviləsinin predmeti isə qüvvədə olan təsnifata əsasən əsas vəsaitlərə aid edilən istənilən daşınar və daşınmaz əmlak ola bilər.

Lizinq müqaviləsi aşağıdakı 11 mərhələdən ibarət olan bir mürəkkəb prosesdir:

1. Lizinq müraciəti - potensial lizinqalan onu maraqlandıran obyektin geniş təsvirini verməklə lizinq müraciətini doldurur;

2. Müraciətə baxılması - müraciətə lizinq şirkəti tərəfindən baxılır;

3. Müraciətin təsdiqlənməsi - müraciət lizinq şirkətinin kredit komitəsi tərəfindən təsdiq edilir;

4. Lizinq müqaviləsinin bağlanması - lizinqalanın müraciəti təsdiq edildikdən sonra lizinqverən və lizinqalan arasında lizinq

müqaviləsi bağlanır;

5. Alqı-satqı müqaviləsinin bağlanması - lizinqverən və satıcı arasında alqı-satqı müqaviləsi bağlanır;

6. Lizinq obyektinin əldə edilməsi - lizinqverən lizinq obyektini lizinqalanın müvəqqəti sahibliyinə və istifadəsinə vermək üçün onu mülkiyyət hüququ ilə əldə edir;

7. Sığorta - lizinq müqaviləsi ilə ayrı qayda nəzərdə tutulmadıqda satıcı lizinq obyektini sığortalamalıdır;

8. Lizinq obyektinin lizinqalana verilməsi - lizinqverən və lizinqalan lizinq obyektinin lizinq alana verilməsini təsdiq edən qəbul protokolunu imzalayırlar;

9. Lizinq ödənişləri - lizinqalan lizinq obyektindən istifadəyə görə mütəmadi olaraq lizinq ödənişlərini həyata keçirir;

10. Monitoring maliyyə nəzarəti - lizinqverən lizinq obyektinin vəziyyətini və lizinqalanın maliyyə vəziyyətini lizinq müqaviləsi ilə müəyyən edilmiş qaydada yoxlayır;

11. Mülkiyyət hüququnun lizinqalana keçməsi - lizinq müqaviləsi ilə nəzərdə tutulmuş hallarda lizinq obyektini lizinq alanın mülkiyyətinə keçə, yaxud lizinqalan lizinq obyektini satın ala bilər. Lizinq kredit xətlərini istifadəsiz saxlayır.

- Lizinq ödəmələri ƏDV-yə cəlb olunmur.

- İnvestisiya qoyuluşlarını 100% maliyyələşdirir. Belə ki, nəqliyyat, vergi, sığorta, montaj və digər xərclər bütövlükdə lizinqlə maliyyələşdirilə bilər.

- Lizinq avadanlığı lizinq şirkətinin mülkiyyətində olduğundan, bank kreditlərindən fərqli olaraq adətən müştərilərləndən əlavə girov tələb etmir.

- Lizinq ödəmələri tamamilə xərclərə aid edilir.

Uzunmüddətli maliyyə vəsaitlərinin respublikamızda qıt olduğu şəraitdə belə lizinqlə investisiya qoyuluşlarını 5 ilədək maliyyələşdirmək olar. Lizinqdə əmlakın sürətli amortizasiyası üçün ikiqat koefisientinin tətbiqi mümkündür. Bu da öz növbəsində, investisiya qoyuluşu mərhələsində vergiləri böyük ölçü-

də azaldır. Lizingdə bütün ödənişlər nağd vəsaitlərin axımına uyğunlaşdırılır və maliyyə ehtiyacı hiss etmədən uzun müddətə geri ödəmə imkanı əldə edilir. Lizingdə investisiya özü özünü maliyyələşdirir. Belə ki, lizing ödənişləri investisiya qoyuluşundan əldə ediləcək gəlirlə həyata keçirilir.

5. MİLLİ LİZİNG BAZARININ İNFRASTRUKTURUNUN FORMALAŞMASI

Azərbaycanda lizingin inkişafı prosesini iki mərhələyə ayırırlar. Birinci mərhələ 1994-cü ildə lizing haqqında qanunun qəbul edilməsi sayılır. Azərbaycan postsovet məkanında birinci ölkə idi ki, belə bir qanun qəbul olunmuşdur. Məhz həmin dövrdə lizingə bütün imtiyazlar verildirdi, o cümlədən o bütün vergi növlərindən azad olundu və digər güzəştlər müəyyən olundu. Lakin ilkin zəruri şərait yaradılmasına baxmayaraq, lizing sektoru lazımı inkişaf tapmadı. Azərbaycan Beynəlxalq Bankının və Beynəlxalq maliyyə korporasiyasının birgə iştirakı ilə lizing şirkətinin yaradılması üzrə müzakirələrin başladığı 1997-ci ildə xarici partnyor- “Garanti heasing” türk şirkətinin köməyi ilə “Azeri heasing” şirkəti yaradıldı. Ona görə də Azərbaycanda lizing fəaliyyətinin yaradılmasının başlanğıcını 1999-cu il hesab etmək olar.

Bazarda digər lizing şirkətləri də var idi, lakin onlar fəaliyyətsiz idilər. Həmin vaxtda bazarda yeganə fəal şirkət Dövlət Təchizat Komitəsi yanında əsasən əməliyyat lizingi ilə məşğul olan “Azeri heasing” şirkəti idi. O həm də lizingin məşhurlaşmasına müəyyən töhfə vermişdir.

Azərbaycanda lizing bazarı üçün geniş perspektivlər vardır: qeyri-neft sektorunun inkişafı, kiçik və orta sahibkarlığın stimullaşdırılması, ölkədə dünya səviyyəli yarışların, tədbirlərin həyata keçirilməsi üçün tikinti və yenidənqurma işlərinin artması bunun üçün real faktır.

Bundan başqa, Azərbaycanda lizinq bazarının inkişafı üçün lizinq şirkətlərinin istiqrazlarının buraxılmasına da şərait yaradılmışdır.

Lizinqin təşkilati idarəetmə formaları (idarəetmə səviyyəsi) əməkdaşlıq qanunları və istehsal konsentrasiyası ilə əlaqəli üç əsas mərhələnin inkişafından keçmişdir:

- **istehsal:** inzibati funksiyaları dərin bölüşdürməyən müəssisələrdə, lizinq əməliyyatlarının hazırlanması və aparılması üzrə bütün fəaliyyətlər bölmədə və ya sənaye ilə bağlı olan xidmətlərdə cəmlənir;

- **marketing:** lizinqlə məşğul olan xüsusi idarələrin marketing idarəetmə xidmətlərində təsərrüfat subyektləri tərəfindən (kredit institutu, sənaye müəssisəsi) yaradılması;

- **ixtisaslaşma:** lizinqin miqyasını daha da genişləndirmək müstəqil vasitəçi qurumların yaradılması (maliyyə, ixtisaslaşdırılmış lizinq şirkətləri, brokerlərin lizinqi), yeni kapital axınının və onun təşkilinə qeyri-standart yanaşmaların inkişaf etdirilməsini tələb edir.

Lizinq əməliyyatları birbaşa və dolaylı lizinq əməliyyatlarına bölünür. Birbaşa və dolaylı lizinq lizinq əməliyyatının təşkilinə (hələ də bu təsnifatda qaytarma icarəsi var) görə ayrılır.

Birbaşa lizinq - əmlakın sahibi müstəqil olaraq onu icarəyə verir. Bu lizinq formasında kirayəçi birbaşa istehsalçı və ya ticarət şirkətidir. Qravitasiya sxeminə uyğun olaraq bu cür lizinq klassik lizinq əlaqələrinə meyillidir.

Dolaylı lizinq - əmlakın lizinqə köçürülməsi vasitəçi vasitəsi ilə həyata keçirilir. Bu cür əməliyyatlar 3 tərəfin iştirakı ilə (təchizatçı - kirayəçi - icarəçi), yaxud böyük və mürəkkəb əməliyyatlarda - iştirakçıların sayı 4-dən 6-7-dək - iştirak ilə həyata keçirilə bilər.

Lizinq şirkətlərinin müxtəlif növləri mövcuddur. Lizinq əməliyyatları ilə məşğul olan aralıq firmalar arasında əsas rol lizinq şirkətləri oynayır və onlar təmin etdikləri xidmətlərdən

asılı olaraq maliyyə və xidmət sahələrinə ayrılırlar. Kredit təşkilatları kimi praktik olaraq fəaliyyət göstərən maliyyə lizinq şirkətləri lizinq əməliyyatlarını maliyyələşdirirlər və bir qayda olaraq, digər xidmət funksiyaları ilə məşğul olurlar.

Xidmət (ixtisaslaşdırılmış) lizinq şirkətləri əmlakın lizinqə köçürülməsi zamanı: lizinq obyektinin sığortalanması, verginin ödənilməsi üzərində nəzarət, avadanlıqların istismarı ilə bağlı icarəçinin məsləhətləşmələri zamanı qeyri-maliyyə xidmətlərinə aid bütün vəzifələri və ya bir hissəsini üzərinə götürürlər.

Xidmət lizinq şirkətləri, öz növbəsində, aşağıdakılara bölünür:

- yüksək ixtisaslaşmış;
- universal.

Lizinq xidmətlərinin inkişafı üçün vacib şərt bu bazarda fəaliyyət göstərən kirayəçilərin müxtəlif strukturudur. Hazırda aşağıdakı kimidir:

- lizinq şirkətləri - ixtisaslaşmış filiallar, sənaye və ticarət şirkətlərinin filialları (avadanlığın satışının aktivləşdirilməsi);
- lizinq şirkətləri - bankların filialları, sığorta şirkətləri (ən böyük qrup);
- müstəqil icarəçi (bazarda əhəmiyyətsiz pay);
- digər kirayəçilər - sığorta və pensiya şirkətləri, tövsiyələr, investisiya bankları, bunun üçün lizinq - qeyri-əsaslı fəaliyyətlər.

Respublikanın İqtisadi İnkişaf Nazirliyi tərəfindən hazırlanmış Azərbaycanın 2011-2025-ci illərdə uzunmüddətli iqtisadi inkişaf strategiyasında ölkənin ümumi daxili məhsulunda lizinq portfelinin xüsusi çəkisinin 2009-cu ildəki 0,5%-dən 2025-ci ildə minimum 3%-ə çatdırılması nəzərdə tutulur. Strategiyaya əsasən 2009-cu ildə ölkənin lizinq bazarının həcmi 215 mln. dollar təşkil etmişdirsə, 2025-ci ildə 3,108 mlrd. dollar portfelin əldə olunması proqnozlaşdırılır.

Bu məqsədlərə nail olunması üçün lizinq təşkilatlarını uzun-

müddətli maliyyə vəsaitləri ilə təmin etmək, lizinq obyektlərində sürətləndirilmiş amortizasiya mexanizminin tətbiqinə icazə vermək, ixtisaslaşdırılmış lizinq fondu yaratmaq planlaşdırılır. Həmçinin ölkədə iri infrastruktur və investisiya layihələrinin icrasında mühüm maliyyə mənbəyi kimi lizinqin payının artırılması üzrə tədbirlərin həyata keçirilməsi, kənd təsərrüfatının texniki təminatının yaxşılaşdırılması planlaşdırılır.

MÖVZU 11

SİĞORTA BAZARININ İNFRASTRUKTURU

1. Azərbaycanda sığorta sisteminin yaranması və inkişafı
2. Sığorta haqqında anlayış, sığortanın növləri
3. Sığorta bazarı: funksiyaları, xüsusiyyətləri
4. Sığorta bazarının infrastrukturları

1. AZƏRBAYCANDA SİĞORTA SİSTEMİNİN YARANMASI VƏ İNKİŞAFI

Sığorta (ing. insurance) - şəxslərin əmlakı, həyatı, sağlamlığı, mülki məsuliyyəti, həmçinin qanunvericiliklə qadağan olunmayan fəaliyyəti, o cümlədən sahibkarlıq fəaliyyəti ilə əlaqədar olan əmlak mənafeələrinin müdafiəsi sahəsində riskin ötürülməsinə və ya bölüşdürülməsinə əsaslanan münasibətlər sistemidir.

Bəşər tarixi yaranandan dünyada həmişə insanlardan asılı olaraq və ya onların iradəsi gücündə olmayan bir sıra hadisələr baş verir ki, bunlardan da müxtəlif ölkələrə, təsərrüfatlara, ayrı-ayrı şəxslərə ziyan dəyir. Bu zərərlərin də qarşısını almaq üçün cari xərclər kifayət etmir. Bunların qarşısını almaq üçün əvvəlcədən müəyyən ehtiyat fondları yaradılır. Bu ehtiyat fondlarının biri də sığorta formasında yaradılan ehtiyat fondlarıdır.

İlk sığortaya oxşar fəaliyyətlərə dəniz ticarətinin inkişaf etdiyi yerlərdə rast gəlinirdi. Romalılar, yunanlar arasında bəzi şəxslər gəminin daşdığı yükə görə borc verib, gəminin limana çatdırılması riskini öz üzərinə götürür və gəmi geri qayıdarkən öz pulu ilə əlavə müəyyən faiz də alırdılar.

Qədim dövrdə Misir piramidaları, faraon ehramları kimi tikintilərdə işləyən fəhlələr bədbəxt hadisə nəticəsində xəsarət alan və ya həlak olan yoldaşlarının və ya onların ailələrinin xeyrinə qarşılıqlı yardım xəzinəsi təşkil edirdilər. Bu da artıq

fərdi qəza sığortasının ilkin ünsürlərini özündə əks etdirir.

Sığortanın tarixi gəmi ticarəti ilə əlaqədar olduğuna görə, gəmi ticarətinin ən çox inkişaf etdiyi İtaliyada e.ə. XI-X əsrlərdə başlayır. O dövrdə Aralıq dənizində dəniz ticarəti sürətlə inkişaf edirdi və bu da sığortanın ilkin formalarının inkişafı üçün zəmin yaradırdı.

Yük daşıyanlar gəminin, yükün və daşımanın müddətindən asılı olaraq tacirlərə və bankirlərə “riskin qiymətini” - əlavə pul məbləğini ödəyirdilər. “Riskin qiyməti” daha sonra sığorta mükafatı adlanmağa başladı.

İlk sığorta şirkəti də 1424-cü ildə Genuya şəhərində yaradılmışdır. Sığorta işi üzrə ilk qanun isə 1435-ci ildə qəbul edilmişdir (Barselona Fərmanı).

Quru sığortalarının tətbiqi 1666-cı ildə Londonda baş verən və 4 gün davam edən, 13000 ev 100-ə yaxın kilsənin yanıb kül olmasına səbəb olan böyük yanğından sonra başlamışdır. Bunun da nəticəsi olaraq 1680-ci ildə tarixdə ilk dəfə İngiltərədə yanğından sığorta üzrə şirkət təsis edilmişdir. Zaman keçdikcə ayrı-ayrı sığorta növləri yaranırdı. XVIII əsrin əvvəllərində artıq 3 müstəqil sığorta növü - dəniz, heyvanların tələfatı və yanğından sığorta mövcud idi.

Beləliklə, uzun bir tarixi inkişaf yolu keçmiş sığorta münasibətləri sistemi XIX əsrdən genişlənməyə başlamışdır. Sığorta XX əsrin I yarısında daha intensiv inkişaf etmişdir. Onun yeni növləri, formaları meydana gəlmişdir. XX əsrin ortalarında dünyada güclü sığorta korporasiya və sindikatları meydana gəlmişdir. Onlardan ən irisi özündə 30000-ə yaxın özəl sığorta kompaniyalarını birləşdirən “Lloyd” korporasiyasıdır.

Müasir dövrdə maliyyə sisteminin tərkib hissəsi olan sığorta - bir iqtisadi kateqoriya olaraq, baş verən bu və ya digər xoşagəlməz hallardan, fəvqəladə hadisələrdən vurulan ziyanın aradan qaldırılması, vətəndaşların şəxsi həyatları ilə əlaqədar olan hadisələr zamanı onlara maliyyə yardımlarının edilməsi ilə ya-

radılan məqsədli pul vəsaiti fondlarının yaradılması və istifadəsi prosesidir.

Sığorta işinin səmərəli təşkilinin və beynəlxalq standartlar səviyyəsində inkişaf etdirilməsinin ölkə iqtisadiyyatının bazar münasibətləri şəraitində möhkəmlənməsində mühüm iqtisadi əhəmiyyəti vardır. Ümumiyyətlə, inkişaf etmiş ölkələrin sığorta bazarlarının inkişaf tarixi göstərir ki, o, ölkə iqtisadiyyatının artım tempinə güclü təsir göstərə bilir. Bu baxımdan qeyd etmək olar ki, sığorta - iqtisadiyyatın strateji sahəsidir.

Müstəqil Azərbaycan Respublikasının 1995-2005-ci illər dövlət quruculuğu dövründə iqtisadi böhranın aradan qaldırılmasında maliyyə-kredit mexanizminin, o cümlədən sığorta münasibətlərinin çox mühüm rolu vardır. Milli Məclisin 25 iyun 1999-cu il qərarı ilə respublikamızda ilk dəfə "Sığorta haqqında" Qanun qəbul edilmişdir. Bu qanunla ölkəmizdə sığorta işi hüquqi bazaya malik olmuş, milli sığorta bazarının yaranmasına şərait yaradılmışdır.

Respublikamızın müasir sığortası maliyyə sisteminin ən önəmli sferalarından biridir. O istehsalın aşağı düşməsinin qarşısının alınmasında, onun fasiləsizliyinə zəmanət yaradılmasında şübhəsiz əhəmiyyətə malikdir.

Azərbaycanda sığorta əsasən 3 mərhələdə öz inkişafını keçmişdir: 1917-ci il oktyabr inqilabından əvvəlki, inqilabdan sonrakı (1917-1990) və 1990-cı ildən başlayaraq müasir dövr.

Azərbaycanda sığorta işinin təşkilinə XIX əsrin ortalarında başlanmışdır. Azərbaycanda sığorta işi kapitalist istehsal münasibətlərinin inkişafı, neft sənayesinin meydana gəlməsi və sahibkarlığın fəallaşması ilə sıx əlaqədardır. XIX əsrin axırlarında Azərbaycanın neft sənayesinə xarici investorların cəlb edilməsi nəticəsində sığorta işinin inkişafında tərəqqi başlanır, ilk neft və gəmiçilik şirkətləri meydana gəlir. Sənayeçilərin qarşılıqlı sığortası, yağından sığorta, vətəndaşların şəxsi əmlakının sığortası geniş yayılır. Sığorta işi səhmdar və birgə sığorta cəmiyyətləri

ləri tərəfindən təşkil edilərək həyata keçirilirdi. Bu dövrdə Azərbaycanda xarici ölkələrdən olan şirkətlərin filialları fəaliyyət göstərirdilər. Azərbaycanda əsasən dəniz gəmilərinin sığorta edilməsi üzrə ixtisaslaşmış ingilis şirkəti «Lloyd»un filialları, habelə “Rus Lloyd”un və Almaniyadan olan ingilis şirkətinin iki nümayəndəliyi, Rusiya və İranın sərhəd limanlarına qədər daşınan yüklərin sığortası ilə məşğul olan “Repman və Rust” ticarət evi ilə təqdim edilən “Şimali Alman Lloyd”u, həmçinin gəmilərin və yüklərin sığortasını aparan “Alman, Livantiya xətti” cəmiyyəti fəaliyyət göstərməyə başlayırlar.

Sığorta işi Bakıda inqilabdan qabaqkı dövrdə inkişaf etmiş sahələrdən biri idi. Demək olar ki, Bakıda 1910-cu ildə 18 sığorta cəmiyyəti fəaliyyət göstərirdi. Ən böyük sığorta təşkilatı isə “Rusiya sığorta cəmiyyəti” idi. Bakıda sığorta işinin əsasını Xəzər dənizində üzən gəmilərin sığortası təşkil edirdi. Bakı vasitəsilə Rusiya-İran dəniz ticarəti praktiki olaraq həyata keçirilirdi. Bir sıra rus şirkətlərinə sığorta biznesində böyük yer verilmişdi. 1912-ci ilin məlumatlarına görə Bakıda 30 sığorta cəmiyyəti və agentliyi fəaliyyət göstərmişdir. Məhz bu dövrdə ingilis, alman şirkətləri və başqa böyük şirkətlərin filialları, habelə bir sıra Rusiya sığorta təşkilatları fəaliyyətə başlamışdır. Azərbaycanda sığorta işinin ilk başlanğıcında görkəmli sənayecilər, Dövlət Bankı şöbəsinin uçot-ssuda komitəsinin üzvləri: Hacı Zeynalabdin Tağıyev, Musa Nağıyev, Ələkbər Dadaşov, Mustafa Rəsulov və başqaları dururdular. Keçmiş SSRİ-nin başqa respublikalarında olduğu kimi, Sovet hakimiyyəti illərində Azərbaycanda da dövlət sığorta sistemi təşkil edilmişdir. Respublikada sığorta işinin inkişafında müəyyən rol oynamış Azərbaycan SSR Dövlət Sığortası Baş İdarəsi və SSRİ “İnqosstrax”ının Bakı şöbəsi fəaliyyət göstərirdi. Sovet hakimiyyəti qurulduqdan sonra isə 1922-ci ildən başlayaraq bütün SSRİ-də sığorta dövlət inhisarına alındı. Bu dövrdə əhaliyə göstərilən sığorta xidmətləri məhdud xarakter daşıyırdı, daha doğrusu,

250

dövlət sosial təminat sisteminə əlavə kimi fəaliyyət göstərirdi. Müasir günə kimi dövlət sığortasının inkişafında müvəffəqiyyətlərlə yanaşı çox böyük əyintilər də baş vermişdir. Belə ki, 30-cu illərdə ölkədə mövcud olan kooperativ və səhmdar fondları inzibati yolla ləğv edilmiş, yerində ancaq dövlət sığortası yaradılmışdır. Bu isə sığorta sistemində rəqabətin olmamasına və obyektiv inkişafın ləngiməsinə səbəb olmuşdur. Respublikamızda dövlət sığortası 1923-cü ildən aparılır. Respublikada sığorta işinə rəhbərliyi dövlət sığortası idarə heyəti rəhbərlik edir. Yerlərdə isə sığorta agentlikləri fəaliyyət göstərir.

Kooperativ sığorta Sentrsoyuzun istehlak kooperasiyası vasitəsilə həyata keçirilirdi, 1931-ci ildə isə onun fəaliyyəti dayandırıldı. Bundan sonra isə sığorta əməliyyatları Dövlət Sığortasında cəmlənməyə başladı. 80-ci illərin axırınadək respublikada sığorta işi iki sığorta təşkilatının və - Azərbaycan Respublikası Dövlət Sığorta Şirkətinin və SSRİ-nin xarici dövlət sığorta təşkilatının Bakı şəhərindəki şöbəsinin inhisarı altında idi. Onların fəaliyyət dairəsi qanunvericilik tərəfindən bölüşdürülmüşdür.

1988-ci ilin 26 mayında SSRİ-də "Kooperasiya haqqında" qəbul edilmiş Qanuna görə kooperativlərə və onların ittifaqlarına kooperativ sığorta təşkilatları yaratmağa, sığortanın qaydasını, növlərini müəyyən etməyə icazə verildi. Ölkədə kommerisiya sığorta təşkilatları və səhmdar cəmiyyətləri yaradılmağa başladı.

Ölkəmizdə sığorta işi 1990-cı ildən sonra müstəqil inkişaf etməyə başladı. 1991-ci ildə Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabineti yanında Dövlət Sığorta Nəzarəti yaradıldı. Bu təşkilatın vəzifəsi ölkəmizdə sığorta xidmətləri bazarının inkişafının tənzimlənməsi, sığortaçıların, sığortalıların və dövlət mənafeyinin müdafiəsi, metodiki rəhbərliyin həyata keçirilməsi, müvafiq normativ-hüquqi sənədlərin hazırlanması və s. olmuşdur.

Milli sığorta bazarı Azərbaycanda 1992-ci ilin əvvəlindən formalaşmağa başlamışdır. Azərbaycan Respublikasının Milli

Məclisi Azərbaycanın tarixində ilk dəfə olaraq 1993-cü ilin yanvar ayında "Sığorta haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununu qəbul etdi. Bu qanunun tələblərinin icra edilməsi üçün sığorta işinin inkişafına təkan verən müxtəlif normativ-hüquqi sənədlər hazırlanmışdır ki, bu da sığorta xidmətləri həcmünün artırılmasına, sığorta təşkilatlarının maliyyə sabitliyinin möhkəmləndirilməsinə təkan vermişdir. Bunlarla yanaşı 1993-cü ildə Azərbaycan Respublika Sığorta Cəmiyyətləri İttifaqı yaradıldı. İttifaqın məqsədi ölkədə sığorta təşkilatlarının səylərini bir arada tutmaq, sığorta bazarının inkişafına kömək etmək, onların bir-biri ilə qarşılıqlı fəaliyyətlərini əlaqələndirmək, dövlət, bəynəlxalq və digər təşkilatlarla münasibətlərdə öz üzvlərinin mənafeyini müdafiə etməkdir. Sığortaçılar İttifaqı və Dövlət Sığorta Nəzarəti ölkədə sığorta işini tənzimləyən normativ-hüquqi sənədləri birgə hazırlayırdılar.

Belə ki, 1996-cı ildə sığortaya aid bir neçə qanun - "Azərbaycan Respublikasında nəqliyyat vasitəsi sahiblərinin mülki məsuliyyətinin icbari sığortası haqqında", 1997-ci ildə "Hərbi qulluqçuların dövlət icbari şəxsi sığortası haqqında", "Məhkəmə və hakimlər haqqında", "Rabitə haqqında", "Azərbaycan Respublikasının Gömrükxanası haqqında" Məcəllə qəbul edilmişdir. Dövlət sığorta şirkətləri ilə yanaşı özəl sığorta şirkətlərinin də sayı artmağa başladı.

Keçid mərhələdə respublikada "Milli Bank"ın yarandığı, müstəqil xarici iqtisadi siyasətin yer aldığı, milli valyutanın təbiiq edildiyi bir vaxtda sığorta bazarının inkişafı daha da aktuallaşır və yerli xüsusiyyətlər nəzərə alınmaqla sığorta işinin inkişafında kommersiya siyasəti yeritməyə imkan yaranır.

1991-ci ildə Azərbaycanda 62 sığorta təşkilatı, o cümlədən 53 milli, 9 birgə sığortaçı fəaliyyət göstərirdi. Yaradılmış bir çox kommersiya sığorta təşkilatları sığorta olunanların etimadını qazana bilmədiklərinə görə, onların 33-ü müflisləşərək öz fəaliyyətini dayandırmışdır. 2006-cı ilin əvvəllərində Azərbaycan-

da qeydiyyatdan keçmiş 29 sığorta təşkilatı fəaliyyət göstərmişdir ki, onlardan 22-si özəl, 6-sı qarışıq mülkiyyət formalı dövlət kommersiya şirkətidir.

Bundan başqa, Azərbaycanda sığorta və təkrar sığorta müqavilələrinin bağlanması vasitəçilik fəaliyyəti ilə 3 yerli, 3 xarici investisiyalı sığorta broker təşkilatı da fəaliyyət göstərir.

Azərbaycan Respublikasında 2005-ci ildə sığorta xidmətlərindən daxil olan sığorta haqqı 82,6 mln. manat təşkil etmişdir ki, bu da 2000-ci illə müqayisədə 5,4 dəfə çoxdur. Sığorta haqlarının 93,1%-ni könüllü sığortalar, 6,9%-ni isə icbari sığortalar təşkil etmişdir. Dövlət büdcəsinin gəlirlərinin formalaşmasında sığortanın oynadığı rol heç də az deyil. 2000-ci ildə sığorta şirkətlərindən dövlət büdcəsinə köçürmələr 0,42 mln. manat idisə, 2005-ci ildə bu 5,5 mln. manat təşkil edirdi ki, bu da ümumi büdcə gəlirlərinin 0,27 %-nə bərabər idi.

Sığorta şirkətlərinin 2006-cı ildə ödənilmiş nizamnamə kapitalının həcmi 32,2 mln. manat, o cümlədən xarici investisiyalı birgə sığorta şirkətlərinin nizamnamə kapitalı 4,4 mln. manat təşkil edirdi.

Respublikada sığorta işinin dünya standartlarına uyğun təşkil edilməsi, sığorta münasibətlərinin tənzimlənməsi və təkmilləşdirilməsinin hüquqi bazasını yaratmış olan bu qanun sığorta işinin inkişafı və həyata keçirilməsini, sığortalıların hüquq və mənafeələrinin müdafiə edilməsini, sığortaçıların maliyyə bazasının möhkəmləndirilməsini, sığorta müqavilələrindən irəli gələn münasibətlərin tənzimlənməsini, sığorta sahəsində müvafiq dövlət orqanlarının səlahiyyətlərinin müəyyən edilməsini nəzərdə tutur.

Hansı mülkiyyət formasında olmasına baxmayaraq fəaliyyət göstərmək üçün sığorta təşkilatları lisenziya almalıdırlar. Respublikada müstəqillik əldə edilənədək müəssisə və təşkilatlar bütövlükdə dövlət mülkiyyətində olduğu üçün onlara məxsus olan əmlakın dövlət tərəfindən sığortalanması həyata keçiril-

mişdir. Belə ki, dövlət mülkiyyətində olan müəssisə, idarə və təşkilatlara məxsus əmlakın icbari qaydada sığortalanması 1992-ci ildən 1999-cu ilədək dövlətin qəbul etdiyi müvafiq qərara əsasən dövlət tərəfindən həyata keçirilmişdir. Eyni zamanda vətəndaşların mülkiyyətində olan tikintilərin də icbari qaydada sığortalanması həyata keçirilmişdir. Lakin 1991-ci ildən sonra özəl sığorta şirkətlərinin yaranması dövlət sığorta orqanları ilə rəqabətin baş verməsinə səbəb olmuşdur.

Sığortaçılar öz fəaliyyətlərini əlaqələndirmək, üzvlərinin mənafeələrini qorumaq və birgə proqramlarını həyata keçirmək üçün Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyinə uyğun olaraq ittifaqlar, assosiasiyalar və digər birliklər yarada bilərlər. Bu birliklər sığorta fəaliyyəti ilə bilavasitə məşğul olmaq hüququna malik deyildirlər. Sığorta birlikləri hüquqi şəxs kimi Azərbaycan Respublikasının Dövlət Sığorta Nəzarətində qeydiyyatdan keçdikdən sonra öz nizamnamələri əsasında fəaliyyət göstərirlər. Sığorta fəaliyyətinə lisenziya almaq üçün ödənilmiş nizamnamə kapitalının minimum məbləği sığortaçılar üçün 50 mln. manat, təkrar sığortaçılar üçün isə 350 mln. manat məbləğində müəyyən edilirdi. Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabinetinin 20 sentyabr 2001-ci il tarixli 152 sayılı qərarı ilə nizamnamə kapitalının minimum məbləği sığortaçılar üçün 2 mlrd. manat, təkrar sığortaçılar üçün isə 5 mlrd. manat müəyyən edilmişdir. Mövcud qanunvericilik sığorta şirkətinin yaranması zamanı həm milli, həm də xarici kapitalın cəlb edilməsinə şərait yaradır. "Sığorta haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanununa əsasən sığorta şirkətinin nizamnamə kapitalında xarici kapitalın iştirakı 49%-dən artıq ola bilməz.

Azərbaycanda sığorta fəaliyyətini aparmağa lisenziya almış ən iri sığorta şirkəti "Azərisığorta"dır. "Azərisığorta" qədim və tam etibarlı dövlət sığorta şirkətidir və onun Respublikanın bütün yerlərində filialları mövcuddur.

Dövlət sığorta təşkilatları hüquqi şəxs statusuna malikdir, öz

fəaliyyətində nisbətən müstəqildir, təsərrüfat prinsipləri əsasında fəaliyyət göstərir. Onların gəlir və xərclər üzrə maliyyə planını sərbəst tərtib etməklə, ştat siyahısını və göstəricilərini təsdiq edirlər. Səhmdar və özəl sığorta şirkətləri bir qayda olaraq nizamnamə kapitalı və sığorta xidmətinin həcminə görə xeyli kiçikdir. Sığorta müqaviləsi yazılı formada bağlanmalıdır. Yazılı formaya əməl olunmadıqda sığorta müqaviləsi etibarsız sayılır (icbari dövlət sığortası müqaviləsi istisnadır). Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsinə müvafiq olaraq, tərəflərin öz aralarında razılaşmalarına əsasən müqavilə başqa şərtlər altında da göstərilə bilər. Sığorta müqaviləsinin bağlanması üçün sığortalı müqavilə bağlamaq niyyəti barəsində sığortaçıya yazılı şəkildə təklif verir, ya da bu məqsədini şifahi olaraq bildirir. Müqavilə və ya qanunla başqa hal nəzərdə tutulmuşdursa, sığorta müqaviləsi müqavilənin bağlandığı gün qüvvəyə minir.

Ölkəmizdə sığorta işinin təşkili dövrün iqtisadi və sosial tələblərinə uyğun olaraq həmişə yenidən qurulmuş və təkmilləşdirilmişdir. Sığorta işinin indi fəaliyyətdə olan əsasları 1958-ci ildə qoyulmuşdur. Son 30 il ərzində dövlət sığortası sistemində həqiqətən böyük iqtisadi və sosial əhəmiyyət kəsb etmiş irəliləyişlər və dəyişikliklər baş vermişdir.

Respublikada və hər bir regionda sığorta işinin müvəffəqiyyətli inkişafı onun müstəqil fəaliyyəti ilə bağlıdır. Dövlət sığortası münasibətləri inhisarsızlaşdırma və əksinhisar prinsipləri əsasında təkmilləşdirilməlidir. Respublika ərazisi daxilində sığorta obyektlərini və növlərini müstəqil müəyyən etmək, elmi hesablamalara əsaslanmaqla qiymət dərəcələrini müəyyənləşdirmək sahəsində ona tam sərbəstlik verilmişdir.

Respublikada vahid, müstəqil sığorta sisteminin yaradılması, onu dünya sığorta münasibətləri sistemindən qətiyyən ayırmamalıdır.

2. SİĞORTA HAQQINDA ANLAYIŞ, SİĞORTANIN NÖVLƏRİ

Sığorta iqtisadi kateqoriya kimi müxtəlif fəvqəladə hallar baş verdikdə dəyən ziyanın ödənilməsi və vətəndaşların şəxsi həyatları ilə bağlı hadisələr zamanı onlara maliyyə yardımı göstərilməsi ilə əlaqədar məqsədli pul vəsaiti fondlarının yaradılması və istifadəsi prosesidir. Məqsədli sığorta fondlarının formalaşması, fiziki və hüquqi şəxslərin maddi itkilərinin ödənilməsi pul vəsaitinin dövrəni vasitəsilə, iqtisadi münasibətlərin köməyi ilə həyata keçirilir. Buradan da görüldüyü kimi, sığorta münasibətləri pul vəsaiti fondlarının formalaşması və istifadəsi ilə əlaqədar meydana gələn yenidən bölgü münasibətləridir.

Daha geniş mənada sığorta müəssisə və təşkilatların, fərdlərin vəsaiti hesabına xüsusi ehtiyat pul vəsaiti fondlarının yaradılması və onun nəzərdə tutulmayan hallar, bədbəxt hadisələr, təbii fəlakətlər və digər əlverişsiz hadisələr nəticəsində dəymiş zərərin ödənilməsi və habelə, əhaliyə, onların həyatında müxtəlif hadisələr baş verdikdə sığorta təminatını ödəmək üçün istifadəsini özündə əks etdirən iqtisadi münasibətlər sisteminin məcmusudur.

Sığortanın obyektı kimi sığortalının həyatı, sağlamlığı, iş qabiliyyəti, vətəndaşların, təşkilatların, müəssisələrin əmlakları, əmlak mənafeələri, nəqliyyat vasitələri və yüklər, risklər, məsuliyyət və s. çıxış edir.

Sığortada iki tərəfin iştirakı zəruridir: sığorta etdirən və sığorta edən. Sığorta edən kimi dövlət, səhmdar və ya sığorta fondunu yaratmaq və istifadə etmək səlahiyyətinə malik olan digər sığorta təşkilatları çıxış edir. Sığorta etdirən kimi isə dövlət, bələdiyyə, kooperativ, səhmdar, hüquqi və fiziki şəxslər çıxış edir.

Bazar münasibətlərinə keçid şəraitində təsərrüfatın müxtəlif sahələrində sığortanın istifadəsilə bir sıra anlayışlar meydana çıxır. Bu sığorta elementlərinin tətbiqi mülkiyyətin bütün formalarını, ailə münasibətlərini əhatə edərək sığorta ilə maraqla-

nanlar arasında xeyli genişlənmişdir. Sığortada xüsusi sığorta anlayışlarından istifadə olunur ki, bu da tərəflər arasında qarşılıqlı münasibətləri asanlaşdırır. Sığorta anlayışlarının köməyi ilə hər bir konkret sığorta forması tənzimlənir və bu, sığorta iştirakçılarının hüquqi vəzifələrində ifadə edilir. Sığorta anlayışlarının sığortanın təşkili və idarə edilməsində böyük rolu var. Sığortanın anlayış toplusu çox zəngin olduğundan onların bəzilərinin izahını veririk.

Sığortalı - sığortacı ilə müqavilə bağlayan (sığorta etdirən) və ya xeyrinə sığorta müqaviləsi bağlanan (sığorta olunan), yaxud qanuna görə sığortalanmış sayılan fiziki şəxs (fəaliyyət qabiliyyəti məhdud olan və ya fəaliyyət qabiliyyəti məhkəmə tərəfindən məhdudlaşdırılan, eləcə də fəaliyyət qabiliyyəti olmayan şəxslərdən başqa) və ya hüquqi şəxsdir.

Sığortacı - yalnız sığorta və təkrar sığorta fəaliyyətini göstərmək məqsədilə yaradılmış, qanunvericiliklə müəyyənləşdirilmiş qaydada xüsusi razılıq almış hüquqi şəxs olan sığorta təşkilatıdır.

Yenidən sığortacı - müvafiq sığorta təşkilatıdır. Yenidən-sığorta bir çox ölkələrdə məcmu sığorta fondu vəsaitlərinin toplanmasına lazımı şərait yaradan bir vasitə kimi həyata keçirilir.

Sığorta riski - ehtimal olunan elə hadisədir ki, onun baş verməsinə qarşı sığorta aparılır. Sığorta riski sayılan hadisənin təsadüf əlamətləri olmalıdır. Ümumiyyətlə, "sığorta riski" anlayışı dəhşətli hadisələrdən zərərdeymə ehtimalını və təhlükə riskini əks etdirir. Riyazi hesablama baxımından ehtimal sığorta tariflərinin tətbiqində əsas rol oynayır. Yəni hadisənin xarakteri, vurduğu zərər əsas götürülür.

Bu mənada sığorta risklərini qiymətlərdən asılı olaraq böyük, orta və kiçik risklərə ayırırlar. Burada həmçinin daha çox təhlükəli və az təhlükəli riskləri ehtimal səviyyəsinə görə fərqləndirirlər.

Sığorta hadisəsi - qanuna və ya sığorta müqaviləsinə görə

sığorta ödənişinin sığortalıya və ya üçüncü şəxslərə ödənilməsi üçün əsas olan haldır.

Sığorta məbləği - sığorta hadisəsi baş verdikdə sığortalının əmlakına və ya əmlak mənafeələrinə dəyən zərərin yerini doldurmaq üçün pul və ya natura şəklində ödənilən vəsaitdir.

Sığorta haqqı - sığorta müqaviləsinə və ya bu qanuna uyğun olaraq sığortalının sığortaçıya verməli olduğu pul məbləğidir.

Sığorta tarifi - hər bir obyektin qiymətinə uyğun olaraq sığorta faizi dərəcəsidir. Bu tariflər sığorta fondunun formalaşdırılmasına xidmət edir və onlardan gələn gəlir fonda daxil edilir. Bu tariflər manatla ödənilir. Bu həm də sığorta ayırmaları, yaxud sığorta ödənişləri hesab edilir.

Sığorta müqaviləsi - sığortalı ilə sığortaçı arasında sazişdir. Bu müqaviləyə görə sığortaçı sığorta hadisəsi zamanı sığortalıya sığorta ödənişi verməyi, sığortalı isə müəyyənləşdirilmiş müddətlərdə sığorta haqqını ödəməyi öhdəsinə götürür.

Ümumi sığorta - yüksək sığorta risklərinin sığortalanmasında öz ödəmə qabiliyyətinin təmin olunması və sığortalıların əmlak mənafeələrinin müdafiəsinə zəmanət verilməsi üçün sığortaçıların öz aralarında bağladıkları saziş əsasında qarşılıqlı sığorta fəaliyyətinin təşkili formasıdır.

Sığorta şəhadətnaməsi - sığortalı ilə sığortaçı arasında bağlanan sığorta müqaviləsinin olmasını təsdiq edən və həmin müqavilənin əsas məzmununu əks etdirən sənəddir.

Sığorta marağı - bu ikimənalı anlayışdır. Birincisi sığortada iştirakçıları maraqlandıran iqtisadi tələbatı, ikincisi mümkün hallarla əlaqədar olaraq meydana çıxan zərərin qiymətləndirilməsini əks etdirən sığorta məbləğini ifadə edir.

Sığorta müdafiəsi - konkret obyektdə dəymiş zərərin aradan qaldırılması, yaxud ödənilməsi məqsədilə yaranan münasibətlərdir.

Sığorta məsuliyyəti - müqavilədə nəzərdə tutulmuş qəza hallarında sığortaçının zərəri aradan qaldırmaq üçün vəsait, ya-

xud sığorta məbləğini ödəməsi məsuliyyətidir.

Sığorta qiyməti - bu dəyəri olan və sığorta obyektini kimi çıxış edən maddi qiymətliləri əhatə edən əmlak sığortası anlayışıdır. Sığorta qiyməti dedikdə, sığorta məqsədilə obyektin dəyərinin müəyyən edilməsi başa düşülür. Bu, sığortanın əsas şərtlərindəndir. Belə ki, sığortalanan əmlak əvvəl qiymətləndirilir, sonra sığorta müqaviləsinə daxil edilir. Sığorta şərtlərindən asılı olaraq sığorta qiyməti əmlakın həqiqi qiymətindən aşağı qiymətləndirilə bilər.

Sığorta müddəti - hər hansı bir müəyyənləşdirilmiş dövr ərzində sığorta obyektinin sığortalanmasını ifadə edir. Məcburi əmlak sığorta zamanı sığorta müddəti müqavilədə qəti müəyyən olunur. Sığorta müddəti ilə sığorta fəaliyyətini fərqləndirmək lazım gəlir. Sığorta fəaliyyəti ilk sığorta ayırmasının ödənilməsindən sonra sığorta müqaviləsinin qüvvəyə minməsi anından başlayır və sığorta müddətinin bitməsilə eyni vaxtda başa çatır. Sığorta fəaliyyəti sığorta müddətindən qısa ola bilər.

Sığorta sahəsi - sığortalana bilən obyektlərin maksimum miqdarıdır. Əmlak sığortası üzrə sığorta sahəsi həm əmlak sahiblərinin sayını, həm də həmin yerdə yerləşən sığorta obyektlərinin sayını əhatə edir. Şəxsi sığorta üzrə sığorta sahəsinə sığorta müqaviləsi bağlaya bilən fəhlə və qulluqçuları, həm rayonun, şəhərin, vilayətin, respublikanın ümumi əhalisinin, həm də həmin müəssisə və təşkilatlarda işləyənlərin ümumi sayını daxil etmək olar.

Sığorta portfeli - müəyyən ərazidə və yaxud müəssisədə sığorta olunmuş obyektlərin, yaxud fəaliyyət göstərən müqavilələrin faktiki miqdarıdır. Sığorta portfeli adı altında həmin ərazidə müəyyən tarixə həyatın uzunmüddətli sığortalınması müqaviləsi üzrə aylıq sığorta ayırmaları məbləği də aydınlaşır.

Sığorta yaşı - sığortalınmaya qəbul olunmuş vətəndaşların müəyyən hədd daxilində yaş qrupudur. Sığorta yaşı kənd təsərrüfatında heyvanların sığortalınması zamanı da müəyyən olunur.

Sığorta kovernotu (ingiliscə cover - “təmin etmək” və note - “qeyd” sözlərinin birləşməsi) sığorta brokerinin sığorta olunana verdiyi sənədlərin və sığorta müqaviləsinin olduğunu təsdiq edir.

Sığorta brokeri və sığorta makleri - sığorta olunanla sığorta edən arasında vasitəçi şirkətlərə və ya şəxslərə deyilir.

Sığorta polisi - sığorta edənin sığorta olunma haqqında sığorta olunana verdiyi şəhadətnamədir.

Sığorta aktı - sığorta haqlarının başvermə səbəblərini və faktı əks etdirən sənəddir. Əmlak sığortası zamanı bu aktlar zərərin məbləğinin hesablanmasında və sığorta yardımı (ödənişi) alan sığortalanmış obyektin hüququnun müəyyən olunmasında əsas kimi istifadə edilir.

Sığorta zərəri - sığorta qiymətləndirilməsi zamanı korlanmış əmlakın tam məhv olmuş və yaxud qiymətsizləşmiş hissəsinin dəyəridir. Sığorta obyektlərinə dəyən zərər məbləğinin tam, yaxud bir hissəsinin ödənilməsi sığorta ödənişi (yardımı) adlanır.

Sığorta cəmiyyətin ictimai-iqtisadi həyatının bütün tərəflərini əhatə etməklə əhalinin maddi rifahının və sahibkarlıq riskinin zəmanətçisi kimi çıxış edir, gözlənilməz və fəvqəladə hadisələr zamanı əmlak mənafeələrinin qorunmasına, dövlətin maliyyə sisteminin möhkəmləndirilməsinə təsir göstərir. O, nəinki sığorta hadisələri zamanı büdcəni dəyən zərərlərin ödənilməsindən azad edir, hətta uzunmüddətli investisiyaların mənbəyinə çevrilir.

Sığorta münasibətləri məcburi və könüllü formalarda həyata keçirilir. Məcburi sığorta dövlət tərəfindən qanunvericilik əsasında həyata keçirilməklə cəmiyyətin maraqlarının təmin edilməsi üçün hüquqi və fiziki şəxslərin sığorta edilməsidir. Sığortanın bu formasının həyata keçirilməsinə səlahiyyəti olan orqanlar qanunvericilik əsasında müəyyən edilir.

Məcburi sığortadan fərqli olaraq sığortanın könüllü formasında sığortaçılarla sığorta olunanlar arasında müqavilə könüllü

olaraq bağlanılır. Qanunvericiliyə uyğun olaraq könüllü sığortanın hər bir növü üzrə qaydalar müəyyənləşdirilir, dövlət sığorta nəzarəti orqanları tərəfindən lisenziya verilir. Bir qayda olaraq könüllü sığorta müqaviləsi əvvəlcədən müəyyən edilmiş sığorta müddəti üçün bağlanılır.

Beləliklə, sığorta iqtisadi və sosial sferanın ayrılmaz tərkib hissəsi, bazar infrastrukturunun mühüm elementidir. O, cəmiyyətin və təsərrüfat subyektlərinin mənafeələrinin qorunmasını təmin etməklə, bilavasitə onların maraqlarına toxunur.

“Sığorta haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanununa əsasən sığorta iki əsas sahədən: həyat və qeyri-həyat sığortası sahələrindən ibarətdir. Sığortaçılar bu sahələrdən biri və ya hər ikisi üzrə fəaliyyət göstərə bilirlər.

Həyat sığortası - sığortalının ölümü, sağlamlığının, iş qabiliyyətinin qocalığa yaxud əlilliyə görə tamamilə və ya qismən itirilməsi halları üçün aparılan sığortadır. Həyat sığortası üzrə müqavilə müddəti bitdikdə və ya sığorta hadisəsi baş verdikdə sığorta məbləği sığorta müqaviləsində müəyyən edilmiş qayda və şərtlərlə sığortaçıya və ya onun varisinə ödənilir. Həyat sığortası müqavilələri uzun müddətə bağlanılır və bu müddətdə yaranmış inflyasiya sığortalıya təminatın verilməsinə maneçilik yarada bilər. Bu baxımdan sığorta şirkəti öz fəaliyyətini elə qurmalıdır ki, sığorta müqavilələri üzrə qəbul etdiyi öhdəlikləri müqavilə ilə müəyyən olunmuş şərtlər çərçivəsində həyata keçirə bilsin.

Qeyri-həyat sığortası-sığorta hadisəsi baş verdiyi zaman sığortaçıya vurulan zərər ödənilməklə onun məsuliyyəti, əmlakı və əmlak mənafeələri ilə bağlı risklərin sığortasıdır. Həyat və qeyri-həyat sığortasının aparılma qaydası və şərtləri qanunvericiliyə uyğun olaraq sığortaçı və sığortalı arasında bağlanan müqaviləyə əsasən müəyyən olunur.

Sığortanın növləri könüllü və icbari formada həyata keçirilir. Könüllü sığorta-sığortaçı ilə sığortalı arasında bağlanan müqavi-

lə əsasında müəyyən olunur. Könüllü sığortanın aparılması qaydası “Sığorta haqqında” Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsi ilə müəyyən olunur. Sığortanın şərtləri sığorta bağlanan zaman müəyyən olunur.

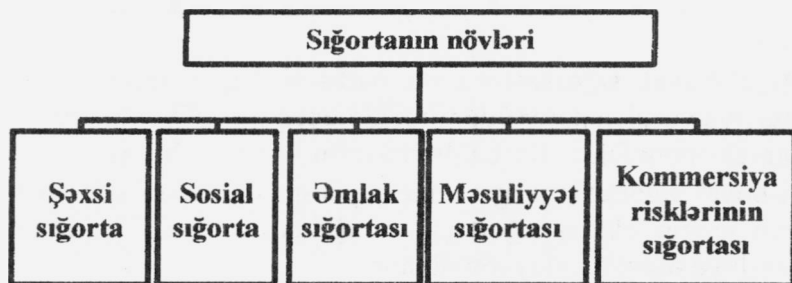
İcbari sığorta-vətəndaşların sosial maraqlarının və dövlət maraqlarının təmin edilməsi məqsədilə icbari sığorta qanunları əsasında həyata keçirilir. İcbari sığortanın növləri, həyata keçirilmə qaydaları Azərbaycan Respublikasının müvafiq qanunları əsasında müəyyən olunur. Respublikamızda hazırda icbari formada 8 sığorta həyata keçirilir. Dövlət qulluqçularında müəyyən kateqoriyaların, həyatın, sağlamlığın və əmlakın sığortalanması nəzərdə tutula bilər. İcbari dövlət sığortası bu məqsədlə nazirliklərin və icra hakimiyyəti orqanlarının müvafiq büdcə vəsaitləri hesabına həyata keçirilir.

İcbari sığortaya yuxarıda deyilənlərlə yanaşı bunlar da aiddir:

□ vətəndaşların icbari tibbi sığortası; hava, dəmir yolu, dəniz, daxili su və avtomobil nəqliyyatından, bədbəxt hadisələrdən icbari şəxsi sığortası; Azərbaycan Respublikası dövlət vergi xidməti əməkdaşlarının icbari dövlət şəxsi sığortası və s.;

□ vətəndaşların əmlakının icbari sığortası (ev, bağ evləri, qaraclar, təsərrüfat tikililəri və s.).

Sığorta münasibətlərinin növlərini aşağıdakı sxem 4-də görmək olar:



Sxem 4.

Şəxsi sığorta. Şəxsi sığorta üzrə müqavilədə sığorta obyektlərinin və mümkün sığorta hallarının siyahısı “Sığorta haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu ilə müəyyən edilmişdir. Qanuna görə şəxsi sığortanın obyektləri sığortalının həyatı, sağlamlığı, əmək qabiliyyəti və pensiya təminatı ilə əlaqədar əmlak mənafeləri ola bilər.

Şəxsi sığorta sığorta işinin ən mühüm fəaliyyət sahələrindən biridir. Şəxsi sığorta könüllü sığorta əsasında həyata keçirilən fəaliyyət sahələrindəndir. Şəxsi sığorta şəxslər tərəfindən həyatın sığorta edilməsidir. Həyatın sığortası üzrə müqavilə fiziki şəxslərlə bağlanılır. Burada 3 əsas götürülür: sığortalananların yaşı, sığortalananların sağlamlıq səviyyəsi, sığortalananların vətəndaşlığı.

Sığorta müqaviləsinə görə sığortalanmış şəxs öldükdə sığorta məbləği əvvəlcədən təyin olunmuş şəxsə ödənilir. Ölmüş alıcının əvəzləyicisi məbləği şəxsin ölümündən sonra 3 il müddətinə ala bilər. Sığorta müqaviləsi 3, 5, 10, 15, 20 il müddətinə bağlana bilər, ancaq sığorta yaşı 80 yaşdan yuxarı keçməməlidir. Sığortalananların əksəriyyəti sığorta müqaviləsinin 5 illik müddətə bağlanmasına üstünlük verirlər.

Sığorta müddəti ilk sığorta ayırması ödənildikdən sonra ayın 1-dən etibarən başlayır. Sığorta müqaviləsinin qüvvəyə minməsi ilk sığorta ayırmasının ödənildiyi gündən başlayır.

Sığorta müqaviləsinin fəaliyyət göstərdiyi müddətdə sığortalanmış şəxs daimi yaşayış yerini dəyişdikdə, iş yerini dəyişdikdə və yaxud müqavilədən irəli gələn ödənişləri digər şəhər və ya rayon sığorta şöbələrində ödəmək hüququna malikdir. Onun ərizəsinə əsasən təzə ödəniş yeri üçün lazım olan hesab vəərəqəsi tərtib olunur.

Şəxsi sığortanın bir neçə növləri vardır: uşaqların sığortalınması, nikahın sığortalınması, bədbəxt hadisələrdən sığorta, sərnişinlərin sığortası.

Şəxsi sığortadan söhbət gedərkən, qeyd olunması əsas məsələ-

lərdən biri uşaqların sığortalanmasıdır. Bu, demək olar ki, dünyaya ölkələrinin əksəriyyətində tətbiq olunur. Bu sığortalanmaya sağlamlığından asılı olmayaraq doğum günündən 15 yaşına qədər olan bütün uşaqlar qəbul edilirlər. Sığorta müddəti 6 aydan 15 ilə qədər ola bilər. Uşaqların sığorta müqaviləsi istənilən sığorta məbləğində bağlana bilər.

Cəmiyyətin ictimai həyatında ən mühüm sığorta formalarından biri də nikahın sığortalanmasıdır. Nikahın sığortalanması üzrə müqavilələr 18 yaşından 72 yaşına qədər olan vətəndaşlarla bağlanıla bilər ki, bu zaman da müqavilənin müddətinin başa çatdığı günə sığortalanmış vətəndaşın yaşı 75-i keçməməlidir. Sığortalanmış şəxsə sığorta məbləği rəsmi nikaha girməsi ilə əlaqədar olaraq sığorta müddəti bitdikdən sonra ödənilir.

Bədbəxt hadisələrdən fərdi sığortanın şərtlərinə görə hər kəs özünü sığorta etdirə bilər. Bu sığortaya 16 yaşından 75 yaşınaqədək vətəndaşlar qəbul edilə bilər və sığorta müddəti 1 ildən 5 ilədəkdir.

Sosial sığorta. Sosial sığorta sosial təminatın tərkib hissəsi olmaqla onun formalarından biridir. Sosial sığorta-dövlətin sosial sahədəki siyasətinin ayrılmaz tərkib hissəsidir.

Sosial sığorta müvafiq sığorta fondlarının yaradılması və istifadəsində həmkarlar ittifaqlarının və digər ictimai təşkilatların fəal rol oynaması vacibdir. Sosial sığortanın ən vacib vəzifəsi əmək ehtiyatlarının təkrar istehsalı üçün vacib olan şərtlərin yaradılmasıdır. Bütün bunlarla bərabər, sosial sığorta - dövlətin sosial sahədəki siyasətinin ayrılmaz hissəsidir.

Sosial təminat və vətəndaşların maddi təminatı və onlara xidmət göstərilməsi üçün milli gəlirin müəyyən hissəsi hesabına ictimai istehlak fondlarının yaradılması və istifadəsi prosesində yaranan bölgü münasibətləri sistemidir.

Sosial sığorta sistemi iki hissədən ibarətdir:

- birinci hissə müalicəvi tədbirlərin həyata keçirilməsi də

daxil olmaqla işçilərin əmək qabiliyyətinin qorunması və bərpa-sını təmin edir;

- ikinci hissə əmək qabiliyyəti olmayan və əmək qabiliyyə-tini itirmiş şəxslərin maddi ehtiyaclarını təmin edir.

Azərbaycan Respublikasında sosial sığortanın prinsipləri aşağıdakılardır:

- sosial sığortanın dövlət təminatı;
- sosial sığortanın ümumiliyi;
- sosial sığortanın işçilərə əmək qabiliyyətinin itirildiyi hər bir halda təminat verməsi;
- sosial sığorta subyektlərinin hüquq bərabərliyi;
- dövlət sosial sığortasının məcburiliyi;
- məcburi dövlət sosial sığortasının idarə edilməsində ictimai təşkilatların iştirakının təmin olunması.

Sosial sığorta hadisəsinə aşağıdakılar aiddir:

- pensiya yaşı;
- əlillik;
- ailə başçısının itirilməsi;
- əmək qabiliyyətinin müvəqqəti itirilməsi;
- uşağın anadan olması və uşağa qulluq və s.

Azərbaycan Respublikasında sosial sığorta dövlətin əlində cəmləşdirilmişdir. Bu məqsədlə əhalinin sosial müdafiəsi fondu yaradılmışdır. Bu fond əsasən müəssisə və təşkilatların əmək haqqı fondundan ayırmalar hesabına yaranır.

Sosial sığortanın formalarından biri də tibbi sığortadır. Tibbi sığorta müəyyən səbəblər üzündən sağlamlığın itirilməsi hallarında əhalinin maraqlarının sosial müdafiəsi formasıdır. Tibbi sığorta vətəndaşların tibbi xərclərinin kompensasiya edilməsilə əlaqədardır ki, bu da tibbi yardımın alınması formasında həyata keçirilir. Tibbi sığortanın məcburi və könüllü formaları mövcuddur. Məcburi tibbi sığorta sahibkar tərəfindən ödənilir.

Əmlak sığortası. Müasir mərhələdə əmlak sığortası get-

dikcə daha böyük əhəmiyyət kəsb edir. Qanunvericiliyə əsasən sığorta hüquqi və fiziki şəxslərin əmlakına aid edilir.

Əmlak və əmlak marağı naminə sığorta edilmiş risklər növlərinə görə müxtəlifdir. Əksər hallarda əmlak yanğı, daşqın, zəlzələ, qəza, partlayış və s. kimi hadisələrə məruz qalır. Əmlak sığortası müqaviləsinə görə aşağıdakı əmlak maraqları sığortalana bilər:

1) itki, müəyyən əmlakın əksik gəlməsi və zədələnməsi riski;

2) digər şəxslərin həyatı, sağlamlığı və ya əmlakına dəyən zərər nəticəsində yaranan öhdəçiliklər üzrə məsuliyyət riski, qanunvericilik ilə nəzərdə tutulmuş hallarda isə müqavilələr üzrə vətəndaşların məsuliyyət riski;

3) sahibkarlıq müqavilələrinin öz vəzifələrində qanun pozuntularına yol verildiklərinə görə sahibkarlıq fəaliyyətindən yaranan itki riski və ya sahibkardan asılı olmayan səbəblərə görə bu fəaliyyətin şərtlərinin dəyişməsi riski, o cümlədən gözlənilən gəlirin alınması riski-sahibkarlıq riski.

Əmlak sığortasının ən geniş yayılmış növləri bunlardır: müəssisələrin, təşkilatların, idarələrin, vətəndaşların əmlakının sığortası; yüklərin sığortası; yanğın əleyhinə sığorta; təyyarələrin, dəniz gəmilərinin sığortası; bank sığortası və digər sığorta.

Yüklərin daşınması üzrə müqavilələr - fərdi qəza üzrə daşınan məsuliyyətə görə, zədələnmə məsuliyyəti olmadan bağlanılır. Beynəlxalq yük daşımalarda sığorta məcburi xarakter daşıyır.

Təbii hadisələr, insanların qəsdən və bilməyərəkəndən etdikləri ehtiyatsızlıqdan meydana gələn yanğınlara çox zaman fəlakətə çevrilir. Bu da həm maddi, həm də ictimai mənada böyük ziyan səbəb olur. Bu cür riskləri də yanğın sığortası vasitəsilə aradan qaldırmaq mümkündür. "Yanğının təhlükəsizliyi haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanununa əsasən yanğına qarşı həm könüllü, həm də icbari sığorta keçirilməsi mümkündür.

Əmlak sığortasının ən geniş yayılmış növlərindən biri də avtomobil nəqliyyatı vasitələrinin, hava və dəniz nəqliyyatı vasitələrinin sığortasıdır. Sığortanın bu növü könüllü formada həyata keçirilir. Nəqliyyat vasitələri həm könüllü, həm də məcburi formada sığortalana bilər. Azərbaycan Respublikasının qanununa görə nəqliyyat vasitələri məcburi formada sığortalınmalıdır.

Yük daşımalarının sığorta olunması - yükün sahibinin və ya yükə görə maddi məsuliyyət daşıyan şəxsin əmlak marağını müdafiə edir. Sığorta olunanlar kimi yük göndərən, və ya yük qəbul edəcək istənilən hüquqi və fiziki şəxs çıxış edə bilər.

Bundan başqa, əmlak sığortasında ev əmlakının da sığortası mövcuddur. Vətəndaşlara məxsus olan ev əmlakının sığortalınması yalnız könüllü formada həyata keçirilir. Müqavilələr ölkə vətəndaşları, həmçinin ölkə ərazisində daimi yaşayan xaricilərlə və vətəndaşlığı olmayan şəxslərlə bağlanır.

Məsuliyyət sığortası. Mülki məsuliyyət sığortası zamanı obyekt kimi üçüncü şəxs qarşısında məsuliyyət çıxış edir. Məsuliyyət sığortası - sığorta obyekti kimi sığorta etdirən şəxsin fəaliyyəti və fəaliyyətsizliyi nəticəsində üçüncü şəxslərə (fiziki və ya hüquqi) dəyən zərərə görə bu şəxslərə kompensasiya verilməsini təmin edən sığorta sahəsidir. Digər sığorta növlərindən fərqli olaraq məsuliyyət sığortasının vəzifəsini zərər verən potensial şəxslərin iqtisadi maraqlarının sığorta müdafiəsi təşkil edir. Məsuliyyətin sığorta olunması üçüncü şəxslərin sağlamlığı, həm də əmlakına dəyən zərərin mümkünlüyünü nəzərdə tutur.

Azərbaycan Respublikasının Mülki Məcəlləsinin 923-cü maddəsinə əsasən mülki məsuliyyətin sığortası müqaviləsinə görə sığortaçı sığortalını sığorta dövründə əmələ gəlmiş məsuliyyətlə əlaqədar üçüncü şəxs qarşısında ona həvalə edilən öhdəlikdən azad etməlidir.

Bu sığorta növündə sərnişinlərin həyat məsuliyyəti, hava, dəniz və çay daşımalarında onların yüklərinin qorunması sığortası da çox maraq doğurur.

Kommersiya risklərinin sığortası. Sığortanın bu növünün mahiyyəti sığorta hesabına sahibkar bağlaşmalarının həyata keçirilməsi riskinin azaldılmasından ibarətdir. Burada ən geniş yayılmış sığorta növü bank krediti riskidir. Kredit riskinin obyekti bank ssudası, öhdəlik, investisiya kreditidir (kapital qoyuluşunun kreditləşdirilməsi). Kredit geri qaytarılmadıqda kredit təşkilatı kreditin məbləğini tam və ya qismən kompensasiya edən sığorta ödənişi alır.

Sığorta obyekti tərəflərinin birinin öz öhdəliyini pozması nəticəsində mümkün zərər hallarında kommersiya əməliyyatları çıxış edə bilər. Bu halda zərərə gözlənilən gəlirlərin əldə edilməməsi kommersiya əməliyyatlarının predmeti olmaqla, əmlakın zədələnməsi və məhvi aiddir.

Kommersiya riski idxal-ixrac yüklərinin və habelə daşıyıcı vasitələrinin, xaricdə təşkil edilmiş beynəlxalq ticarət-sənaye sərgilərinin sığortasını özünə daxil edən xarici iqtisadi risklərlə əlaqədardır.

3. SİĞORTA BAZARI: FUNKSİYALARI, XÜSUSİYYƏTLƏRİ

Sığorta fəaliyyətinin mühüm sahələrindən biri sığorta bazarıdır. Sığorta xidmətləri sığorta bazarlarında yayılır. Sığorta bazarı - pul münasibətlərinin xüsusi sferasıdır və burada alqı-satqı obyekti kimi spesifik xidmət - sığorta müdafiəsi, təklif və ona olan tələbatı formalaşdıran pul münasibətləri çıxış edir.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində sığorta bazarı iqtisadi sistemin əsas elementlərindən biridir. Sığorta bazarı sığorta mühafizəsində ictimai tələbatın ödənilməsi prosesində «sığorta təminatı» zamanı ortaya çıxan iqtisadi münasibətlər sistemidir. Sığorta bazarı əmlak baxımından ayrıca sığorta fondunu gücləndirən müstəqil təşkilatlar kimi çıxış edən çoxsaylı sığortaçı kütləsinin mövcud olduğu şəraitdə meydana gəlir. Sığorta bazarının mühüm amili sığorta işinin keyfiyyətli inkişafı, sığortaya iqtisadi

cəhətdən əsaslandırılmış ictimai xərclərin müəyyən edilməsi üçün sığortaçılar arasındakı rəqabət mübarizəsidir.

Azərbaycanın sığorta bazarı hal-hazırda da təkmilləşməkdədir. Sığorta bazarı 2 dialektik sistemin - sığorta bazarının daxili sistemi və xarici mühit sisteminin təsirindən formalaşır. Sığorta bazarının elementlərinə; sığorta məhsulu, qiymətəmələgəlmə sistemi və çevik güzəşt sistemi, şəxsi satış kanalları və sığortaa-ların tələbinin formalaşması sistemi, sığortaçının maliyyə imkanları, sığorta kompaniyasının insan resursları aiddir.

Sığorta bazarı əsas alqı-satqı obyektı, xüsusi xidmət, sığorta müdafiəsi olan və tələb-təklif əsasında formalaşan xüsusi pul münasibətləri sahəsidir. Sığorta bazarının inkişafının obyektiv əsası təkrar istehsal prosesində yaranan fasiləsizliyin təmin edilməsidir ki, bu da mənfi hallar nəticəsində zərər çəkənlərə pul yardımını göstərilməsində özünü göstərir. Sığorta bazarında cəmiyyətin sığorta müdafiəsini təmin etmək üçün sığorta fondunun yaradılması və bölüşdürülməsi həyata keçirilir. Sığorta bazarının subyektləri sığorta xidməti göstərilməsində iştirak edən sığorta təşkilatlarıdır. Sığorta bazarında sığortaçılar və sığorta xidmətinin istehlakçıları xidmətin təklifində və sığorta xidmətinin alınmasında tam sərbəstdirlər. Sığorta bazarında fəaliyyət göstərən vasitəçilər brokerlər və sığorta agentləridir. Sığorta agentləri sığortaçı sifətində könüllü sığorta müqaviləsi bağlayır, sığortanın qaydalarını və şərtlərini izah edir, sığorta hadisəsi baş verdikdə sığorta məbləğinin alınması üçün lazımi sənədlərin əldə edilməsində sığortalananlara kömək edir. Sığorta brokerləri isə sığorta olunanlarla sığorta edənlər, sığorta şirkətləri arasında vasitəçilik edən şəxslər və ya şirkətlərdir.

Sığorta xidmətlərinə tələbat və təklifin miqyasına görə sığorta bazarını daxili, xarici və beynəlxalq sığorta bazarına ayırmaq olar.

Beynəlxalq sığorta bazarı - dünya təsərrüfatı miqyasında sığorta və təkrar sığorta fəaliyyətini əks etdirir.

Ölkəmizdə sığorta işinin təkmilləşdirilməsi və obyektiv iqtisadi əsaslar üzərinə keçirilməsində sığorta bazarının inkişafı mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Sığorta bazarı nəinki respublika, MDB, habelə beynəlxalq bazarı əhatə etməlidir.

Sığorta bazarının fəaliyyətinin ən mühüm elementlərindən biri yenidən sığortalamadır. Onun mahiyyətini sığorta riskinin, təhlükəsinin, pul ekvivalentinin bir hissəsinin və ya hamısının bir sığortaçıdan digər sığortaçıya verilməsi təşkil edir. Yenidən sığortalamanın iqtisadi əsası sığorta əməliyyatlarının maliyyə davamlılığı ilə bağlıdır.

Azərbaycanda “Sığorta haqqında” Qanuna müvafiq olaraq sığorta işi bu qanuna, digər qanunvericilik aktlarına, habelə Dövlət Sığorta Nəzarətinin normativ aktlarına uyğun olaraq həyata keçirilir.

Azərbaycan müstəqillik əldə edəndən bəri onda sığorta təşkilatları və çox az da olsa sığorta bazarı formalaşmağa başlamışdır. Sığorta da maliyyənin tərkib hissəsi olduğundan sığorta münasibətlərində, sözsüz ki, maliyyə əməliyyatları həyata keçirilir. Baş verən bu maliyyə əməliyyatlarında sığorta təşkilatlarının və sığorta bazarının maliyyə sabitliyi saxlanılmalıdır.

Sığorta təşkilatlarında maliyyə sabitliyini onun ödənilmiş nizamnamə kapitalının minimum miqdarı, xüsusi təminatı, ödəmə qabiliyyətini təmin edən normativlər, sığorta ehtiyatları, gəlir və mənfəəti, həmçinin təkrar sığortası təşkil edir.

Ölkəmizdə sığorta təşkilatları səhmdar cəmiyyətlər və məhdud məsuliyyətli cəmiyyətlər formasında yaradılır. Məlumdur ki, səhmdar cəmiyyəti açıq və qapalı formalarda olur.

Bazar iqtisadiyyatına keçid şəraitində sığorta biznesinə kapitalın cəlb edilməsinin daha geniş yayılmış forması açıq səhmdar cəmiyyətidir. Səhmdar cəmiyyətinin nizamnamə kapitalının səhmləşdirmə mexanizmi səhmdarlar tərəfindən səhmlərin buraxılması və ödənilməsi vasitəsilə yaradılır. Nizamnamə kapitalının həcmi artırmaq üçün səhmdar cəmiyyəti səhmdarların

ümumi yığıncağı ilə səhmlərin nominal dəyərini artırmaq və ya əlavə səhm buraxmaq yolu ilə səhmdar kapitalını artırmaqla.

Sığortaçının qanunvericiliyə uyğun miqdarda xüsusi təminatın yaradılmasının böyük əhəmiyyəti vardır. Belə ki, xüsusi təminat sığortaçının ləğv edilməsi və ya ödəmə qabiliyyəti olmaması halında ilk növbədə sığortalılar qarşısında öhdəliklərinin yerinə yetirilməsi üçün yaradılır və sığortalı bütün hallarda təminat alır. Sığortaçının maliyyə vəziyyətindən asılı olmayaraq sığortalının baş verə biləcək sığorta hadisəsi zamanı sığorta ödənişinin və ya ləğv edilmiş sığorta müqaviləsi üzrə sığorta haqlarının geri alınması təmin edilir.

“Sığorta haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununa əsasən qeyri-həyat və həyat sığortasına aid edilən xəstəlik və fərdi qəza sığortası sahəsində təkrar sığortaya hesablanmış sığorta haqları çıxılmaqla daxil olmuş sığorta haqları onların 10%-dən az olmamaq şərtilə Maliyyə Nazirliyinin müəyyən etdiyi minimum faiz (10%) miqdarında xüsusi təminat kimi saxlanılır. Yeni təsis edilmiş sığortaçılar üçün isə bu məbləğ sığortaçının ödənilmiş nizamnamə kapitalının 10% həcmindən az olmayaraq qəbul edilmişdir.

Sığorta şirkətləri öz fəaliyyətini sabit şəkildə həyata keçirmək üçün özlərinin sığorta haqlarından sığorta ehtiyatları yaradırlar. Sığorta ehtiyatları sığortaçılar tərəfindən sığortanın hər bir növü üzrə ayrılıqda yaradılır. Sığortaçılar tərəfindən yaradılmış ehtiyat fondu dövlət və yerli büdcələrə götürülə bilməz.

“Sığorta haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununa uyğun olaraq sığortaçı öz ödəmə qabiliyyətini təmin etmək üçün aşağıdakılara əməl etməlidir:

- sığortanın öz vəsaitinin sığorta haqları məbləğinə 16%-dən az olmayan nisbəti;
- hər müqavilə üzrə öhdəliklərin maksimum həcmi sığortanın öz vəsaitinin 10%-dən çox olmayan nisbəti;

➤ sığortanın öz vəsaitinə onun aktivləri ilə müqavilə öhdəliklərinin məbləği arasında fərq aid edilir. Sığortanın öz vəsaitinə isə nizamnamə kapitalı, bölüşdürülməmiş mənfəət və mənfəət hesabına yaradılan digər fondlar aid edilir;

➤ sığortaçı yuxarıda deyilən normativlərə öz aktivlərinin tamamlanması, öhdəliklərinin müvafiq hissəsinin təkrar sığortaya verilməsi və ya sığorta əməliyyatlarının azaldılması yolu ilə əməl etməlidir;

➤ sığortanın öz vəsaitinin məbləği qanunvericiliklə müəyyən edilmiş minimum nizamnamə kapitalının həcmindən az ola bilməz.

Məlumdur ki, hər hansı bir təşkilat fəaliyyət göstərsə onda müəyyən həcmdə mənfəət də mövcud olacaqdır. Sığorta təşkilatlarında mənfəət fəaliyyətin nəticələrini xarakterizə edən başlıca göstəricidir. Sığorta təşkilatlarında mənfəətin miqdarı müəyyən dövrdə aparılmış əməliyyatlarda gəlirlər ilə xərclər arasındakı fərqdən ibarətdir. Sığorta təşkilatlarının gəlir və xərclərinin tərkibi, strukturu, maliyyə nəticələri və onlardan istifadə barədə hesabat tərtib olunur.

Beləliklə, sığorta təşkilatlarının maliyyə sabitliyi son nəticədə nizamnamə kapitalının miqdarı, sığorta haqlarının daxil olması, həcmi və sığorta fəaliyyətindən əldə olunan mənfəətin məbləği ilə müəyyən olunur. Vergilər ödənildikdən sonra yerdə qalan və sığortaçıların sərəncamına keçən mənfəətdən onlar öz fəaliyyətlərini təmin etmək üçün zəruri olan pul fondlarını yarada bilərlər.

Sığorta təşkilatları sığorta ehtiyatlarını və vəsaitlərini aşağıdakı istiqamətlərdə yerləşdirmək və investisiya etmək hüququna malikdir: dövlət və qeyri-dövlət qiymətli kağızlarının, xarici valyutanın satın alınmasına, bank və digər kredit təşkilatlarındakı depozit hesablarında yerləşdirmək, daşınmaz əmlak və torpaq sahələrini satın almaq, cari sığorta ödənişlərinin ödənilməsinin verilməsi üçün bankdakı hesablaşma hesabında yerləşdirmək və s.

Sığorta təşkilatlarına yuxarıda deyilən tələblərdən başqa sığortaçıları ödəniş qabiliyyətliliyini təmin etmək üçün aktivlərlə onlar tərəfindən qəbul edilmiş öhdəliklər arasında normativ nisbətlərə əməl etməyə borcludurlar. Bu nisbətlərin müəyyən edilməsi qaydası və onların normativ həcmi Maliyyə Nazirliyi tərəfindən həyata keçirilir. Xüsusi vəsaiti və sığorta ehtiyatları hesabına yerinə yetirilməsi imkanlarından artıq həcmdə öhdəlik qəbul edən sığorta təşkilatları qəbul edilmiş öhdəliyin icrası riskini təkrar sığortaçılarda sığortalamağa borcludur.

Azərbaycanın sığorta bazarı çox da əlverişli olmayan indiki şəraitdə bir sıra problemlərlə üzləşir. Hazırkı böhran isə bazara bir qədər başqa prizmadan baxmağa imkan verir və bazarda mövcud olan bəzi problemləri üzə çıxardır. Bu problemləri şərti olaraq üç qrupa bölmək olar:

- birinci qrup problemlər sığorta bazarında diversifikasiyanın çox aşağı səviyyəsindən ibarətdir ki, bu zaman sığortaçıların portfeli əsasən 2-3 başlıca sığorta növü üzrə formalaşır;

- ikinci qrup problem - 10 aparıcı şirkətlə bütün qalanları arasında olduqca böyük fərqdən ibarətdir ki, bu da bazarda nisbətən zəif rəqabətə işarədir;

- üçüncü qrup sığorta şirkətlərinin maliyyə vəsaitlərinin, daha doğrusu, sığorta şirkətlərinin kapitallaşmasının aşağı səviyyəsi ilə bağlıdır.

Azərbaycanın sığorta bazarının davamlı inkişafı və dünya bazarında tanınması üçün bu gün daha səmərəli və ciddi tədbirlərin həyata keçirilməsi tələb olunur.

Gözlənilməz təbii fəlakətlər, müxtəlif sferalarda baş verə biləcək qəzalar və bədbəxt hadisələr nəticəsində ölkənin iqtisadiyyatına, hüquqi şəxslərin və vətəndaşların əmlakına və əmlak mənafeələrinə vurula biləcək zərərlərin ödənilməsinin təmin edilməsi, bu məqsədlərə büdcə xərclərinin azaldılması, eləcə də sığorta işinə nəzarətin gücləndirilməsi və sığorta sahəsində mövcud çətinliklərin aradan qaldırılması üçün Maliyyə Nazir-

liyi tərəfindən aşağıdakı nəzarət tədbirlərinin həyata keçirilməsi nəzərdə tutulmuşdur:

- sığorta münasibətlərini tənzimləyən keyfiyyətə yeni qanunvericilik bazasının formalaşdırılması; o cümlədən beynəlxalq məsləhətçilər cəlb edilməklə “Sığorta haqqında” və “İcbari sığorta haqqında” Azərbaycan Respublikasının yeni qanun layihələrinin hazırlanması;

- milli sığorta bazarının beynəlxalq standartlar səviyyəsində inkişafı və dünya sığorta bazarına inteqrasiya olunması prosesini sürətləndirmək məqsədilə Azərbaycan Respublikasının “Beynəlxalq Sığorta Nəzarəti Assosiasiyası”na üzv qəbul edilməsi məsələsinin həlli istiqamətində tədbirlərin görülməsi;

- sığorta sahəsində mühasibat uçotunun dünya standartlarına uyğunlaşdırılmasını və hesabatların şəffaflığını təmin etmək üçün müvafiq tədbirlərin görülməsi;

- sığortaçıların maliyyə sabitliyinin və ödəmə qabiliyyətinin yaxşılaşdırılmasını, həmçinin öz üzərlərində risk saxlama qabiliyyətinin gücləndirilməsini təmin etmək məqsədilə nizamnamə kapitallarının artırılması istiqamətində müvafiq tədbirlərin həyata keçirilməsi;

- əhəlinin sığorta sahəsində maarifləndirilməsini təmin etmək məqsədilə kütləvi informasiya vasitələrində təbliğat və izahat işlərinin genişləndirilməsi.

Bu tədbirlərin və dövlət nəzarətinin formaları yaxın gələcəkdə Azərbaycanda sığorta təşkilatlarının və sığorta bazarının inkişafı üçün böyük üstünlüklər verəcəkdir.

Sığorta bazarının əsas istiqaməti gələcəkdə onun daha da inkişaf etdirilməsi, iqtisadiyyatın sabitliyi və yüksəlişinin əsas amili iqtisadi proseslərin sığorta təminatı, respublikanın ümumi daxili məhsulunda sığortanın payının artırılmasıdır. Sığorta bazarının inkişafı üçün mülkiyyət formasından asılı olmayaraq müəssisə və təşkilatlara, həmçinin əhaliyə göstərilən sığorta xidmətlərinin həcmnin artırılmasında bütün sığorta təşkilatları

üçün eyni şərait yaradılmalı, sığortalılar qarşısında öhdəliklərin yerinə yetirilməsi, sığortalıların və sığorta bazarının peşəkar iş-tirakçılarının, habelə dövlətin hüquq və mənafelərinin qorunması təmin edilməlidir. Sığorta bazarının yaradılmasında əsas məqsəd respublikada sığorta işinin inkişafı üçün maliyyə-iqtisadi, normativ-hüquqi baza yaratmaqla, iqtisadi sabitliyin və milli iqtisadi təhlükəsizliyin mühüm amillərindən biri kimi sığortanın rolunun yüksəldilməsi, sığorta bazarının, sığorta təşkilatlarının mövcud qanunvericiliyin tələblərinə əməl edilməsi üzrə fəaliyyəti üzərində dövlət nəzarəti sisteminin gücləndirilməsinin təmin edilməsidir. Hazırda sığorta bazarı Azərbaycanda özünün inkişaf mərhələsindədir. Sığorta şirkətləri 40-dan çox icbari və könüllü sığorta növlərini təklif edirlər. Lakin bu hələ də kifayət deyil. Müqayisə üçün deyək ki, inkişaf etmiş ölkələrdə 300-dən çox müxtəlif sığorta xidməti göstərilir.

Məlum olduğu kimi, hər bir xidmət sahəsinin inkişafının əsas prinsiplərindən biri yüksək xidmət mədəniyyətinə nail olunmasından ibarətdir. Təbii ki, inkişaf etmiş cəmiyyətdə insanlar özlərinə qarşı diqqət və qayğı tələb edirlər və bu, eyni zamanda onların qanunvericiliklə müdafiə olunan hüququdur. İnsanların bu hüququ isə lazımi səviyyədə qorunmalı və həyata keçirilməlidir. Sığorta da xidmət sahələrindən biri olmaqla, sığortalılara münasibətdə xüsusi xidmət mədəniyyətinin olması tələb edir. Sığorta xidmətləri mədəniyyətinin göstəriciləri isə ilk növbədə sığorta şirkətinin əmək şəraitindən, etik normalara əməl olunmasından, təşkilati işlərin düzgün qurulmasından, ən başlıcası isə öhdəliklərin qanunvericiliklə müəyyən olunmuş qaydada icra edilməsindən ibarətdir.

İstehsal münasibətlərində sığorta aşağıdakı vəzifələri yerinə yetirir:

1. Təsərrüfat subyektinə dəymiş zərərin aradan qaldırılması və istehsalın ahənginin təmin olunması;
2. Sosial təminatın təmin olunması.

Sığorta ödənişlərinin yalnız bir təyinatı vardır. O da müəyyən ərazidə müəyyən vaxtda baş verən sığorta hadisəsinin zərərli nəticələrinin aradan qaldırılmasıdır. Sığorta iştirakçılar arasında qapalı, yenidən bölgü münasibətlərinin xüsusi məcmusu olub, sığorta haqları hesabına məqsədli fondların yaradılmasını və sığorta zərərinin əvəzinin ödənilməsidir. Sığorta fondları bir neçə üsulla yaradılır. Bu üsullar: mərkəzləşdirilmiş və qeyri-mərkəzləşdirilmiş üsullardır.

Mərkəzləşdirilmiş üsul - qanunvericiliyə uyğun olaraq, ölkənin milli gəliri və milli sərvətindən ayırmalar hesabına sığorta fondlarının yaradılmasıdır. Məhz bu üsulla dövlət büdcəsinin ehtiyat fondu, ölkənin valyuta ehtiyatı və dövlətin qızıl ehtiyatı formalaşır.

Qeyri-mərkəzləşdirilmiş üsulla - məqsədli fondlar maddi istehsal sferasında fəaliyyət göstərərək müəssisələrdə yaradılır.

Ümumiyyətlə sığortanın rolu aşağıdakı istiqamətlərdə özünü göstərir:

- əməliyyatın mənfəi nəticəsində risk dərəcəsinin azaldılmasında;
- zərər və itkilərin ödənilməsi hesabına iqtisadi sabitlikdə;
- sığorta fondunun müvəqqəti azad pul vəsaitlərinin investisiya fəaliyyətində iştirakında;
- dövlət büdcə gəlirlərinin sığorta təşkilatlarının mənfəətinin bir hissəsi hesabına tamamlanmasında.

Sığorta mühafizəsi obyektləri bunlardır:

1. Material dəyəri;
2. İnsan həyatı, sağlamlığı.

Sığortanın bir sıra özünəməxsus xarakterik xüsusiyyətləri vardır ki, onlar da aşağıdakılardır:

➤ sığorta fondlarına yığılmış vəsaitlərin məqsədli xarakteri. Təcrübədə sığorta fondunun 3 əsas forması mövcuddur: özünü-sığortalama fondu; mərkəzləşdirilmiş ümumi dövlət ehtiyat

fondları; sığorta fondu. Bu fondlar əvvəlcədən müəyyən olunmuş hadisələr baş verdikdə zərərlərin örtülməsində istifadə olunur;

➤ münasibətlərin ehtimal xarakterliliyi, çünki müvafiq hadisənin nə vaxt baş verdiyi, onun gücünün necə olacağı, sığortaçılardan hansına onun toxunacağı məlum deyildir;

➤ vəsaitin qaytarılmazlığı, ona görə ki, bu vəsaitlər bütün sığorta edilənlərə ödəmək üçün təyin edilmişdir;

➤ sığorta zamanı sığorta iştirakçıları arasında dəymiş zərərin aradan qaldırılması həyata keçirilir. Sığorta iştirakçıları dedikdə, sığorta olunanlarla sığorta edənlər başa düşülür. Bu cür yenedən bölgü münasibətləri, bir qayda olaraq bütün təsərrüfatı və bütün ölkə ərazisini deyil, ictimai həyatın müəyyən hissələrini əhatə edən zərərin təsadüfi xarakter daşması ilə şərtlənir. Bu zaman sığorta iştirakçıları nə qədər geniş olarsa, onda zərərin aradan qaldırılmasında hər sığortaçıya o qədər az pul düşər. Sığortalama zərərin aradan qaldırılmasında ən yaxşı vasitədir. Sığortaçılar və sığorta olunan obyektlərin sayı artdıqca bu səmərəlilik daha da artır. Sığorta həm də pul vəsaitlərinin sığorta fondunda cəmlənməsinə şərait yaradır. Bu da hər bir sığortaçıya minimum məsrəflə maksimum zərərin aradan qaldırılmasına zəmin yaradır. Zərərlərin vaxtında aradan qaldırılması fəvqəladə halların təsadüfi xarakteri ilə bağlıdır. Belə fəvqəladə hallar hər il baş vermir və onların nə vaxt baş verəcəyi də məlum deyil.

➤ zərərin qapalı şəkildə aradan qaldırılması sığorta fondunda səfərbərliyə alınmış vəsaitlərin bilavasitə geri qaytarılmasını şərtləndirir. Hər bir sığorta olunanın sığorta fonduna ayırdığı sığorta ödənişlərinin ancaq bir məqsədi var ki, o da müəyyən ərazidə və müəyyən vaxt müddətində zərərin həqiqi məbləğinin ödənilməsidir. Ona görə də sığorta ödənişlərinin məbləği dəymiş zərərin ödənilməsi formasında geri qaytarılır.

➤ sığorta ərazi vahidləri üzrə zərərin vaxtında bölüşdürülməsini təmin edir. Bunun üçün də bir il ərzində sığorta fondu-

nun vəsaitlərinin səmərəli ərazi bölgüsü üçün çox böyük ərazi və kifayət qədər sığorta obyektinin olması zəruridir.

Sığorta müəyyən hadisə baş verdikdə arzuolunmaz nəticələrdə riskin dərəcəsinin aşağı salınmasının əsas metodudur. Sığorta riskləri - əmlak, maliyyə, iqtisadi, siyasi, təbii risklər formalarında olur. Əmlak riski - əmlakın yanğından, zəlzələ, daşqın və digər hadisələrdən təsadüfən zərər görməsidir. Maliyyə riski - kredit sövdələşməsindən olan risk, tədavi xərclərinin, inflyasiya prosesi nəticəsində istehsal xərclərinin gözlənilməz artımı və s. ilə əlaqədar riskdir. İqtisadi risk - qəbul edilmiş qərarların və ya həyata keçirilən fəaliyyətin təsadüflüyü nəticəsində dəymiş itkilərin mümkünlüyüdür. Siyasi risk - dövlət orqanları və ya təşkilati qruplar tərəfindən siyasi motivlər üzrə subyektləri hədələyən qorxu riskidir. Siyasi risk özünə xüsusi hərbi fəaliyyəti, xalq hərəkatını, ticarət və valyuta əməliyyatlarının qadağan edilməsini daxil edir. Təbii risklərə - quraqlıq, subasma, doluvurma və s. hadisələr aiddir.

Yuxarıda deyilən risklər bəşəriyyətə müəyyən zərərlər vura bilər. Zərərlər nəinki maddi, habelə bədbəxt hadisələr formasında fiziki şəkildə də ola bilər. Ona görə də bəşəriyyət həmişə öz mənafeələrinin müdafiəsinin daha səmərəli üsulu kimi risklərin sığortalanmasına səy göstərir.

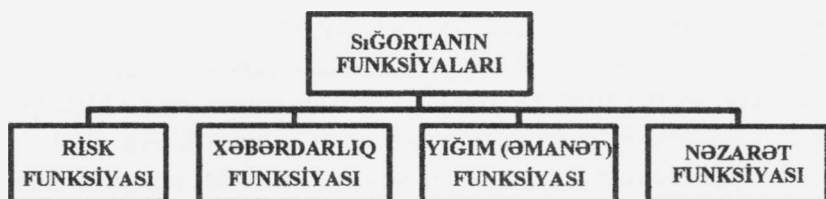
Sığortanın sadalanan bütün bu tərkib hissələri sığortanın iqtisadi mahiyyətini, bu kateqoriyanın ictimai təyinatını ifadə edən funksiyalarda özünü göstərir. Funksiyalar sığortanın maliyyə sisteminin bir həlqəsi kimi xüsusiyyətlərini aydınlaşdırmağa imkan verən təzahür əlamətləridir. Maliyyə anlayışı öz iqtisadi mahiyyətini hər şeydən əvvəl bölgü funksiyası vasitəsilə ifadə edir. Bu özünü sığortanın funksiyalarında da göstərir. Sığorta öz iqtisadi mahiyyətini əsasən bölgü funksiyası vasitəsilə həyata keçirir. Bu funksiya öz konkret və spesifik təzahürünü sığortaya aid olan risk, xəbərdarlıq və yığım funksiyalarında tapır.

Sığortanın 4 əsas funksiyası vardır ki, onlar da aşağıdakılar-

dır:

- 1) risk;
- 2) xəbərdarlıq;
- 3) yığım (əmanət);
- 4) nəzarət funksiyası.

Aşağıdakı sxemdə əsas funksiyalar göstərilir. (Sxem 5).



Sxem 5. Sığortanın funksiyaları.

Əsas funksiya kimi risk funksiyası çıxış edir. Sığorta riski, zərər görənlər təsərrüfatlara pul yardımının göstərilməsi üzrə sığortanın əsas təyinatı ilə əlaqədar olduğundan, risklik funksiyası əsas funksiyalardan biri hesab olunur. Məhz risklik funksiyasının fəaliyyəti nəticəsində dəyərin pul formasının məbləği, təsadüfi sığorta hadisələrinin baş verməsi ilə əlaqədar olaraq, sığorta iştirakçıları arasında bölüşdürülür. Zərər həmişə meydana çıxıb bilər və hətta hər il təkrar oluna bilər. Sığortanın qarşısında qoyulan məqsədlərə uyğun olaraq sığortaçı təşkilat zərərçəkənin təsərrüfat subyektlərinə pul yardımını göstərməlidir. Bu çərçivədə fəaliyyət göstərən sığorta riski funksiyası yenidən bəlgü münasibətlərini həyata keçirir. Yenidən bəlgü münasibətləri sığortanın mahiyyətini əks etdirməklə yanaşı, sığortanın risk funksiyasının həyata keçirilməsində əsas rol oynayır.

Sığortanın xəbərdarlıq funksiyası əsasən sığorta fondunun vəsaitlərinin müəyyən hissəsi hesabına sığorta risklərinin azaldılması tədbirlərinin maliyyələşdirilməsinə istiqamətlənir. Xəbərdarlıq və ya qabaqcadan xəbər vermə funksiyası əhalinin və

ya təsərrüfat subyektlərinin öz mümkün itkilərinin nəticələrini aradan qaldırmağa çağırış olmaqla bütün əmlakın, fəaliyyətin, həyatın və s. sığortalanmasını ifadə edir. Yəni sığorta ehtimal olunan itkilərin zərərsizləşdirilməsidir.

Sığortaya görə ayrılmalar sığorta fonduna cəlb olunduğu üçün sığorta həm də yığım funksiyasını həyata keçirir. Sığorta vasitəsilə çoxlu miqdarda pul vəsaitlərinin toplanması maliyyə siyasəti baxımından böyük əhəmiyyətə malikdir.

Sığortanın başqa bir funksiyası nəzarət funksiyasıdır. Nəzarət funksiyası yuxarıda sadalanan 3 funksiyanın nəticəsi kimi çıxış edir və konkret sığorta münasibətləri zamanı həmin funksiyalarla birlikdə meydana çıxır. Nəzarət funksiyası sığorta fondu vəsaitlərinin formalaşdırılması və istifadəsi ilə əlaqədardır. Sığorta nəzarətinin qanunvericilik sənədləri əsasında həyata keçirilməsi maliyyə nəzarətinin həyata keçirilməsinin tərkib hissəsi kimi çıxış edir.

4. SIĞORTA BAZARININ İNFRASTRUKTURLARI

Geniş mənada, sığorta bazarının infrastrukturunu onun fasiləsiz işləməsini təmin edən bütün şərtlər kimi başa düşülür. Sığorta bazarı infrastrukturunun geniş konsepsiyası həm də institusional infrastruktur, ikincili sığorta (təkrarsığorta) bazarının mövcudluğu və sığorta təhsili sistemi və bir çox digər şərtləri əhatə edir. Əhəlinin və cəmiyyətin həyatının təmin edilməsi prosesində sığortanın əhəmiyyəti, sosial-iqtisadi rolu, sığorta bazarının və onun infrastrukturunun xüsusiyyətlərinin öyrənilməsi vacib məsələdir.

Sığorta bazarının infrastrukturunu dedikdə - sığorta bazarında sığorta xidməti satıcı və alıcılarının işini birbaşa və ya dolayı yolla həyata keçirən vasitəçilər sistemi başa düşülür. Vasitəçilər sığorta məhsulunun satışı ilə əlaqəli və sığorta müqavilələrinin xidməti üzrə iş görə bilər və ya xidmət təklif edə bilər, onlar

həmçinin sığortalayan və sığortalananlara sığorta fəaliyyətini yerinə yetirmək üçün vacib olan xidmət və iş təklif edə bilirlər.

Müasir sığorta bazarının fasiləsiz fəaliyyəti üçün müəyyən şərtlərin olması zəruridir. Bunlar:

- sığorta xidmətlərinə dair tələblər;
- sığorta və təkrarsığorta xidmətlərini təklif edən və onları təmin etmək üçün maliyyə imkanları olan sığorta və təkrarsığorta təşkilatları;
- sığorta sektorunda yaranan münasibətləri tənzimləyən mövcud qanunvericilik;
- mövcud qanunvericiliyin həyata keçirilməsini təmin edən sığorta fəaliyyətinin dövlət nəzarəti;
- bu konsepsiyanın, dar mənada sığorta bazarının inkişaf etmiş infrastrukturunu.

Sığorta bazarının infrastrukturunu "İnkişaf etməkdə olan" vəziyyətə əsasən sığorta bazarının inkişaf səviyyəsini müəyyən-ləşdirən bir sıra müəyyən institutlar kimi qəbul edilir. Bunlara aşağıdakı institutlar daxildir:

- sığorta vasitəçiləri;
- sığorta qiymətləndiriciləri;
- sığorta auditorları;
- müstəqil sığorta məsləhətçiləri.

Sığorta brokerləri sığorta xidmətlərinin satışını iki əsas me-toddan biri ilə həyata keçirirlər. Birinci metod - birbaşa satış me-todudur. Birbaşa satış metodu aşağıdakıları əhatə edən elektron satış kanalına daxildir:

- sığortaçı ilə qarşılıqlı interaktiv həyata keçirmə vasitəsilə ;
- internet kanalı, sığorta şirkəti, və e-poçt saytında yerləşdirilən məlumatları istifadə edərək;
- sığortaçı ilə qarşılıqlı mobil rabitə.

Sığorta xidmətlərinin satışının ikinci yolu sığorta vasitəçilə-rinin satışda iştirakıdır. Sığorta aracılarının mövcudluğu və sı-ğorta müqaviləsinin hazırlanması və bağlanması prosesində iştı-

rak dərəcəsi sığorta münasibətlərinin ödəmə səviyyəsini xarakterizə edir.

Vasitəçilər sığorta məhsullarının satışı və sığorta müqavilələrinin xidməti ilə bilavasitə əlaqədar olan xidmətlər göstərmək və işləri yerinə yetirmək və sığortaçının və sığortalananın sığorta fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üçün zəruri olan xidmət və işləri təklif etmək hüququna malikdir. Məlumdur ki, iqtisadi inkişaf etmiş ölkələrin sığorta bazarlarının ən mühüm mülkiyyəti onun inkişaf etmiş vasitəçi fəaliyyətidir.

Əgər vasitəçilər birinci istiqamətdə iş görərlərsə onlar sığorta vasitəçiləri adlanırlar. Sığorta vasitəçiləri tərkibinə sığorta agentləri və brokerləri daxildir ki, onlar sığorta məhsulunun satışında birbaşa iştirak edirlər, dolayısı sığorta vasitəçiləri sığorta xidməti və onun yerinə yetirilməsinin təşkilində iştirak edirlər, lakin onun satışını aparmaq iqtidarında deyillər.

İkinci istiqamətdə fəaliyyət göstərən vasitəçilər adi və qeyri-sığortalı vasitəçilər adlanırlar. Onlara məsləhət, informasiya, reklam, kredit-bank, maliyyə, valyuta, audit, notarial, hüquqi, birja və s. xidmət göstərən, bazarın fəaliyyəti mümkün olmayan vasitəçilərdirlər.

Birbaşa sığorta vasitəçiləri.

Sığorta agent: sığortaçının nümayəndəsi kimi, onun adından və ya onun sərəncamı ilə müəyyən sığorta fəaliyyətini yerinə yetirən fiziki və hüquqi şəxsdir. Onlar sığorta müqavilələrini tərtib edir, sığorta mükafatları alır, sığorta ödəmələri ilə əlaqədar işlər görürlər. Agent sığortaçının marağını güdür və ondan mükafat alır.

Sığorta brokeri: sahibkarlıq fəaliyyəti subyekti kimi qeydiyyatdan alınmış, sığortalayan və sığortalananın tapşırığı əsasında onların adından sığorta bazarında fəaliyyət göstərən fiziki və ya hüquqi şəxslərdir.

Dolayısı sığorta vasitəçiləri.

Aktuariy - sığortaçının sığorta tarifini hesablamaq üçün sı-

ğorta hallarının statistikasına əsasən riyazi hesablamalar aparan mütəxəssisdir.

Təcili komissar - sığorta hadisəsinin səbəbini müəyyən edən, sığortalananın zərərinin səbəbi, xarakteri, ölçüsünü müəyyən edən şəxsdir.

Surveyer - nəqliyyat vasitələri və yükləri yoxlayan, onun vəziyyəti haqqında, qəza nəticəsindəki alınan zərər, istehlak xüsusiyyəti və s.haqda nəticə çıxaran ekspertdir.

Dispaser - mürəkkəb sığorta hadisələrində alınan zərərin müəyyən edilməsi və maraqlı tərəflərin aldıkları ziyanı düzgün bölən sığortaçı mütəxəssis və ya müstəqil şəxsdir.

Sığorta bazarında sığorta xidməti alıcıları ilə yanaşı həm də müxtəlif növ satıcılar iştirak edir. Sığorta təşkilatları birgə ictimai sığorta, sığorta brokerləri və sığorta aktuariləri sığorta işinin subyektləridir.

Qanunla aşağıdakı sığorta münasibətləri iştirakçıları müəyyən edilir:

- sığortalananlar, sığorta olunan şəxslər, xeyir əldə edənlər;
- sığorta təşkilatları;
- birgə sığorta cəmiyyətləri;
- sığorta agentləri;
- sığorta brokerləri;
- sığorta aktuariləri;
- sığorta nəzarət orqanları;
- sığorta işçi subyektlər birliyi, o cümlədən özünü idarə edən təşkilatlar.

Sığorta bazarının ikinci əsas subyekti olan sığortaçı sığortalayan, şərikli sığortalayan, təkrar sığortalayan, birgə sığortalayan, lisenziya alan hüquqi şəxsdir.

Sığortaçı aşağıdakı əsas funksiyaları yerinə yetirir:

- risklərin qiymətləndirilməsi;
- sığorta mükafatlarının alınması;
- sığorta ehtiyatlarının formalaşdırılması;

- aktivlərin investisiya təmini;
- sığorta ödəmələrinin yerinə yetirilməsi.

Sığortaçının aşağıdakı növləri var: sığorta kompaniyaları, yenedənsığortaçı kompaniyaları, birgə sığorta cəmiyyəti.

Sığorta kompaniyaları - sığorta əməliyyatlarının yerinə yetirilməsi üçün ixtisaslaşdırılmış kommersiya təşkilatlarıdır.

Yenedənsığorta kompaniyaları - sığorta ödəmələri öhdəçiliklərinin düzgün və vaxtında verilməsi, sığortalananın qorunması fəaliyyətini yerinə yetirir.

Bu kompaniyalar sığorta xidmətlərini alır və satır, sığorta xidməti risklərinə nəzarət edərək bütün sığorta sistemi üçün etibarlılığı təmin edir.

Sığorta kompaniyaları aşağıdakı kimi təsnifləşdirilir. Bunu aşağıdakı cədvəl 8-də görə bilərik.

Cədvəl 8.

Təsnifatın əlamətləri	Sığorta kompaniyalarının qrupları
İnstitusional bölgü	- səhmdar; - payçı; - dövlət
Ərazi üzrə bölgü	- yerli; - milli.
Sahə üzrə bölgü	- şəxsi sığorta sahəsindəki əməliyyatlar yerinə yetirən (həyatı, şəxsi riskin sığortası); - müxtəlif növ mülki sığorta sahəsindəki sığorta əməliyyatları; - mülki və şəxsi risk sığorta əməliyyatları;
Növünə görə bölgü	- icbari sığortalanan sahəsindəki fəaliyyətin yerinə yetirilməsi; - könüllü sığorta sahəsindəki fəaliyyətin yerinə yetirilməsi.

Sığorta kompaniyası yenidən sığortada sığorta haqqının qəbulu əməliyyatı aparmaq üçün müvafiq lisenziyaya malik olmalıdırlar.

Məlumdur ki, sığorta xidmətinin alıcılarından başqa sığorta bazarında həmçinin müxtəlif cür satıcılar fəaliyyət göstərir. Sığorta təşkilatları, qarşılıqlı sığorta cəmiyyətləri, sığorta brokerləri və sığorta aktuariləri sığorta biznesinin subyektləridir (Cədvəl 9).

Cədvəl 9.

Sığorta vasitəçilərinin əsas xarakterizəsi.

Xüsusiyyətlər	Sığorta agentı	Sığorta brokeri
Fəaliyyət kimin adından həyata keçirilir	Sığortaçı və onun sərəncamı ilə	Öz və sığortalanan və ya sığortalayanın adından
Mükafatlandırma növü və onun mənbəyi	Sığortaçı komisiyon mükafatı ödəyir	Komisiyon mükafatı ya sığortalayan ya da sığortalanan ödəyir
Konkret sığortaçıdan asılıdır.	Bir qayda olaraq sığortaçıdan asılıdır	Bir çox sığortaçılarla işləyir
Lisenziyalasma vacibliyi	Sığorta agentı	Sığorta brokeri
Fəaliyyət məhdudiyyətliyi	Sığorta yeganə fəaliyyət deyil	Sığorta brokeri sığortadan başqa fəaliyyətlə məşğul ola bilməzlər

Sığorta bazarının əsas subyekti - sığortaçı, xüsusi olaraq sığortanın, həmsığortanın, yenidən sığortalanmanın, qarşılıqlı sığortalanmanın həyata keçirilməsi üçün yaradılmış və lisenziya almış hüquqi şəxs, xüsusi təsərrüfat subyektidir.

Sığortaçılar aşağıdakı funksiyaları yerinə yetirir:

- riskin qiymətləndirilməsini həyata keçirir;
- sığorta mükafatlarını alır;
- zərər və ya ziyanın ölçüsünü müəyyən edir;

- sığorta ehtiyatlarını formalaşdırır;
- aktivləri sərmayələşdirir;
- sığorta ödənişlərini həyata keçirir.

Müasir təsərrüfat həyatında risklər getdikcə böyüməkdə davam edir. Bununla əlaqədar, bu cür sığorta risklərinin xidməti üzrə (kosmik obyektlər, iri gəmilər, hərbi texnika və s.) sığortaçıların səylərinin birləşdirilməsi zəruriliyi yaranır.

Öz fəaliyyətlərinin koordinasiya edilməsi, öz iştirakçılarının maraqlarının təmsil edilməsi və müdafiəsi məqsədilə yaradılan ittifaqlar, assosiasiyalar, birliklər mövcuddur.

Bu cür birliklər zərərçəkmiş sığorta edənlərin maraqlarını insafsız sığorta təşkilatlarından müdafiə edir, sığorta qanunvericiliyinin təkmilləşdirilməsində və inkişafında iştirak edirlər və s.

Sığorta sahəsində tərəfdaşlıq edən təşkilatlar aşağıdakı şəkil 23-də aydın verilmişdir.



Şəkil 23. Sığorta sahəsində tərəfdaşlar.

Sığorta təşkilatının infrastrukturunu, sığorta təşkilatının strukturunu, xidmət istehsalatı prosesinə: plan-iqtisadi, maliyyə, marketing, texniki, ekspert xidmətləri göstərir. Adıçəkilən xidmətlər arasında ən spesifik xidmət ekspert xidmətidir. O, sığorta şirkətinin ixtisaslaşmasından asılı olaraq müxtəlif mütəxəssisləri özündə cəmləşdirir:

- **qəza komissarı:** sığortalanmış gəmilər, yüklər, həmçinin digər əmlak növləri üzrə zərərin səbəblərini, xarakterini və ölçülərini müəyyən edir, qəza sertifikatını rəsmiləşdirir;

- **surveyer:** sığortaya qəbul edilən əmlakın baxışını həyata keçirən müfəttiş və ya sığortaçının agentliyi. Surveyerin qərarı əsasında sığorta müqaviləsinin bağlanması və ya bağlanmaması barədə məsələ həll edilə bilər;

- **tibbi ekspert:** sığortalanmış şəxslərin müalicə keyfiyyətinin tibbi ekspertizasını həyata keçirir, tibbi müəssisələrin ödənişinə dair reyestrlərin yoxlamasını həyata keçirir;

- **dispaşer:** gəmi, yük, və fraxt, yəni dispaşa ilə arasında ümumi qəza xərclərinin bölüşdürülməsi üzrə hesablamaları tərtib edən, beynəlxalq dəniz hüququ sahəsində mütəxəssis;

- **aktuariy:** sığorta tarifləri və sığorta ehtiyatları hesablamaları aparan mütəxəssis.

Beləliklə, sığorta bazarının infrastrukturunu, sığorta bazarının peşəkar iştirakçıları və digər fəaliyyət növlərinin mütəxəssisləri arasında münasibətlər və qarşılıqlı əlaqələr sistemini, həmçinin sığortanın effektiv fəaliyyətinə və keyfiyyətli sığorta xidmətlərinin təqdim edilməsinə şərait yaradan fəaliyyət növlərinin strukturunu nəzərdə tutur.

Beynəlxalq ticarət təşkilatının xidmətlərinin satışı barədə Ali Razılaşma çərçivəsində qəbul edilmiş sığorta xidmətlərinin təsnifatı, sığorta bazarı strukturunda fərdi sığorta fəaliyyəti, yəni sığorta xidmətlərinin göstərilməsi üzrə fəaliyyəti, yenidən sığortalama (retrosessiya daxil olmaqla), sığorta vasitəçilərinin fəaliyyəti (brokerlər, agentlər), həmçinin apilasiya olunmuş xid-

mətlər, yəni sığorta fəaliyyətinin uğurlu həyata keçirilməsi üçün (surveyerlərin, qəza komissarlarının, aktuariylərin və s. xidmətləri) təqdim olunan xidmətlər elementlərinin bilavasitə iştirakını nəzərdə tutur.

Beləliklə, sığorta bazarı infrastrukturunun əsasını, qəza komissarları, surveyerlər, dispaşerlər, aktuariylər, sığorta auditorları, ixtisaslaşmış və çoxşaxəli məsləhətçilər kimi sığorta bazarının subyektləri təşkil edir. Sığorta bazarı infrastrukturuna həmçinin London sığorta bazarının işgüzar təcrübəsi və ənənəsi nöqteyi-nəzərdən başa düşülən anderrayterləri də aid etmək olar.

Qəza komissarı (fransız dilindən commissaire d'avaries) - bu müvafiq bilik və təcrübəyə malik olan səlahiyyətli fiziki və ya hüquqi şəxsdir. Bu komissarın xidmətlərindən, iddiaların (zərərlərin) tənzimlənməsi texnologiyalarının ən vacib elementlərindən biri hesab edilən sığorta hadisəsinin baş verməsi ilə əlaqədar sığortaçının sığorta tələbinin əsaslandırılması və sübut edilməsi üçün materialların hazırlanması, sığorta hadisəsinin sənədləşdirilməsi prosedurlarının təşkili üçün sığorta şirkətləri istifadə edir.

Qəza komissarı sığortaçının təlimatlarına müvafiq olaraq hərəkət edir. O, sığorta hadisəsi nəticəsində ziyan dəymiş sığortalanmış əmlaka baxış keçirir, sığortaçı tərəfindən çəkilmiş zərərin səbəblərini, xarakterini və ölçüsünü müəyyən edir, qəza sertifikatını tərtib və təqdim edir. Sığortaçının tapşırığı ilə o, həmçinin itmiş əmlakın (məsələn, itmiş yükün) axtarışını həyata keçirər, sığortaçı tərəfindən müəyyən edilmiş səlahiyyətlər (limit) çərçivəsində sığortaçının hesabına zərəri ödəyə bilər. Qəza komissarı və sığorta şirkəti arasında hüquqi münasibətlərin bağlanmasının hüquqi əsaslarını bir qayda olaraq tapşırıq müqaviləsi təşkil edir.

Qəza komissarının xidmətlərinin təqdim edilməsi keyfiyyətinə təsir edən vacib amillər arasında ərazi və peşəkar aspektlər

böyük əhəmiyyət kəsb edirlər.

Belə ki, sığortalanan əmlak bir çox hallarda sığorta şirkətinin və ya onun bölmələrinin yerləşdiyi məkandan uzaq olur, şirkətə tez bir zamanda zədələnmiş əmlakın yerləşdiyi rayona öz mütəxəssisini göndərmək çətin olur və bundan başqa, göndərilən mütəxəssisin zərərin tənzimlənməsi üzrə məsələnin həlli üçün biliklərinin yetərli olmaması halları da istisna edilmir və buna görə də qəza baş verən yerdə peşəkar və keyfiyyətli xidmətlərdən istifadə etmək üçün tərəfdaşın olması çox vacibdir. Qəza komissarları bir qayda olaraq geniş coğrafi biliklərə və (və ya) bütün dünya boyu öz həmkarları ilə hərtərəfli münasibətlərə malikdirlər.

Peşəkar aspektlərə gəldikdə isə, sığorta şirkətlərinin heç də hamısı ştatında geniş biliklərə, təcrübəyə və həyat fəaliyyətinin müxtəlif sahələrində bacarıqlara malik olan yüksək ixtisaslı və yüksək maaşlı mütəxəssis saxlamaq iqtidarında deyil. Peşəkar qəza komissarının strukturunda bir qayda olaraq öz peşə fəaliyyətində zəngin təcrübəyə malik olan ən güclü mütəxəssislər fəaliyyət göstərir: gəmi kapitanları, yüksək ixtisaslı mühəndislər, inşaatçılar və s. Lakin hətta onların bilik və bacarığı da sığortaçının qoyduğu suallara cavab verməyə yetərli olmur. Belə olduğu təqdirdə onlar mütəxəssis və ekspertlərə, xüsusilə surveyerlərin xidmətinə müraciət etməli olurlar.

Bəzən qəza komissarının özünü surveyer adlandırırlar və sığorta bazarı kateqoriyası ilə yaxın olan bu iki dərəcə arasında fərq qoymurlar. Düzdür, onlar çox vaxt eyni funksiyanı icra edirlər, lakin buna baxmayaraq, onların fəaliyyətlərinin xüsusiyyətləri fərqlidir.

Surveyerlər - bu, gəmilərin, yüklərin, müəssisənin əmlakının və digər obyektlərin baxışını həyata keçirən və sığortaçıya və ya qəza komissarının tələbi ilə qəza komissarına aşağıdakı məlumatları təqdim edən mütəxəssislərdir:

A) göstərilən obyektlərin vəziyyəti barədə, obyektlərin

xüsusiyyətləri barədə, sığorta hadisəsinin baş verməsinə gətirib çıxaran amillər barədə və ya sığortadan əvvəl ekspertizanın keçirilməsi mərhələsində, yəni sığorta müqaviləsinin bağlanmasından əvvəl subyektiv risklər barədə;

B) sığorta hadisəsinin baş vermə səbəbləri, zərərin tənzimlənməsi mərhələsində zədələnmələrin xarakteri və ölçüsü barədə.

Surveyer həm sığortaçı, həm də sığortalanan tərəfindən dəvət edilə bilər. Sığortanın bəzi növlərində sığortaçının tələbi ilə obyektə surveyer baxışının keçirilməsi sığorta riskinin qəbulu barədə məsələnin baxılması mümkünliyünün mütləq şərti hesab edilir (məsələn, bank risklərinin kompleks sığortalanması, elektron və kompüter viruslarından sığortalanma və s.).

Baxışın keçirilməsinin nəticələrinə görə surveyer sığorta müqaviləsinin həyata keçirilməsinin istənilən mərhələsində, o cümlədən məhkəmə instansiyasında mümkün mübahisələrin həlli üçün istifadə edilə bilən baxış aktı tərtib edir.

Dispaşerlər (average adjusters) - bu, ümumi qəzanın müəyyən edilməsi, ümumi qəzanın ölçüsünün hesablanması, ümumi dəniz müəssisəsinə cəlb edilmiş əmlakın dəyərinin müəyyən edilməsi, dəniz müəssisəsi iştirakçıları arasında ümumi qəzanın bölüşdürülməsinin hesablanmasının tərtib edilməsi üzrə peşəkar fəaliyyətlə məşğul olan mütəxəssislərdir.

MÖVZU 12

MALİYYƏ BAZARI İNFRASTRUKTURU

1. Maliyyə bazarı, funksiyaları və strukturu
2. Qiymətli kağızlar bazarının funksiyaları və strukturu
3. Maliyyə bazarı infrastrukturunu və onun xarakteristikası
4. Maliyyə bazarının infrastruktur elementləri

1. MALİYYƏ BAZARI, FUNKSIYALARI VƏ STRUKTURU

Maliyyə (lat. *financia* - pul tədiyyəsi; fransızca, *financia* - əldə olan vəsait, gəlir) - pul vəsaitləri fondlarının bölgüsü, yenedən bölgüsü və istifadəsi ilə əlaqədar yaranan münasibətlər sistemidir.

İqtisadiyyatın normal inkişafı üçün həmişə fiziki və hüquqi şəxslərin müvəqqəti olaraq azad pul vəsaitlərini səfərbər etmək və onların iqtisadiyyatın müxtəlif sektoru arasında ticarət bazasına bölünməsi və yenidən bölüşdürülməsi zəruridir. Səmərəli fəaliyyət göstərən iqtisadiyyatda bu proses maliyyə bazarlarında həyata keçirilir. Maliyyə bazarları müxtəlif ödəniş alətləri üçün tələbat və təzminatın göstərildiyi bazarların ümumi göstəricisidir.

Maliyyə bazarı - bazar iqtisadiyyatı şəraitində qiymətli metallar kimi qiymətli kağızlar, investisiya malları, borc almaq və satmaq mümkün olan bir quruluşdur. Maliyyə bazarlarının dövriliyi həmçinin yüksək likvidliyə malik olan digər aktivləri də əhatə edə bilər.

Maliyyə bazarında kapitalın səfərbər edilməsi, kreditin verilməsi, valyuta əməliyyatları həyata keçirilməsi və maliyyə vasitələrinin istehsalda yerləşdirilməsi kimi proseslər baş verir.

Maliyyə bazarının mahiyyəti və rolu onun yerinə yetirdiyi funksiyalarla müəyyən olunur. Bu funksiyalar aşağıdakılardır:

1) Pul vəsaitlərinin bir mülkiyyətçidən (kreditordan) digərinə - borc alana (yəni, pula ehtiyacı olanlara) hərəkətini təmin etmək.

2) Bazarda alıcı ilə satıcının birbaşa görüşməsi zamanı satışa çıxarılan aktivlərin real bazar qiymətlərini müəyyən etmək.

3) Maliyyə bazarı investorlarına pullarını ön səmərəli istiqamətlərə yerləşdirmək üçün məkan və şərait yaratmaq.

4) Maliyyə ehtiyatlarının köçürülmə xərclərinin minimuma endirilməsi.

Vəsait mənbələrinin olduğu yerə görə maliyyə bazarları 2 qrupa bölünür:

a) Daxili (milli) maliyyə bazarı.

b) Dünya maliyyə bazarı.

Daxili maliyyə bazarı - bu bazarın resursları daxili mənbələrə əsaslanır.

Dünya maliyyə bazarları - onların resursları müxtəlif rezidentlərin vəsaitləri hesabına əmələ gəlir.

Sərbəst bazarların içərisində maliyyə bazarı mühüm yer tutur. Maliyyə bazarının yeri və rolu ona görə əhəmiyyətlidir ki, bu bazarın tərkibinə pul bazarı, kredit bazarı və qiymətli kağızlar bazarları daxildir. Digər bazarlara nisbətən maliyyə bazarı respublikada daha sürətlə inkişaf etmişdir.

Azərbaycan Respublikasının maliyyə sistemi- qarşılıqlı əlaqə və qarşılıqlı fəaliyyət göstərən maliyyə münasibətlərinin ayrı - ayrı həlqələrinin məcmusudur. Maliyyə sistemi vasitəsilə pul vəsaitlərinin fondlarının bölgüsü, formalaşması və istifadəsi həyata keçirilir. Maliyyə sisteminə ölkənin maliyyə fəaliyyətinin və pul tədaviyünün tənzimlənməsinə xidmət edən maliyyə idarələri daxil edilir. Maliyyə bölgü münasibətlərinin daşıyıcısı olduğuna görə, məhz bu bölgü müxtəlif təsərrüfat subyektləri arasında baş verir. Pul vəsaiti fondlarının yaradılması və istifadəsi qaydasından asılı olaraq maliyyə sistemi iki yerə ayrılır:

1) Ümumdövlət maliyyəsi (mərkəzləşdirilmiş maliyyə).

2) Müəssisə və təşkilatların (təsərrüfat subyektlərinin) maliyyəsi (qeyri - mərkəzləşdirilmiş maliyyə).

Maliyyə sistemi geniş mənada özünə habelə kredit bank sistemini də (ölkənin banklarını və digər kredit idarələrinin məcmusunu) daxil edir. Bu bölmənin hər biri təşkilatı struktura malik olmaqla bir neçə həlqədən ibarətdir.

Birinci bölmənin - dövlət maliyyəsinin həlqələri mərkəzləşdirilmiş maliyyəyə aiddir və makro səviyyədə iqtisadiyyatı və maliyyə - bölgü münasibətlərini tənzimləmək üçün istifadə edilir.

İkinci bölmə müəssisə və təşkilatların maliyyəsini - qeyri-mərkəzləşdirilmiş maliyyəni əhatə edir və mikro səviyyədə iqtisadiyyatı və sosial münasibətləri tənzimləmək və stimullaşdırmaq üçün istifadə edilir.

Kredit - bank sferası ölkənin banklarından və digər kredit idarələrindən ibarətdir. Ölkənin maliyyə sistemində maliyyə fəaliyyətini həyata keçirən və tənzimləyən dövlət maliyyə institutları da (təşkilatlar və idarələr) aiddir.

Azərbaycan Respublikasının maliyyə sistemi aşağıdakı kimidir:

- dövlət maliyyəsi;
- müəssisə və təşkilatların maliyyəsi;
- kredit-bank sistemi;
- dövlət maliyyə orqanları sistemi;
- dövlət büdcəsi;
- büdcədən kənar fondlar;
- dövlət krediti;
- dövlət sığorta fondları;
- kommersiya müəssisələrinin (təşkilatlarının) maliyyəsi;
- dövlət və bələdiyyə müəssisələrinin maliyyəsi;
- qeyri-kommersiya müəssisə və təşkilatlarının maliyyəsi;
- ictimai təşkilatların və birliklərin maliyyəsi;
- AR-nın Maliyyə Nazirliyi;

- respublika xəzinədarlığı;
- AR-nın subyektlərinin maliyyə orqanları;
- AR-nın Vergilər Nazirliyi;
- AR-nın Milli Bankı;
- kommersiya bankları;
- bank olmayan kredit təşkilatları;
- bələdiyyə maliyyəsi.

Bütövlükdə inkişaf etmiş maliyyə bazarları aşağıdakı xüsusiyyətlərə malik olur:

I. Yüksək sabitlik.

II. İnkişaf etmiş infrastruktur.

III. Bazarda əməliyyatı tənzimləyən inkişaf etmiş qanunvericilik bazası.

IV. Dəqiq informasiya sisteminin mövcudluğu.

V. İstər alıcıların, istərsə də satıcıların maraqlarının müdafiəsinin inkişaf etmiş sistemi.

VI. Bazarda fəaliyyət göstərən alətlərin yüksək likvidliyi və etibarlılığı.

VII. Maliyyə bazarlarında fəaliyyət göstərən maliyyə vasitəçilərinin etibarlılığı.

VIII. Satışa təklif edilən maliyyə resurslarının və bazarda həyata keçirilən əməliyyatların böyük həcmdə olması.

IX. Bazarın yüksək səmərəliliyi.

X. Maliyyə bazarında dövlət nəzarətinin və tənzimlənməsinin yüksək səviyyədə olması.

Maliyyə bazarı öz subyektlərinə vaxtında və rahat bir yerdə pul vəsaitləri almaq və ya mövcud vəsaitləri investisiya edə biləcək maliyyə xidmətləri göstərir. Maliyyə bazarının xüsusiyyəti alqı-satqı obyektinin pul təşkil etməsidir. Pul vəsaitləri maliyyə bazarının bütün sahələrində əmtəə olaraq fəaliyyət göstərir.

Maliyyə bazarının və onun bazar infrastrukturunun formalaşması sahələr və regionlar arasında kapitalın axınını təmin edən

kommersiya banklarının, sığorta kompaniyalarının, investisiya fondlarının və s. maliyyə institutlarının fəaliyyətindən asılıdır.

Müasir maliyyə bazarının funksiyaları aşağıdakılardır:

- sərbəst sərmayənin paylanması və yenidən bölüşdürülməsi;
- dövriyyənin xərcləri üzrə qənaət;
- kapitalın davamlı bərpası prosesinin təmin edilməsi;
- sərmayənin konsentrasiyasının və mərkəzləşdirilməsinin yaxşılaşdırılması;
- optimal faiz dərəcələrinin formalaşması (yəni pulsuz pulun dəyəri).

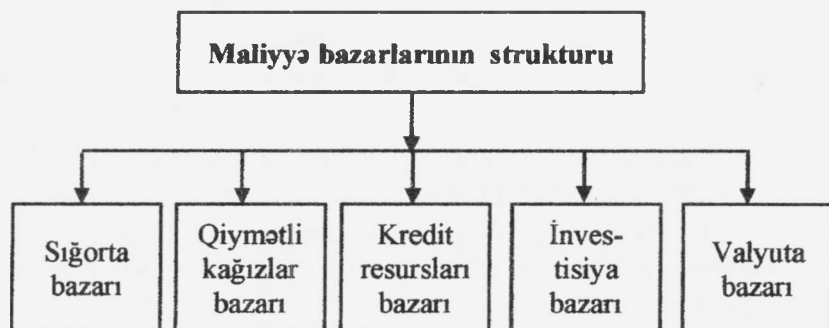
Ümumiyyətlə, pul vəsaitlərinin bir mülkiyyətçidən - kreditordan, digərinə - borc alana hərəkətini təmin etmək maliyyə bazarının əsas funksiyasıdır.

Maliyyə bazarının tərkibinə aşağıdakı bazarlar aiddir:

- fond bazarı;
- gələcək bazar;
- pul bazarı;
- sərmayə bazarı;
- valyuta bazarı (Forex).

Maliyyə bazarının əsas tərkib hissəsini kapital bazarı təşkil edir və bu bazara səhm bazarı, istiqraz bazarı, əmtəə bazarı, pul bazarı, derivativlər bazarı, fyuçers bazarı, sığorta bazarı, valyuta bazarı daxildir.

Maliyyə bazarında maliyyə resursları alqı-satqı obyektidir. Bununla birlikdə, maliyyə bazarının müxtəlif bölmələrində aparılan əməliyyatlarda fərq var. Pul bazarında alqı-satqı obyektini puldursa, fond bazarında, məsələn, artıq yaradılan və ya gələcəkdə pul gəlirləri almaq hüququ satılır. Maliyyə bazarının strukturuna aşağıdakı bazarlar daxildir (Şəkil 24).



Şəkil 24. Maliyyə bazarının strukturu.

Maliyyə bazarı yalnız iqtisadiyyatda pul vəsaitlərinin (ödəniş əsasında) yenidən paylanması vasitəsi deyil, bütövlükdə iqtisadiyyatın ümumi vəziyyətinin göstəricisidir. Maliyyə bazarının mahiyyəti yalnız maliyyə resurslarının yenidən bölüşdürülməsi deyil, əsasən bu bölüşdürmənin istiqamətini müəyyənləşdirməkdir. Maliyyə bazarında pul ehtiyatlarının tətbiqi üçün ən təsirli sahələr müəyyənləşdirilir. Maliyyə bazarının əsas vəzifəsi kapitalın cəlb edilməsi (kapital bazarında), riskin köçürülməsi (derivativlər bazarında), beynəlxalq təcrübənin təmin edilməsindən (valyuta bazarında) ibarətdir. Maliyyə bazarı alıcılar və maliyyə resurslarının satıcısı arasında birbaşa təmas yaratmaq üçün nəzərdə tutulmuşdur.

2. QIYMƏTLİ KAĞIZLAR BAZARININ FUNKSIYALARI VƏ STRUKTURU

Qiymətli kağızlar bazarı maliyyə bazarının bir hissəsi olmaqla bazar iqtisadiyyatı şəraitində bir sıra mühüm makro və mikro-iqtisadi funksiyalar yerinə yetirir. Qiymətli kağızlar bazarının aşağıdakı əsas funksiyalarını qeyd etmək olar.

Əvvəla, qiymətli kağızlar bazarı maliyyə ehtiyatlarının cəmiyyət üçün optimal olan istifadə strukturunu müəyyən edən

investisiya axınlarının tənzimləyicisi rolunu həyata keçirir. Qiymətli kağızlar bazarı vasitəsilə kapitalın rentabelli sahələrə axını prosesinin əsas hissəsi həyata keçirilir.

İkincisi, qiymətli kağızlar bazarı investisiya prosesinin kütləvi xarakterini təmin edərək sərbəst pul vəsaitlərinə malik olan istənilən iqtisadi agentlərə qiymətli kağızları almaq yolu ilə istehsal sahələrinə investisiya qoymaq imkanı verir.

Üçüncüsü, qiymətli kağızlar bazarı cəmiyyətin siyasi, sosial - iqtisadi, xarici - iqtisadi və digər həyat sahələrində baş verən və baş verə biləcək bütün dəyişiklikləri çox həssaslıqla hiss edir. Bununla əlaqədar olaraq qiymətli kağızlar bazarının vəziyyətini əks etdirən ümumiləşdirilmiş göstəricilər (məsələn, ABŞ-da Dou-Cons indeksi, Böyük Britaniyada Reyter indeksi və digər indekslər) ölkə iqtisadiyyatının vəziyyəti haqqında mühakimə yürütməyə imkan verən əsas indikatorlardır.

Dördüncüsü, qiymətli kağızlar vasitəsilə iqtisadiyyatın mikro səviyyədə idarə edilməsində demokratizm prinsipi reallaşdırılır. Belə ki, qərarlar səhmdarların səsverməsi yolu ilə, bir səs - bir səhm prinsipi əsasında qəbul edilir.

Beşincisi, qiymətli kağızların alqı - satqısı vasitəsilə dövlət sənayeyə investisiya qoymaqla və cəmiyyətin inkişafı nöqtəyindən əhəmiyyətli olan müəssisələrin səhmlərini almaqla öz struktur siyasətini reallaşdırır.

Altıncısı, qiymətli kağızlar bazarı dövlətin maliyyə siyasətinin mühüm alətidir. Dövlət maliyyə siyasətinin aləti kimi qiymətli dövlət kağızları bazarı aşağıdakı funksiyaları yerinə yetirir:

- müxtəlif səviyyəli hakimiyyət orqanlarının büdcə kəsirlərinin maliyyələşdirilməsi: qiymətli dövlət kağızlarının buraxılması və açıq bazarda satılması nəticəsində hökumət dövlət büdcəsinin kəsirini aradan qaldırmaq üçün pul vəsaitləri əldə edir;

- konkret layihələrin maliyyələşdirilməsi: məqsədli təyinatı olan qiymətli kağızların buraxılışı və bazarda satışı vasitəsilə cəmiyyətin sərbəst pul vəsaitləri cəlb edilir ki, bunlar da zəruri

layihələrin maliyyələşdirilməsinə yönəldilir;

-dövriyyədə olan pul kütləsi həcmnin tənzimlənməsi: adətən bu funksiyaları dövlət bankları icra edir. Dövlət bankı tərəfindən qiymətli dövlət kağızlarının alınması dövriyyədə olan pul kütləsi həcmi artırır; dövlət kağızlarının satışı isə, əksinə, pul kütləsini azaldır;

-maliyyə-kredit sisteminin likvidliyinin təmin edilməsi.

Qiymətli kağızlar bir sıra müxtəlif xüsusiyyətlərə görə təsnif oluna bilər. Bu xüsusiyyətlərdən biri qiymətli kağızlar sahibinin hüququnun təsdiq olunma qaydasıdır. Bu xüsusiyyətinə görə qiymətli kağızlar üç növə bölünür:

-**təqdim edən üçün qiymətli kağızlar:** bu qiymətli kağızlarda onun sahibinin adı göstərilir. Bunlar adətən kiçik nominalda buraxılır və əhalinin geniş təbəqələrinin investisiyaları üçün nəzərdə tutulmuşdur. Onların əsas xüsusiyyəti sərbəst olaraq bir şəxsdən digərinə keçməsidir.

-**adlı qiymətli kağızlar:** belə kağız sahibinin hüquqları onun adının bu kağızın (və ya onu əvəz edən sertifikatın) mətninə və eləcə də emitentin tərtib etdiyi reyestrə daxil edilməklə təsdiq edilməlidir. Bu növ kağızlar təkrar bazarında satıla bilər, lakin sahiblik hüququnun digər şəxsə keçməsi üçün belə sövdələşmələrə dair reyestrə qeydiyyat aparılması zəruridir ki, bu da qiymətli kağızların əvvəlki növü ilə müqayisədə dövriyyəsini çətinləşdirir.

-**orderli qiymətli kağızlar:** bu kağız sahiblərinin hüquqları kağızın mətnindəki müvafiq yazı ilə və kağızın özünün təqdim edilməsi ilə təsdiq edilir. Bu kateqoriyaya ilk növbədə veksəl və çeklər aid edilir.

Qiymətli kağızların digər mühüm təsnifatı onların **borc öhdəliyi daşıyan** və **daşımayan** iki növə bölünməsidir. Borc öhdəliyi daşıyan qiymətli kağızlar emitentin borc öhdəliklərini özündə əks etdirir (istiqrazlar, veksellər, depozit və əmanət sertifikatları). Borc öhdəliyi daşımayan kağızlara isə səhmlər və

opsionlar aiddir.

Müddətlərinə görə qiymətli kağızlar **qısamüddətli** (1 ilə qədər ödənilməli olan), **ortamüddətli** (1 ildən 5 ilə qədər), **uzunmüddətli** (5 ildən yuxarı), **müddətsiz** (məsələn, səhmlər) və **təqdim olunma müddəti** növlərinə bölünür.

Qiymətli kağızlar birinci dərəcəli və ikinci dərəcəli ola bilər. Birinci dərəcəli kağızlar kapitaldan gəlir və ya pay götürmək hüququ verir, ikinci dərəcəli kağızlar isə birinci dərəcəli kağızların alınması və ya satılması hüququ verir, məsələn, opsionlar, özəlləşdirmə çekləri və ya vauçerləri.

Fond birjalarında dövr edən qiymətli kağızlara **fond kağızları** (yəni səhmlər, istiqrazlar, opsionlar) deyilir. Mal dövriyyəsi və müxtəlif əmlak sövdələşməsi proseslərinə xidmət göstərən qiymətli kağızlar kommersiya qiymətli kağızları (veksellər və s.) adlanır.

Səhm - səhmdar cəmiyyət (SC) tərəfindən buraxılaraq cəmiyyətin nizamnamə kapitalında investorun payını əks etdirən və səhmdar cəmiyyətin mənfəətindən müəyyən gəlir, yəni **dividend** götürmək hüququ verən qiymətli kağızlardır. Səhmlərin dövriyyə müddəti məhdudlaşdırılmır, bu qiymətli kağızlar yalnız səhmdar cəmiyyətin səhmdarlar yığıncağının qərarı ilə və ya səhmdar cəmiyyətin ləğv edildiyi təqdirdə ödənilə bilər. Səhmlər qiymətli kağızlar bazarında alqı-satqı predmeti kimi çıxış edir. Səhmlərin ən geniş yayılmış növləri **adi** və **imtiyazlı** səhmlərdir. **Adi səhm** səhmdara səhmdar cəmiyyətin ali icra orqanı olan səhmdarlar yığıncağında bir səs hüququ və bu səhmin nizamnamə kapitalındakı payına uyğun olan mənfəətin bir hissəsini almaq hüququ verir.

Səhmdar cəmiyyətlər **açıq** və **qapalı** olur. Açıq səhmdar cəmiyyətin səhmləri başqa şəxslərə sərbəst şəkildə satılır, qapalı cəmiyyətin səhmləri isə bütün səhmdarların razılığı ilə digər şəxslərə satıla bilər.

Səhmlərin dəyərini müəyyən edən bir neçə müxtəlif və bir-

birindən fərqli qiymətləndirmə üsulu mövcuddur. Nizamnamə kapitalı dəyərinin hansı hissəsinin hər hansı bir səhmin payına düşdüyünü həmin səhmin nominal qiyməti ifadə edir. Qiymətli kağızlar bazarında praktiki fəaliyyət zamanı nominal qiymət ümumiyyətlə bir əhəmiyyət daşıyır.

Səhmin bazar dəyərinin müəyyən edilməsi üçün müəssisənin xalis aktivlərinin bir səhmə düşən qiymət ifadəsini müəyyən etmək daha mühümdür. Bu göstərici balans vasitəsilə müəyyən edilir və buna görə də səhmin **balans dəyəri** (qiyməti) adlanır. Qiymətli kağızların dəyərinin balans qiyməti ilə qiymətləndirilməsi nominaldan daha çox praktiki əhəmiyyətə malikdir, belə ki, nominaldan fərqli olaraq balans qiyməti müəssisə aktivlərinin cari vəziyyətini əks etdirən göstəricilərə əsaslanır və onun fəaliyyətinin effektivliyindən asılı olur.

Praktiki istifadə üçün daha mühüm amil səhmin likvidlik qiymətidir. Bu qiymət müəssisənin ləğv edilməsi zamanı onun əmlakının satılması halında həmin səhmin payına düşən məbləğə bərabərdir. Bu məbləğ balans qiymətindən əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənə bilər. Lakin investor üçün qiymətli kağızın **məzənnə** və ya **bazar qiyməti** daha mühümdür. Bu qiymət isə qiymətli kağızın təkrar dövriyyəsi zamanı bazar amillərinin təsiri altında formalaşır. İnvestor səhmləri alarkən onların nominalını deyil, bazar qiymətini ödəyir.

İstiqraz - emitentin bu qiymətli kağızların sahibinə müəyyən olunmuş müddətdə müəyyən məbləğdə pul vəsaitini ödəmək öhdəliyidir.

İstiqrazların təsnifatı üçün 6 başlıca xüsusiyyəti qeyd etmək olar:

- emitentin statusu: istiqrazlar həm dövlət orqanları, həm də özəl şirkətlər tərəfindən buraxıla bilər;

- istiqrazların məqsədi: istiqrazlar investisiya layihələrinin maliyyələşdirilməsi və emitentin borclarının ödənilməsi məqsədi ilə buraxılır. Sonuncu məqsədi adətən dövlət orqanları güdür;

- istiqrazların dövriyyə müddəti: istiqrazlar adətən qısamüddətli (1 ildən 3 ilə qədər), ortamüddətli (3 ildən 10 ilə qədər), uzunmüddətli (10 ildən 30 ilə qədər) və çox uzunmüddətli (30 ildən yuxarı və müddətsiz) olur;

- gəlirin ödənilməsi üsulu: adətən istiqrazın gəliri onun nominal qiymətinin faizi şəklində ödənilir;

- istiqrazın təminat növləri: istiqrazlar əmlakın girov qoyulması, təsərrüfat fəaliyyəti nəticəsində gələcək daxilolmalar formasında girov və ya müəyyən zamanət öhdəlikləri vasitələri ilə təmin oluna bilər;

- istiqrazların ödəniş üsulları: adətən istiqrazlar müəyyən olunmuş müddətdə əvvəlcədən müəyyənləşdirilmiş qiymətlə ödənilir. Lakin çox zaman bu qiymətli kağızların investisiya cəzibədarlığını artırmaq üçün emitent müxtəlif xüsusi tədbirlər həyata keçirir.

İnkişaf etmiş fond bazarlarında təkrar qiymətli kağızlar arasında opsiyonlar və varrantlar üstünlük təşkil edir.

Opsion - digər bir qiymətli kağızı müəyyən olunmuş qiymətlə və müəyyən olunmuş gələcək bir tarixdə alıb satmaq hüququ verən qiymətli kağız formasında tərtib edilmiş öhdəlikdir.

Opsionun qiyməti **opsiya mükafatı** adlanır və opsiyon satıcısının məruz qala biləcəyi hər hansı itki riskinə görə opsiyon alıcısının ona ödədiyi məbləği təşkil edir. Digər tərəfdən, opsiya mükafatı opsiyon alıcısının itirə biləcəyi maksimal məbləğdir.

Varrant - digər qiymətli kağızların ilkin buraxılışı zamanı həmin kağızların emitenti tərəfindən satışı təqdirində bu kağızları müəyyən olunmuş qiymətlə almaq hüququ verən qiymətli kağızdır.

Depozit və əmanət sertifikatları - qoyulmuş əmanətin və müəyyən edilmiş faizlərin alınması hüququ verən bankların vəsait ayrılması barədə şəhadətnamələridir. Faktiki olaraq depozit və əmanət sertifikatları bankaların təkrar satıla bilən müddətli əmanətlərinin başqa bir növüdür.

Veksel - öz sahibinə təyin edilmiş müddətdən sonra müəyyən olunmuş məbləği şərtsiz tələb etmək hüququ verən və qanunla müəyyən olunmuş formada tərtib edilmiş borc öhdəliyidir. Qiymətli kağızlar bazarında aşağıdakı veksel növləri tətbiq edilir:

- **sadə veksel** - borclanan “veksel verən” tərtib edilir və kreditora (veksel sahibinə) müəyyən olunmuş məbləği ödəmək barədə veksel verənin öhdəliyini özündə əks etdirir;

- **ötürmə vekseli (tratta)** - kreditor (trassant) tərəfindən tərtib edilən və müəyyən olunmuş məbləğin vekseli təqdim edənə ödənilməsi barədə borclanana (trassata) verilən tələbnamədir;

- **indossament** - tələb hüququnun bir veksel sahibindən (indossant) digərinə (indosat) keçməsinə təsdiq edən və vekseldə öz əksini tapan ötürmə dərkənarı;

- **allonj** - veksel blankında kifayət qədər yer olmayan təqdir-də vekselə əlavə edilən və üzərində indossamentlər qoyulan qoşmadır;

- **aval** - borclananın öhdəliklərinin yerinə yetirilməsi məsuliyyətini öz üzərinə götürən şəxsin öhdəliyidir. Bu öhdəlik (aval) qismən də ola bilər;

Qiymətli kağızlar bazarları alqı - satqı sövdələşmələrinin aparıldığı yerdən asılı olaraq **birjalara** və **qeyri-birjalara** bölünür.

Birja bazarı - fond birjalarında qiymətli kağızların ticarəti deməkdir. Birja əməliyyatlarına birjada xüsusi akreditasiya (qeydiyyat) keçmiş yalnız peşəkar bazar iştirakçıları (birja üzvləri) buraxılır. Bazarın digər iştirakçıları birja üzvünə ərizə verməklə əməliyyatlarda iştirak edə bilərlər.

Qiymətli kağızlarla sövdələşmələrin qiymətini müəyyən edən üsullardan biri hərracdır. Hərracların aşağıdakı növləri vardır:

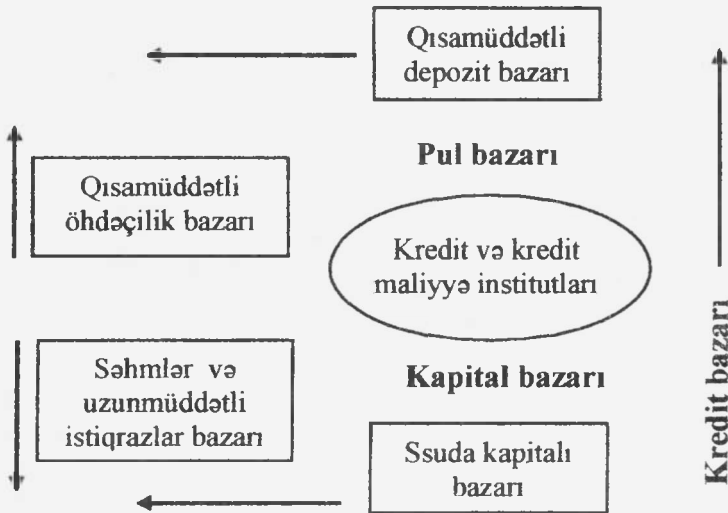
- **sadə hərrac (ingilis):** sövdələşmə ən yüksək qiymət təklif etmiş alıcı ilə bağlanır. Bu prinsip əsasında adətən vahid lotların satışı aparılır və bu halda çox zaman minimal başlanğıc qiyməti

müəyyən edilir. Məsələn, sadə hərrac metodu ilə əlavə şərtlər daxilində investisiya müsabiqələrində özəlləşdirilən müəssisələrin səhmlərinin satışı keçirilir;

- **iki mərhələli hərrac:** bu halda təkcə alıcıların deyil, satıcıların da müsabiqəsi keçirilir. Təkliflər toplanır və müəyyən anda bir - birinə qarşılıq verən təkliflər təmin olunur. Ən çox inkişaf etmiş bazarlar fasiləsiz **iki mərhələli hərrac** formasında fəaliyyət göstərir. Bu zaman təkliflərin təqdim edilməsi və onların təmin olunması real vaxt rejimində həyata keçirilir;

- **holland hərracı:** bu hərracda satılacaq qiymətli kağızların həcmi əvvəlcədən elan edilir və təkliflər əvvəlcədən toplanır. Təkliflərin bir hissəsi təklifdəki qiymətlə və ya hərracda müəyyən olunmuş qiymətlə təmin edilir.

Belə bir maliyyə bazarının strukturu aşağıdakı kimi təmsil edilə bilər (şəkil 25):



Şəkil 25. Qiymətli kağızlar bazarının strukturu.

Pul bazarının bazasını pul, əsas hissəsini isə banklar təşkil edur. Bankların əsas funksiyaları aşağıdakılardır:

- müəssisələrin, dövlətin, fərdi şəxslərin və qiymətli kağızlarla əməliyyatların kreditləşdirilməsi;

- pul dövriyyəsinin tənzimlənməsi; müvəqqəti olaraq boş pul vəsaitlərinin cəlb edilməsi, qənaət və borc sərmayəsinə köçürmə;

- dövlətdə nağd ödəmələrin və ödənişlərin həyata keçirilməsi; kredit dövriyyəsi metodlarının emissiyası (depozit-çek məsələsi);

- məsləhətlər.

Pul bazarı, tələb və təklif əsasında brokerlər vasitəsilə kreditorlar və borcalanlar arasında pul bölüşdürmə və yenidən bölüşdürmə mexanizmini təmin edir. Pul bazarının əsas funksiyası qeyri-aktiv pulların kredit fondlarına çevrilməsidir. Pul bazarı, tələb və təklif əsasında brokerlər vasitəsilə kreditorlar və borcalanlar arasında pul bölüşdürmə və yenidən bölüşdürmə mexanizmini təmin edir. Pul bazarının əsas funksiyası qeyri-aktiv pulların kredit fondlarına çevrilməsidir. Pul bazarı 1 il müddətinə olan qısamüddətli maliyyə alətləri (borc öhdəlikləri) üçün bazardır. Kapital bazarları orta müddətli (1 ildən 3-5 ilədək) və uzunmüddətli aktivlər - səhmlər, istiqrazlar (bir ildən çox olan müddətdə) və kreditlər (bir ildən çox müddətə) olan bir bazardır. Kredit bazarı qısamüddətli, ortamüddətli və uzunmüddətli kreditlər üçün bir bazardır.

Kredit-iqtisadi kateqoriyadır, müxtəlif təsərrüfat təşkilatlarının və ya ayrı-ayrı şəxslərin, qaytarılmaq şərti ilə bir-birinə pul vəsaitlərinin müvəqqəti olaraq verilməsində özünü əks etdirən münasibətlər deməkdir.

Kredit bazarının əsasını kreditorlar tərəfindən faiz ödənilmək, müddətililik və qaytarılmaq şərti ilə borc verilən pul vəsaitlərinin yenidən bölgüsünü təmin edən iqtisadi mexanizm təşkil edir. Kredit münasibətlərinə kreditin verilməsi və geri qaytarıl-

ması, pul haqq-hesablarının təşkili, pul kütləsinin və qiymətli kağızların emissiyası və həmçinin kapital qoyuluşlarının kreditləşdirilməsi ilə bağlı olan pul münasibətlərini aid etmək olar. Beləliklə, pul kredit olan hər yerdə ödəniş vasitəsi kimi çıxış edir.

Kredit bir sıra funksiya yerinə yetirir ki, bunlardan da əsasları bölüşdürmə, emissiya və nəzarət funksiyalarıdır. Kreditin **bölüşdürmə funksiyası** özünü bunda büruzə verir ki, kreditdən istifadə vasitəsilə müvəqqəti sərbəst pul ehtiyatlarının geri qaytarılması əsasında onların bölgüsü və yenidən bölgüsü baş verir.

Emissiya funksiyası ondan ibarətdir ki, kreditlə əlaqədar olaraq pul kütləsinin, qeyri-nağd pul vəsaitlərinin və müxtəlif qiymətli kağızların emissiyası baş verir.

Nəzarət funksiyası özünü onda göstərir ki, kredit əməliyyatlarının icrası prosesində iqtisadi fəaliyyətin və maliyyə vəziyyətinin nəzarəti həyata keçirilir.

3. MALİYYƏ BAZARI İNFRASTRUKTURU VƏ ONUN XARAKTERİSTİKASI

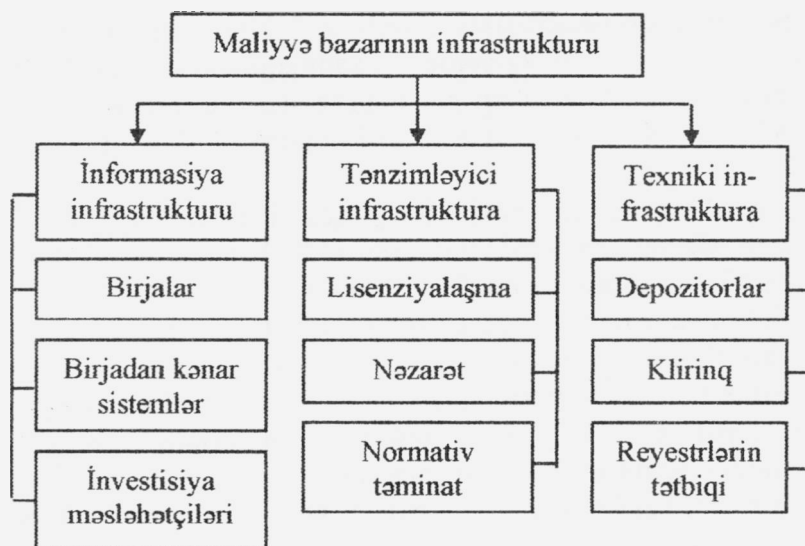
Maliyyə bazarlarının infrastrukturunu dedikdə əsasən bazarda istifadə olunan texnologiyaların məcmusu, müxtəlif texniki vasitələr, qurumlar (təşkilatlar), normalar və qaydalar əsasında həyata keçirilən maliyyə alətlərinin hərəkəti prosesinin təmin edilməsi başa düşülür.

Maliyyə bazarının infrastrukturunun texnoloji komponentləri üç əsas qrup kimi təsnif edilə bilər: tənzimləyici, informasiya və texniki. Şəkil 26-da bu aydın görünür.

İnfrastruktur aşağıdakı kimi təsnifləşdirilə bilən bir sıra funksiyaları yerinə yetirir:

- təşkilati maliyyə bazarlarının subyektləri arasında maliyyə və informasiya əlaqələrinin yaradılması;

- maliyyə bazarlarında iştirakçılar arasında sabit və qarşılıqlı faydalı əlaqələrin təmin edilməsi;



Şəkil 26. Maliyyə bazarının infrastrukturu.

-maliyyə aktivlərinin sərbəst hərəkəti üçün şəraitin təmin edilməsi;

-maliyyə bazarlarında təsirli rəqabət mühitinin formalaşması, kommunikasiya, yəni, maliyyə axınının səmərəli dövriyyəsinin təmin edilməsi;

-maliyyə bazarlarında təchizat və tələbatın tarazlığının təmin edilməsi;

-maliyyə alətlərinin likvidliyinin saxlanması;

-maliyyə aktivlərinin dövriyyəsinin sürətlənməsini təmin etmək.

Maliyyə bazarlarının tənzimləyici infrastrukturu normativ-hüquqi tənzimləmə sistemidir. Bu, tənzimləyici orqanların fəaliyyəti, qanunvericiliyin dəstəklənməsi, maliyyə bazarlarında iş qaydalarına riayət edilməsinin monitorinqi ilə həyata keçirilir.

Maliyyə bazarlarının informasiya infrastrukturu onun iştirak-

çıları arasında informasiya mübadiləsi sistemidir. Maliyyə bazarlarının xüsusiyyətləri ondan ibarətdir ki, maliyyə alətlərinin faktiki mübadiləsi əvvəlki kimi onlar haqqında məlumat mübadiləsi aparır. Bu şəraitin təmin edilməsi, maliyyə bazarlarının informasiya infrastrukturunu təşkil edən xüsusi vasitəçilər - birja, kompüter bazarları, informasiya və analitik agentlikləri, investisiya məsləhətçiləri vasitəsilə ötürülmüş informasiya axınlarının mövcudluğunu tələb edir. İnformasiya infrastrukturunu maliyyə bazarında iştirak edənlər üçün xüsusi təhsil sistemini əhatə edir, onun fəaliyyətinin şərtləri hökumət tərəfindən müəyyən edilir. Xüsusi bilikli mütəxəssislərin maliyyə bazarlarında iştirakı, onun işi üçün bir şərtədir, maliyyə bazarlarında əməliyyatlar aparmaq üçün mütəxəssisləri hazırlayan və təsdiqləyən informasiya infrastrukturunun xüsusi bir hissəsinin yaradılmasını tələb edir.

Maliyyə bazarlarının infrastrukturunun yaradılmasında ən vacib problem informasiya bazarının məlumatlandırılması və bütün bazar iştirakçılarının informasiya şəffaflığının təmin olunmasıdır. İnformasiya şəffaflığı prinsipi bütün maraqlı tərəflərə peşəkar bazar iştirakçılarının fəaliyyəti və nəticələrinin məlumatlandırılması yolu ilə həyata keçirilməlidir. Bu, aşağıdakılarla təmin edilə bilər:

- bazarın analizi üçün vahid bir göstərici sistemi;
- həm fərdi vətəndaşların, həm də dövlət orqanlarının hər hansı bir tələbi ilə kommersiya sırrını və ictimai məlumatı, yaxud təminat üçün məcburi olan məlumatların açıq şəkildə məhdudlaşdırılması;
- qiymətli kağızların məzənnəsinə təsir edən emitentlərin fəaliyyətinin hər hansı bir faktının məcburi nəşri;
- müstəqil reyting agentliklərinin dəstəklənməsi və emitentlərin və qiymətli kağızların tanınmış reytinginin təqdim edilməsi;
- informasiya açıqlama mərkəzlərinin formalaşması;
- səhv məlumat vermək üçün məsuliyyətin artırılması.

Maliyyə bazarlarının infrastrukturunun əsas vəzifələri aşağıdakılardır:

- risklərin idarə edilməsi;
- maliyyə aktivləri ilə əməliyyatlar prosesində əməliyyat xərclərinin azaldılması.

İqtisadi subyektlərin infrastruktur elementlərinin formalaşmasında iştirakı üçün ilkin əsas xərcləri saxlamaq vacibdir

Maliyyə bazarlarının infrastrukturunu həyata keçirdiyi fəaliyyətlərinə uyğun olaraq üç qrupa bölünür:

1. Maliyyə vasitəçiləri. Bunlara banklar, qarşılıqlı investisiya fondları, etibarlı şirkətlər, kredit ittifaqları, sığorta şirkətləri, qeyri-dövlət pensiya fondları və s. daxildir;

2. Xidmət infrastruktur, maliyyə vasitəçiliyinə xidmət edən infrastruktur subyektləri. Bunlara daxildir: fond, valyuta, fyuçers mübadiləsi, depozitariya və məskunlaşma və klirinq təşkilatları, qeydiyyatçılar; məsləhət, audit, informasiya-analitik agentlikləri;

3. Tənzimləyici infrastruktur, yəni infrastrukturun tənzimlənməsi subyektləri. Bunlara: dövlət tənzimlənməsi orqanları, özünü tənzimləyən təşkilatlar, peşə birlikləri assosiasiyaları aiddir.

4. MALİYYƏ BAZARININ İNFRASTRUKTUR ELEMENTLƏRİ

Maliyyə bazarının infrastrukturunu maliyyə bazarında fəaliyyət göstərən qurumların, maliyyə qurumlarına xidmət edən müəssisələrin, sistemlərin, xidmətlərin, müəssisələrin fəaliyyətinin ardıcılığını təşkil edən və onun normal fəaliyyətini təmin edən bir sıra təşkilati və hüquqi formalarıdır. Alt quruluşu nəzərdən keçirərkən, elementlərin qarşılıqlı əlaqəsi və müəyyən bir funksiyanın yerinə yetirilməsində onların rolu önə çıxır.

Maliyyə bazarı infrastrukturunun əsas elementləri:

- fond birjaları (fond, valyuta), onların institusional vasitəçi-

ləri;

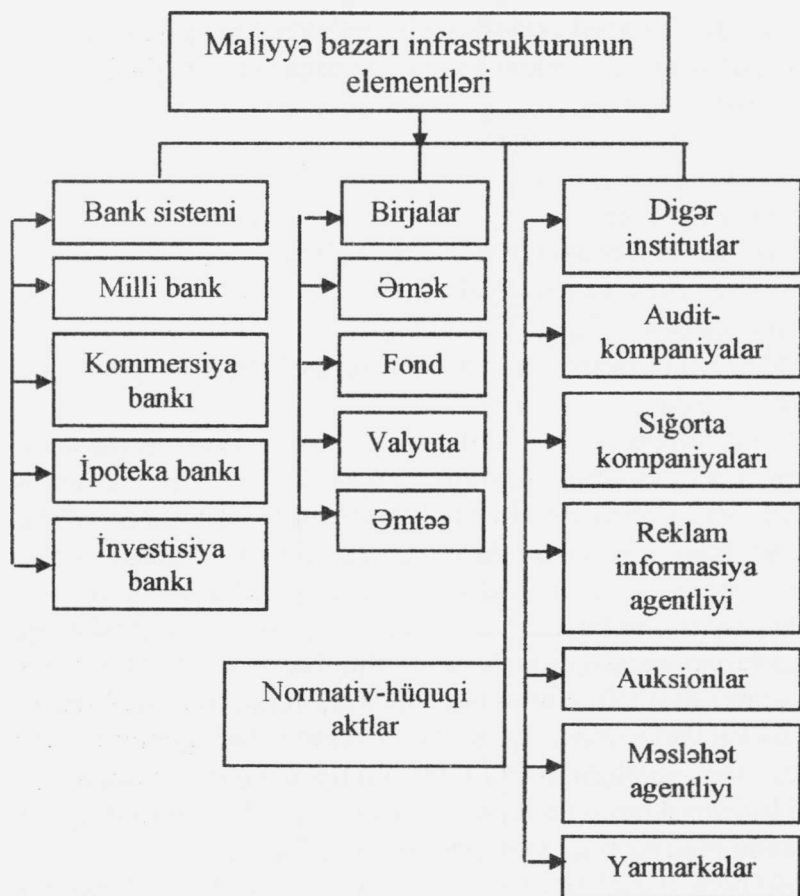
- təşkilatı mübadilə forması kimi hərraclar;
- kredit sistemi və kommersiya bankları;
- emissiya sistemi və emissiya bankları;
- kommersiya riski sığortası sistemi və sığorta şirkətləri;
- reklam agentlikləri və kütləvi informasiya vasitələri;
- gömrük sistemi;
- ali və orta təhsil sistemi;
- konsaltinq şirkətləri;
- audit firmaları;
- kirayə üçün işləyən həmkarlar ittifaqları;
- informasiya texnologiyaları;
- normativ və hüquqi baza.

Maliyyə bazarının infrastrukturunun elementləri şəkil 27-də göstərilmişdir.

Bazar infrastrukturunun qurumları vasitəçiliklə sərmayə sahəsində xidmətlərin, müxtəlif iqtisadi fəaliyyət növlərinin sığortalanması, gizli əməliyyatların aparılması ilə məşğuldurlar. İnfrastruktur da makroiqtisadi tənzimləmədə istifadə olunur: onun yardımı ilə dövlət inflyasiyaya qarşı tədbirlər görür, məşğulluq siyasətini həyata keçirir, iqtisadiyyatın dövriyyəli dalğalanmalarına qarşı çıxır. İnfrastruktur bazar qurumlarının fəaliyyətinin sivil təbiətini təmin etmək üçün nəzərdə tutulmuşdur, onun elementləri xarici qurumlar tərəfindən tətbiq edilmir, lakin bazar münasibətlərinin özləri tərəfindən yaranır. Beləliklə, iqtisadi infrastrukturun nəticəsi ola bilər. Bazar bütünlükdə iqtisadi sistemin fəaliyyətinə əhəmiyyətli təsir göstərir.

Maliyyə bazarlarının infrastrukturunu aşağıdakı əsas xüsusiyyətlərə görə təsnif edilə bilər: bazar növləri (sığorta infrastruktur, qiymətli kağızlar, valyuta və digər bazarlar); maliyyə bazarının miqyası (beynəlxalq, milli, regional bazarların infrastruktur); həyata keçirilən funksiyaların növləri (mühasibat, məlumat, ticarət, məskunlaşma və kliring infrastruktur). Bu

təsnifata uyğun olaraq maliyyə bazarlarının hər birinin fəaliyyətinə uyğun infrastrukturlar fəaliyyət göstərərək bazarın daim, düzgün fəaliyyət göstərməsini təşkil edir.



Şəkil 27. Maliyyə bazarının infrastrukturunun elementləri.

MÖVZU 13

İNFORMASIYA BAZARI İNFRASTRUKTURU

1. İnformasiya iqtisadi resurs kimi
2. İnformasiya bazarının məqsədi və vəsifəsi
3. İnformasiya bazarının konsepsiyası və strukturu
4. İnformasiya bazarının infrastrukturunu

1. İNFORMASIYA İQTİSADI RESURS KİMİ

“İnformasiya”-emal olunmuş və onu alan tərəfindən qərar qəbulətmə, həmçinin analitik tədqiqatlar aparmaq üçün istifadə edilə biləcək şəkildə olan verilənlərdir. İlk dəfə olaraq informasiyaya iqtisadi kateqoriya kimi XX əsrin ortalarında A.Xart baxmışdır. İnformasiya nəzəriyyəsinin banisi və ona statistik yanaşmanın yaradıcısı K.Şennon olmuşdur.

İnformasiya dedikdə - cəmiyyətdə, dövlətdə, təbii ətraf mühitdə baş verən hadisə və təzahürlər barədə sənədləşdirilmiş və ya kütləvi şəkildə elan edilmiş məlumatlar başa düşülür.

“Azərbaycan-2020: gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyasında müəyyən edilmiş əsas hədəfə çatmaq üçün növbəti on ildə İKT sektorunun həcmnin 4 - 4,5 dəfə genişləndirilməsi, İKT-nin iqtisadi potensialının gücləndirilməsi, cəmiyyətin İKT ehtiyaclarının ödənilməsi əsas vəzifələrdəndir.

“Elektron hökumət”in inkişaf etdirilməsi və dövlət idarəçiliyinin bütün səviyyələrində elektron xidmətlərdən istifadə edilməsi, həmçinin mövcud informasiya infrastrukturunun və istifadəçilərinin informasiya təhlükəsizliyinin təmin edilməsi, ölkənin siyasi informasiya məkanına sıx inteqrasiyası mühüm məqsədlərdəndir.

Bu gün informasiya maddi, energetik və insan resursları ilə yanaşı cəmiyyətin inkişafının mühüm resurslarından biri sayılır.

B.Kompeyn qeyd edir ki, "İnformasiya həmişə resurs olmuşdur, lakin lap son vaxtlarda biz informasiyanı iqtisadçıların materiya və resurs qismində qəbul etdikləri şəkildə görməyə başlamışıq."

Bazar mühitində informasiyanın praktiki olaraq bütün növləri mövcuddur, lakin bunlardan ən çox aktual olanları aşağıdakılardır:

- konyunktura - informasiya bazarının durumunu (məhsul və xidmətlərin qiymətlərindəki dəyişikliyin səviyyəsi; qiymətli kağızların məzənnələri; bank faizləri, birja kotirovkası və s.) xarakterizə edir;

- kommersiya informasiyası - müəyyən məhsul və xidmət növlərinə olan tələb və təklifə dair məlumatların məcmusunu və tələb və təklif arasındakı nisbəti özündə əks etdirir (marketing informasiyası, təklif olunan məhsul və xidmətlər, onların keyfiyyəti, rəqibləri, daxili bazardakı rəqabət qabiliyyəti və s.);

- maliyyə informasiyası - partnyorların və rəqiblərin maliyyə stabilliyi, ödəniş qabiliyyəti və kredit qabiliyyəti barədə məlumatlar;

- xarici iqtisadi informasiya - import-eksportun həcmələri, qiymətlər, keyfiyyət, xarici bazarda rəqabət qabiliyyəti, daxili bazara təsir və s. barədə məlumatları əks etdirir;

- elmi-texniki informasiya - elm və texnikanın nailiyyətləri, ixtiralar, elmi-tədqiqatlar və onların nəticələri, "nou-hau", patentlər, lisenziyalar və s. haqqında məlumatlar;

- statistik informasiya - iqtisadiyyatdakı (əsas etibarilə ölkənin, sahənin, regionun xalq təsərrüfatı səviyyəsində) kəmiyyət və keyfiyyət dəyişikliklərinin dinamikası barədə məlumatlar;

- hüquqi informasiya - hüquq sistemi və mənbələri, hüquqi faktlar, hüquqi münasibətlər, ictimai arayış, hüquq pozuntuları və onlara qarşı mübarizə haqqında məlumatlar;

- məlumat - ensiklopedik informasiya - lüğətlər, məlumat kitabçaları, ensiklopediyalar və s.;

- kütləvi informasiya - qəzetlər, jurnallar, radio, televiziya, kino, video və s.

İnformasiya öz strukturu sayəsində real dəyərə malik olur. Strukturlaşdırılmış informasiya, yəni birbaşa istifadə üçün nəzərdə tutulmuş informasiyanın xüsusi struktura ehtiyacı vardır, bunun isə öz qiyməti vardır. İnformasiya məhsulları vasitəsilə istifadəçi özünün yeni məlumatlara və biliklərə olan ehtiyacını, eləcə də müxtəlif estetik ehtiyacları təmin etmək imkanı əldə edir. İnformasiya məhsulları və xidmətləri zəruri bilikləri bərpa etmək imkanı verən müəyyən məlumatlar və vasitələri təqdim edir.

Ənənəvi resursların xüsusiyyətləri ilə analoji olan informasiyanın xüsusiyyətlərinə malik olması informasiya istehsalının analizi zamanı bir sıra iqtisadi xarakteristikalardan (qiymət, dəyər, xərclər, gəlir və s.) istifadə edilməsinə əsas verir. İqtisadi resurs kimi informasiya mübadilə edilmək üçün nəzərdə tutulmuşdur, onun kəmiyyəti məhduddur və ona ödəniş qabiliyyətli tələb vardır.

İnformasiyanın dəyəri və ya faydası onun istifadəçiyə əlavə fəaliyyət azadlığı vermək imkanındadır. İnformasiya mövcud alternativlər toplusunu genişləndirir və onların nəticələrini düzgün qiymətləndirməyə imkan yaradır.

İnformasiya fəaliyyətinin nəticəsi bazarda informasiya məhsulları və xidmətləri kimi təqdim olunan *informasiya məhsullarından* ibarətdir. İnformasiya məhsulunu digər məhsullardan əsaslı şəkildə fərqləndirən *əsas xüsusiyyətlər* aşağıdakılardır:

1. İstifadə zamanı informasiya yox olmur, əksinə, ondan dəfələrlə istifadə etmək olar. Neçə dəfə istifadə olunmasından asılı olmayaraq informasiya məhsulu özündə olan məlumatı qoruyub saxlayır.

2. İnformasiya məhsulu müəyyən müddətdən sonra özünə-məxsus "mənəvi aşınmaya" məruz qalır. Hərçənd ki, informasiya istifadə zamanı köhnəlmir, lakin onun təqdim etdiyi bilik öz aktuallığını itirdikcə informasiya da öz dəyərini itirə bilər.

3. İnformasiya məhsulları və xidmətlərinin müxtəlif istifadəçiləri üçün informasiya təqdimatının müxtəlif üsulları tələb olu-

nur. Belə ki, informasiya məhsulundan istifadə müəyyən cəhdlər tələb edir. Burada informasiyanın konkret istifadəçi qrupuna ünvanlaşdırılmış olması xüsusiyyəti özünü büruzə verir.

Maddi məhsul istehsalından fərqli olaraq informasiya istehsalı tiraj xərcləri ilə müqayisədə əhəmiyyətli dərəcədə artıq xərc tələb edir. Bu və ya digər informasiya məhsulunun sürətinin çıxarılması onun özünün istehsalından adətən çox-çox ucuz başa gəlir. Informasiya məhsulunun bu xüsusiyyətləri istehsalın çətinliyi və tiraja verilmənin nisbi sadəliyi - informasiya fəaliyyəti dairəsi çərçivəsində mülkiyyət hüququnun müəyyən edilməsilə bağlı xüsusilə xeyli problem yaradır.

İnformasiya xidməti məhsulunu da yaddan çıxarmaq olmaz ki, bu da istifadəçilərin informasiya tələbatlarının ödənilməsi məqsədilə informasiya məhsulunun onlara çatdırılması ilə bağlı qanunla müəyyən olunmuş formada informasiya fəaliyyətinin həyata keçirilməsidir.

Müasir cəmiyyətdə informasiya xidmətlərinin əsas mənbəyi verilənlər bazasıdır. Onlar təchizatçıları və istehlakçıları informasiya xidmətləri, kommunikasiya və onların arasında əlaqələr, informasiya xidmətlərinin satışı və satınalma qaydası və şərtlərini birləşdirir. Informasiya məhsul və xidmətlərinin təchizatçıları aşağıdakılardır:

- verilənlər bazalarının yaradıldığı və saxlanıldığı mərkəzlər, habelə həmin məlumatların daimi yığılması və redaktə edilməsi;
- müxtəlif məlumat bazalarına əsaslanaraq məlumat yayan mərkəzlər; telekommunikasiya və məlumat xidmətləri;
- xüsusi xidmət sahələri üzrə məlumatların analizi, ümumiləşdirilməsi, proqnozlaşdırılması, məsələn, konsaltinq şirkətləri, banklar, fond birjalari üçün axın etdiyi xüsusi xidmətlər;
- ticarət firmaları;
- Informasiya brokerləri.

İnformasiya məhsulu və xidmətlərinin istehlakçıları problemləri həll edən müxtəlif hüquqi və fiziki şəxslər ola bilər.

2. İNFORMASIYA BAZARININ MƏQSƏDİ VƏ VƏSİFƏSİ

İnformasiya məhsulları bazarı spesifik, xüsusi növ bazardır və buraya kitabların, qəzetlərin, şəkillərin, müxtəlif yönümlü reklamların və digər bir sıra informasiya məlumatlarının alqı-satqısı daxildir. Bu bazara intellektual səciyyəli məhsullar bazarı da deyilir. İnformasiya bazarında informasiya deyil, informasiya fəaliyyətinin məhsulları satılır və dövr edir. Məhz internet iqtisadiyyatı yeni istifadə və iştirak mühitlərinin yaranmasına, məhsuldarlığın artırılmasına, rəqiblər üzərində strateji üstünlüyün əldə olunmasına, tərəfdaşlarla münasibətlərin möhkəmləndirilməsinə, informasiya resurslarından optimal istifadəyə və bütövlükdə cəmiyyətin rifahının yaxşılaşdırılmasına şərait yaradır.

Bütün bu məqsədlərə çatmaq və nəzərdə tutulan işləri sistemli şəkildə həyata keçirmək üçün “Azərbaycan Respublikasında informasiya cəmiyyətinin inkişafına dair 2014-2020-ci illər üçün Milli Strategiya” hazırlanmışdır.

Bu Milli Strategiya Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2003-cü il 17 fevral tarixli 1146 nömrəli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasının inkişafı naminə informasiya və kommunikasiya texnologiyaları üzrə Milli Strategiyaya (2003-2012-ci illər)” və həmin strategiyanın həyata keçirilməsi ilə bağlı qəbul olunmuş dövlət proqramlarının icrası yönündə görülmüş genişmiqyaslı işlərin nəticələrinə əsaslanır. Əldə olunmuş nəticələr, informasiya cəmiyyətinin əsaslarının yaradılması, vətəndaşlar, cəmiyyət, özəl sektor və dövlət orqanları tərəfindən İKT-dən geniş istifadə növbəti mərhələdə fəaliyyət istiqamətlərinin planlaşdırılması üçün əlverişli şərait yaradır.

İnformasiya məhsulu isə elə bir məhsuldur ki, o təkcə ayrı-ayrı istehlakçılar üçün deyil, bütün bəşər cəmiyyəti üçün də mühüm əhəmiyyətə malikdir. Bu mənada həmin bazarın mövcudluğu, inkişafı çox əhəmiyyətlidir. Nəzəri baxımdan informasiya bazarının mahiyyətini dəqiq anlaya bilmək üçün informa-

siya məhsulları haqqında təsəvvür olmalıdır. İnformasiya texnologiyalarının inkişafı yeni texniki vasitələrin, kompüterlərin, kompüter texnologiyası və telekommunikasiya vasitələrinin, proqramların yaranması və get-gedə daha geniş məkanda yayılmasına səbəb olub. Lakin bu vasitə və texnologiyalar dünyanın bütün ölkələrində hazırlanmır və istehsal edilmir. Eyni zamanda istehsalçı ölkələr daxilində də informasiya texnologiyalarının vasitə və proqramları müxtəlif şirkətlər tərəfindən istehsal edilir. Bunun nəticəsində də informasiya kommunikasiya texnologiya və vasitələrinin, proqram təminatı məhsullarının istər-istəməz alınıb-satılması zərurəti yaranır. Beləliklə də informasiya məhsulları, onların növ müxtəlifliyi ortaya çıxır.

İnformasiya məhsulları informasiya sistemlərinin fəaliyyətinin nəticəsi olub, yayılma və realizasiya üçün təyin olunmuş sənədlər, informasiya massivləri, verilənlər bazası və informasiya xidmətləridir. İnformasiya məhsulu istifadəçinin tələbinə uyğun hazırlanan və mal formasında təqdim edilən, sənədləşdirilən informasiyadır. İnformasiya məhsullarına proqram məhsulları, verilənlər bazası və bankları və digər informasiyalar aiddir.

Qeyd edək ki, informasiya bazarında olan məhsullara görə ödəmələrə və tarixi səbəblərə görə hal-hazırda informasiya bazarı iki böyük sərbəst fəaliyyət göstərən bazara bölünmüşdür. Bunlar *informasiya texnologiyaları bazarı və kütləvi informasiya vasitələri bazarıdır*. Bu bazarların hər birində məhsulun satışı və əldə olunan məhsula görə ödəmələr də müxtəlif cür aparılır. Əgər informasiya texnologiyaları bazarında müştəri alınan məhsula görə şəxsən ödəmə aparırsa, kütləvi informasiya vasitələri bazarında məhsulu istifadəçi ya havayı əldə edir, ya da ödəməni qismən aparır və əsas gəliri üçüncü tərəf olan reklamçılar əldə edirlər. Bu mənada da informasiya məhsullarını fərqləndirmək tələb olunur.

İnformasiya məhsullarının satışı və realizasiyasında lisenziyalardan istifadə edilir. Lisenziya elə müqavilədir ki, o hüquqi

olaraq lisenziya alan istifadəçiyə lisenziya verilən məhsuldan istifadə imkanı verir. Lisenziya onu alan şəxsə istifadə ilə bərabər məhsulu lisenziya və ya digər müqavilələrlə istifadəyə vermə hüququnu da verə bilər. Adətən informasiya məhsullarına verilən lisenziya həmin məhsulun istifadəsinə başlamaq üçün onu açan və ya istifadə etməyə başlayan andan mövcudluğa başlayır. Lisenziyalar proqram məhsullarına istifadə olunan sürətlərin sayına, istifadəçilərin sayına, yayılma şərtlərinə, ödəmə üsuluna görə məhdudiyyətlər qoya bilər.

Verilən lisenziyalara görə informasiya məhsulları *kommersiya* (lisenziyalara görə ödəniş tələb edən) və *qeyri-kommersiya* (lisenziyalara görə ödəniş tələb etməyən) məhsullarına bölünürlər.

Kommersiya məhsulları sonrakı istifadənin məhdudlaşdırılmasına görə məxsusi və azad informasiya məhsullarına bölünürlər.

Satış nöqtəyi-nəzərindən əsas informasiya məhsulları olan proqram məhsulları kommersiya, pulsuz, azad yayımlı (freeware) məhsullarına bölünürlər. Əslində bu bölgü baza bölgüsüdür. Real biznes şəraitində bu bölgünün başqa modifikasiyaları və kombinasiyaları da mövcud ola bilər.

Kommersiya proqramları bugünkü dövrdə ən geniş yayılmış növdür. Alıcı kommersiya proqramına görə satıcıya ödəniş edir və lisenziyada olan müqaviləyə əsasən məhsuldan istifadə edir. Satıcı isə müəyyən müddətə məhsula görə məsləhət və ya informasiya-texniki təminətmə məsuliyyətini üzərinə götürür. Eyni zamanda müəyyən müddət ərzində satıcı alıcıya ya havayı ya da güzəştlərlə ödəmə ilə məhsulun yeni versiyalarının və yeni komponentlərinin də çatdırılmasını öz üzərinə götürə bilər. Belə proqram məhsullarına hazırda geniş istifadə edilən antivirus proqramlarını aid etmək olar. Bəzən pulsuz proqram məhsulları da istifadəçiyə təklif oluna bilər. Lakin bu zaman bu proqramdan istifadəyə və ya onun yayılmasına məhdudiyyət qoyulur. Pulsuz proqram məhsullarının istehsalında və istifadəyə verilməsində məqsəd ya reklam məqsədidir (adətən, istehsalçı şirkətlərin im-

kanlarının reklam edilməsi), ya program məhsulundan istifadə, onun konkret şərait və məsələnin həlli üçün uyğunlaşdırılmasına görə ödəmələrə istifadəçinin cəlb edilməsidir, ya da məhsulun içərisində reklam məhsullarının yerləşdirilməsidir.

Bütün məhsullar və xidmətlər kimi informasiya məhsulları və xidmətləri də alqı-satqı prosesində müəyyən qayda ilə qiymətləndirilməlidir. İnformasiya məhsulları çox vacib, lakin unikal olmayan xüsusiyyətə malikdir. Belə ki, informasiya məhsullarının ilkin nüsxələrinin qiyməti sonrakı nüsxələrə görə çox yüksəkdir. Bu xüsusiyyət yalnız informasiya məhsullarına deyil, yolların tikintisi, telekommunikasiya şəbəkələrinin qurulması, ümumiyyətlə texniki infrastrukturun qurulmasında və faydalı qazıntıların axtarılması prosesində də özünü göstərir.

İqtisadi baxımdan məhsul nə qədər çox istehsal edilərsə, onun orta qiyməti də bir o qədər aşağı olacaq. İnformasiya məhsullarında isə istehsal qiymətlərinin strukturunun xüsusiyyətləri əhəmiyyətli rol oynayır.

İnformasiya bazarında informasiya məhsullarının satışı adi qaydada təmin edilmir. Bu bazarda ticarətin baş verməsi üçün satış kanallarının olması vacibdir. Satış kanalları dedikdə adətən məhsulu istehlakçıya çatdıran bazar iştirakçılarının məcmusu başa düşülür. Qeyd edək ki, informasiya bazarında satış kanallarının əhəmiyyəti böyükdür. Məsələ burasındadır ki, informasiya bazarı ənənəvi formada yaranmır. Bu bazarın formalaşması üçün informasiya əlaqəsinin olması vacibdir. Satış kanallarının əhəmiyyəti də burada üzə çıxır.

İnformasiya bazarının özünəməxsusluğu həm də istehsalçının istehlakçı ilə bütün işi özü görməsidir. O, həm də məhsul satışından əldə olunan pulu yığır, yeni alıcılar cəlb edir.

İnformasiya bazarında kənar istehsalçılardan da istifadə edilir. İnformasiya bazarında tez-tez informasiya məhsulları kənar istehsalçının hər hansı məhsulu ilə birgə təqdim olunur. Kənar istehsalçıların məhsulları qurğular və ya digər informasiya məh-

sulları ola bilər. Məsələn, kompüterlə bərabər əməliyyatlar sisteminin istehlakçıya çatdırılması bu qəbildən olan satışdır. Lakin yadda saxlamaq lazımdır ki, informasiya bazarında hər hansı şirkətin məhsulları digər şirkətin ticarət markası ilə də satıla bilər. Məsələn, MacBook kompüterləri ASUS şirkəti tərəfindən istehsal edilir.

Müasir dövrdə bazarda satışın təşkili üçün effektiv françayzing (franchayzer - üstünlüyə, imtiyaza malik olan, ingilis dilində) modelindən də istifadə olunur. Bu modelin klassik sxemi belədir. Müəyyən bazarda artıq özünə möhkəm yer tutan, istehlakçılar arasında tanınan ticarət markasına malik iri müəssisə (françayzer) satış şəbəkəsini genişləndirmək məqsədilə, xırda şirkətlərlə ciddi qaydada razılaşdırılan, standartlara uyğun müəyyən məhsul və xidmətlərin istehsal və satışı üzrə müqavilə bağlayır. Adətən, müqaviləyə əsasən həmin iri müəssisə (françayzer) bu kiçik şirkətlərə özünün malik olduğu ticarət markasından, texnologiyalardan, texnoloji yeniliklərdən istifadə hüququ verir, habelə daimi olaraq peşəkar kömək göstərir, işçi heyətə təlimlər keçir, reklam işini təmin edir, onlarla əlaqədar marketinq tədqiqatları aparır. Beləliklə, aydın olur ki, əslində iri müəssisə xırda şirkətlərə onun yoxlanılmış və təcrübədən keçən işin təşkili modelindən istifadə etməyə imkan verir. Bununla da iri müəssisə əlavə investisiya qoyuluşları etmədən satış şəbəkələrini və satış bazasının miqyasını genişləndirir, öz növbəsində kiçik müəssisələr heç bir riskə getmədən sınaılmış biznes aparılmasını əldə edir, istehlakçı isə bazanın xüsusiyyətlərinin nəzərə alınması ilə vaxtlı-vaxtında tələbatlarını ödəyirlər.

Son məlumatlara görə dünyada informasiya texnologiyaları bazasının dəyəri artıq trilyon dolları ötüb və sürətlə genişlənir. Bazarın həcmində illik artım 3 faizdən az deyil. Bazarda müşahidə olunan artımda əsas amil proqram təminatı dəstəyinə olan tələbatın yüksəlməsi olub. Proqram təminatı segmentində artım daha böyükdür.

Azərbaycan da bu baxımdan istisna deyildir. Azərbaycanın informasiya texnologiyaları bazarı dünya informasiya texnologiyaları vendorlarında xüsusi maraq doğurur. Azərbaycanda DATA və informasiya mərkəzlərinin yaradılması məsələləri daha aktualdır. Ölkəmiz perspektivdə regionda informasiya mənbəyi və informasiya xidmətləri tədarükçüsü roluna iddia edir. Bu istiqamətdə dünya şirkətləri ilə əlaqələr yaranıb və mövcud məsələlər müzakirə edilir.

3. İNFORMASIYA BAZARININ KONSEPSİYASI VƏ STRUKTURU

İnformasiya bazarı informasiya xidmətlərinin istiqamətinə görə bölünür.

1. Əhaliyə - interaktiv televiziya, video, tələb üzrə musiqi, elektron satınalmalar, bank əməliyyatları, məişət texnikası idarə edilməsi, ev təhlükəsizliyi və s.

2. Biznes üçün elektron məlumat mübadiləsi, telekonfranslar, korporativ təlimlər, multimedia məlumat bazaları, təqdimatlar, masaüstü nəşriyyat sistemləri, teleqramlar və s.

3. Dövlət üçün - təhlükəsizlik və suverenlik, statistik və təhsil sahəsində məlumatlar, multimedia (media və İnternet texnologiyalarının birləşdirilməsi) proqramlarının hazırlanması.

İnformasiya sənayesinin filiallarından asılı olaraq informasiya xidməti: 1) kütləvi yayım; 2) kommunikasiya; 3) hesablama formasında olur.

Elektron ticarət prinsiplərinin əhatəsinə əsasən: 1) korporativ şəbəkələr; 2) maliyyə xidmətləri; 3) nəqliyyat agentlikləri; 4) musiqi, kitab, avtomobil, kiçik pərakəndə; 5) reklam, marketing informasiya xidmətləri mövcuddur.

İnformasiya bazarı elə bir bazardır ki, onun obyektini hər hansı bir formada informasiya məhsulu olan kitablar, qəzetlər, reklam, proqram təminatı və s. təşkil edir. İnformasiya məhsulunun hazırlanması ixtisaslaşmış informasiya şirkətləri tərəfin-

dən həyata keçirilir. Biznes təmin etmək üçün əvvəlcə marketing məlumatları lazımdır. Böyük firmalar adətən marketing şöbələrinə sahib olduqları halda, orta və kiçik müəssisələrdə marketoloqlar yoxdur, beləliklə də onlar xüsusi təşkilatların xidmətlərinə müraciət edirlər. Marketing mərkəzləri bazar şərtləri, ona təsir edən tələb və faktorlar, marketing məhsullarının effektiv kanalları barədə məlumat toplayır və işləyir. Bu firmalar müəyyən bir bazarın inkişafı üçün proqnoz yarada bilər, yeni məhsulların ortaya çıxması ilə əlaqədar tələbatın dəyişməsinə simulyasiya və qiymət siyasətində dəyişikliklər edə bilərlər.

Marketing şirkətlərindən əlavə olaraq informasiya bazarında məlumat və ticarət mərkəzləri fəaliyyət göstərir. Burada: məhsulun (resursların) istehsalçıları, onların istehsal potensialı, məhsulların qiymətləri, malların tədarükünün mümkün və ən təsirli üsulları və s. kimi ticarət məlumatları tapmaq olur. İnformasiya və ticarət mərkəzlərində istehsal müəssisələri potensial alıcılar tərəfindən tanışlıq və əldə etmək üçün məhsul nümunələrini yerləşdirə biləcək topdan anbarlar, dükanlar ola bilər. Bu mərkəzlər yalnız müştərilərin ehtiyaclarını öyrənməklə deyil, məmnuniyyətinin dərəcəsini, tələbatın dəyişməsində mövcud tendensiyaaların öyrənilməsini deyil, həm də bazarlarda yeni məhsullar və köhnə mallar üzrə məlumatların toplanması və yerləşdirilməsinin funksiyalarını yerinə yetirir. Birlikdə toplanan bu məlumat potensial alıcılara daha əlçatandır. Ona görə də istehsalçıya müstəqil olaraq müştəriləri axtarmaq və məlumatlandırmaq işini görməyə ehtiyac qalmır.

İnformasiya bazarında bazar münasibətlərini (əlaqələrini) təhlil etsək, onda belə nəticə çıxartmaq olar, bazarın 2 növü mövcuddur:

1. Şəxsi informasiya resursları bazarı. Bu segmentdə bazar münasibətlərinin nizama salınması iqtisadi prinsiplər vasitəsi ilə həyata keçirilir.

2. İctimai informasiya resursları bazarı. Bazar münasibət-

lərinin (əlaqələrinin) nizama salınması üçün bazar, həm də qeyri-bazar mexanizmləri kimi istifadə olunurlar.

İnformasiya texnologiyaları bazarının komponentləri informasiyanın emalını həyata keçirməyə icazə verən proqram-texniki vasitələr və texnologiyalardan ibarətdir:

- Normativ-hüquqi aktlar, məsələn, müəllif hüququnu və ya informasiyanın qorunmasını nizama salan qanunlar;

- Saticılar və informasiya xidmətlərinin və məhsulların alıcıları haqqında məlumatları tez təsnif etməyə icazə verən məlumat kitabçaları və lüğətlər.

İnformasiya məhsulları və xidmətlər bazarına yalnız ümumdünya miqyasında, həm də bir dövlətin daxilində baxmaq olar. Bu bazarda xidmətlərin və məhsulların müəyyən nomenklaturası olur; qiymət qurulur (müəyyən edilir), hansı ki, tələbatın və təklifin nisbətindən (münasibətindən) asılıdır.

İnformasiya məhsulları və xidmətlər bazarının əsas qüvvədə olan şəxsləri (üzvləri) - satıcılar və alıcılardır.

İnformasiya bazarının infrastrukturunu termini altında müəyyən sektorların məcmusu nəzərdə tutulur. Hər bir sektor eyni mənşəli məhsullar və ya xidmətlər təklif edən təşkilat və ya vətəndaşların konkret qrupunu özündə birləşdirir:

- birjalar;
- sığorta şirkətləri;
- biznes kommunikasiya vasitələri və texnologiyaları.

Bazar münasibətlərinin maksimum dərəcədə effektiv fəaliyyət göstərməsini yalnız yüksək səviyyədə inkişaf etmiş infrastruktur təmin edə bilər.

Bu gün informasiya sistemləri bazarına müxtəlif növ şəbəkə xidmətləri göstərən çoxsaylı şirkətlər daxil olur. İnformasiya texnologiyaları sayəsində bazar münasibətlərinin mahiyyətini başa düşmək istəyərkən başlıca olaraq bu faktı bilmək lazımdır ki, iqtisadiyyatın bu segmenti bütün digər segmentlər kimi eyni qaydalar əsasında fəaliyyət göstərir. Onun xüsusiyyəti daimi və

fasiləsiz təkmilləşməsindədir. Bu barədə belə bir zarafat da mövcuddur: “Yeni proqram təminatını yazıb qurtarana qədər o artıq köhnədir”.

4. İNFORMASIYA BAZARININ İNFRASTRUKTURU

İnformasiya bazarının infrastrukturunu sektorlar məcmusudur və bunların hər biri eyni informasiya məhsulları və xidmətləri təklif edən şəxslərin və ya təşkilatların qruplarını özündə birləşdirir.

İnformasiya bazarının infrastrukturunu aşağıdakılardır:

- elmi-texniki sahə - müxtəlif sahələrdə inkişaf layihələri, texnologiyaları, metodologiyaları şəklində məhsullar təqdim edir;

- bədii mədəniyyət obyektləri - mətnlər və audio şəklində məhsullar ilə təmsil olunur;

- təhsil sektoru- təlimlə təmsil olunur;

- idarəetmə fəaliyyəti üçün məlumatlar və mesajlar - siyasi və iqtisadi məlumatlar, statistik məlumatlar, bazar vəziyyətinə dair məlumatlar, mövcud reklam mesajları, qiymətləndirmə və qərar qəbul etmək üçün tövsiyələrdir;

- məişət xarakterli məlumatlar - ümumi məlumatlar, istehlak bazarı və əmək bazarı haqqında məlumatlar ilə təqdim olunur.

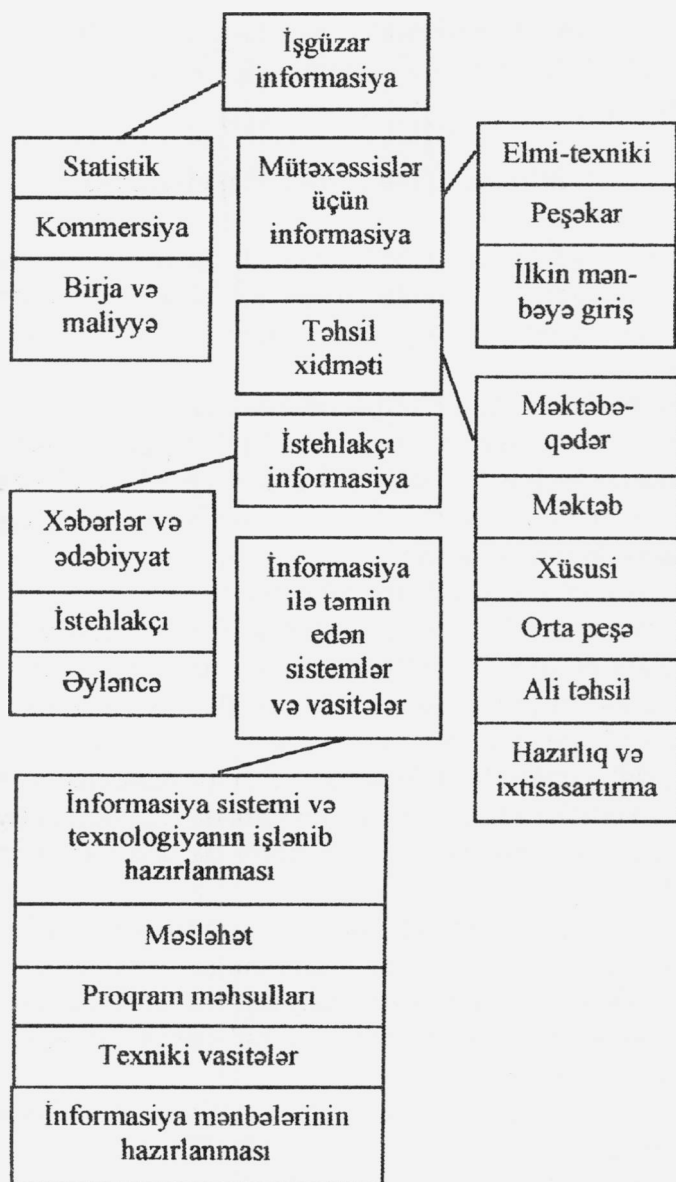
Uzaqdan informasiya xidmətlərinin bazarları belə sahələrə malikdir:

- istifadəçiləri fəaliyyət sahəsinə uyğun olaraq informasiya təmin edən yüksək səviyyədə inhisarçılığa malik peşəkar bazar;

- şirkətin xarici sistemlərin vəziyyəti haqqında məlumatı istifadə etməyə imkan verən idarəetmə həllərini təmin etmək üçün göstərilən xidmətlər;

- evdə xidmət göstərən ev bazarı (elektron əməliyyatlar və satılmalılar).

İnformasiya bazarının infrastrukturunu aşağıdakı şəkil 28-də verilmişdir.



Şəkil 28. İnformasiya bazarının infrastrukturu.

İnformasiya bazarının infrastrukturunu elə sektorlar məcmusudur ki, bunların hər biri eyni informasiya məhsulları və xidmətləri təklif edən şəxslərin və ya təşkilatların qruplarını özündə birləşdirir. Bu anlayışdan çıxış edərək, informasiya bazarının infrastrukturunu 5 sektordan ibarətdir:

- ayrı - ayrı sahələr üzrə layihələndirmə, texnoloji və metodiki araşdırmalar şəklində elmi-texniki məhsullar;

- mətn məhsulu, vizual və audio-məhsullar şəklində bədii sənət obyektləri;

- təhsil xidmətləri - tədrisin bütün növləri;

- idarəetmə məlumatları və xəbərləri, siyasi və təsərrüfat məlumatları, statistik məlumatlar, bazarın vəziyyəti haqqında məlumatlar, reklam xəbərləri, qərarların qəbul edilməsi üzrə qiymətləndirilmə və tövsiyələr;

- məişət informasiyası: ümumi xarakterli məlumatlar, istehlak bazarı barədə məlumatlar, əmək bazarı barədə məlumatlar.

Bu infrastrukturda informasiya cəmiyyəti üçün xarakterik olan üç əsas aspekt çatışmır:

- 1) texniki aspekt - informatikanın bütün texniki təchizat bazarı;

- 2) proqram aspekti - informatikanın bütün proqram məhsulları;

- 3) kommunikasiya aspekti - kompüter şəbəkələrinin bütün növləri və onların informasiya ötürmə qabiliyyəti, telefon və faksimil rabitəsinin bütün növləri.

Bundan əlavə, distansion məlumat xidmətləri bazarının aşağıdakı sektorlara bölünməsinə dair rəylər mövcuddur:

- istifadəçiyə onun fəaliyyət dairəsi üzrə informasiya təqdim edən yüksək səviyyəli inhisarlaşmış peşəkar bazar;

- xarici sistemlərin vəziyyəti barədə informasiyanın istifadəsinə imkan verən idarəetmə qərarlarının təmin edilməsi xidmətləri;

- məişət xidmətləri təqdim edən ev bazarı, məsələn: elektron

ödənişli əməliyyatlar və satınalmalar bazarı.

İnformasiya məhsulları və xidmətləri bazarının 5 sektorunu aşağıdakı kimi təsvir etmək olar.

1. İnformasiyanın sektoru. Birja informasiyası və maliyyə, qiymətli kağızların qiymət təyin etmələrindən ibarətdir. Valyuta kursları, hesabaalma payları, mallar və kapital, investisiyalar və qiymətlər bazarı. Xüsusi subyektlər, birja və maliyyə informasiyasını verənlər belə informasiyanın təchizatçısı hesab edirlər, həmçinin broker şirkətləri və kommertiya bankları. Statistika orqanlarının informasiyası bir sıra dinamikalar, proqnozların modellərini və iqtisadi, sosial və demografik sahələrin (ərazilərin) qiymətini (qiymətləndirilməsini) göstərir. Belə informasiyanın təchizatçıları dövlət xidmətləri tərəfindən təqdim edilmişdir.

2. İxtisaslaşdırılmış informasiyanın sektoru. İlk mənbələrə girişin verilməsi, informasiya mənbələrinə girişin təşkilidir, xidmətlər ixtisaslaşdırılmış kitabxanaların köməyi ilə ilk mənbələrin əldə edilməsinin imkanı, həmçinin kitabxanalarda abunələr üzrə (görə) onların alınmasından ibarətdir.

3. İstehlak informasiyasının sektoru. Xəbərlər və ədəbiyyat informasiya xidmətlərindən alınan informasiyadır: mətbuat, elektron jurnallar, məlumat kitabçaları və ya ensiklopediyalar agentlikləri. İstehlak informasiyası nəqliyyatın hərəkətinin cədvəliylə təqdim edilmişdir (təsəvvür edilmişdir), biletlərin ehtiyatda saxlanması, mehmanxanalarda yerlər, malların və xidmətlərin sifarişlərinin verilməsi, bank əməliyyatlarının keçirilməsi və s. oyunlar, teletext və videotext sferasından əyləncə informasiyası.

4. Təhsil xidmətlərinin sektoru. Bütün formaların və pillələrin təhsili (yaradılması) daxildir: məktəbəqədər; məktəb; xüsusi; peşə, orta; ən yüksək; ixtisasın artırılması; kadrların yenidən ixtisaslaşması. Bu sektorun informasiyası kompüter və maarifləndirici növün (tədris materialları, metodik hazırlamalar, prak-

tikumlar, kompüter sistemləri, inkişaf üçün kompüter oyunları) məhsulu şəklində təqdim edilmişdir (təsəvvür edilmişdir).

5. İnformasiya sistemlərinin və vasitələrinin təminatı sektoru. Proqram məhsulları müxtəlif oriyentasiyanın (peşəkardan təcrübəsiz kompüter istifadəçisinə qədər başlayaraq) proqram komplekslərindən ibarətdir.

- proqram təminatı;
- ictimai istifadə üçün proqramlardır;
- müəyyən sahənin (ərazinin) konkret funksiyalarının icra edilməsi üçün proqram təminatıdır.

İnformasiya bazarının infrastrukturuna dair müxtəlif konsepsiya və rəylərin olmasına baxmayaraq bu bazar mövcud olur və inkişaf edir, deməli, təkcə informasiya məhsullarının ticarəti və vasitəçiliyi deyil, həm də onun istehsalını da əhatə edən informasiya məhsulları və xidmətlərinin biznesindən bəhs etmək olar.

MÖVZU 14

REKLAM BAZARININ İNFRASUKTURU

1. Reklam bazarının iqtisadi əsasları
2. Reklam bazarı subyektləri
3. Reklam bazarının təsnifatı və funksiyaları
4. Reklam bazarının infrastrukturunu və ümumi xarakteristikası
5. Azərbaycanda reklam bazarının vəziyyəti

1. REKLAM BAZARININ İQTİSADI ƏSASLARI

Reklam malların bazara səmərəli yeridilməsi vasitələrindən biri olub, istehsalçı ilə istehlakçı arasında kommunikasiya əlaqələrini özündə əks etdirir. Reklam latın sözü olub **“reklamə”**- **“qışqırmaq”**, **“çağırmaq”** mənalarını bildirir. O, insanı əvvəllər eşitmədiyi, görmədiyi və bilmədiyi predmet və hadisələrə ehtiyac duymağa vadar edir. Reklam özündə maliyyələşdirmə mənbəyi dəqiq göstərilməklə, ödənişli informasiya yayımı vasitələrinin yardımı ilə qeyri-fərdi əlaqə formalarını təcəssüm etdirir.

Qeyd etmək lazımdır ki, məlumatların verilmə və ya yayılma vasitələrinə görə reklam qəzet, jurnal, televiziya, poçt, küçə və s. növlərə bölünür. Əgər reklam müəyyən malın satışından əldə edilən mənfəətin artımına yönəlmişsə, onda bu kommersiya reklamı, hər hansı ictimai və dövlətin məqsədinə nail olmaq üçün nəzərdə tutulubsa, onda qeyri - kommersiya reklamı adlanır.

Reklam bazarı - bazar iqtisadiyyatı şəraitində mühüm rol oynayır. Reklam əmtəə və xidmətlərini reallaşdırmaq və onlara tələb yaratmaq məqsədilə istehlak xassələri haqqında informasiyadır.

Dar iqtisadi mənada reklam bazarı-reklam xidmətinə tələb və təklifin görüşdüyü və dəyərinin yarandığı məkandır. Reklam

bazarı iqtisadiyyatın müstəqil bölməsidir. Burada, bu bazarın subyektləri reklam verənlər, reklam istehsal edənlər, reklam payanlar və reklam istehlakçıları qarşılıqlı əlaqədə olurlar.

Geniş mənada reklam bazarı reklam xidmətlərinə olan ictimai tələbatın təmin edilməsini təşkil edən sosial institutlardır. O ictimai sistemin bir hissəsi kimi iqtisadi, sosial və mədəni proseslərin inkişafı ilə bərabər təkmilləşir və inkişaf edir. Buna görə də “reklam bazarı” anlayışı bu bazarın subyektləri arasında yaranan və inkişaf edən iqtisadi, hüquqi, sosial-mədəni münasibətlərin geniş sistemini əks etdirən kateqoriyadır.

Müasir həyatın tələblərinə uyğun olaraq “marketing” və “reklam” anlayışları insanların həyatına çox geniş sirayət etmişdir. İnsan psixologiyasına təsir etmək, onlarda motivasiya yaratmaq, stimullaşdırmaq, düzgün prioritetlər qurmaq imkanı baxımından reklamların zəruriliyi danılmazdır. Statistik göstəricilərə əsasən hər gün istehlakçılar təqribən 300-ə yaxın reklam məhsulu ilə rastlaşır, 100-ə yaxın reklam çarxını seyr edirlər.

Reklam fəaliyyəti əsasən iqtisadi hadisə olub, bazar iqtisadiyyatının ümumi qaydaları çərçivəsində yaranmış və inkişaf etmişdir.

Reklam bazarının fəaliyyət göstərməsi üçün sosial-iqtisadi şərait olmalıdır:

- reklam bazarının subyektlərinin iqtisadi azadlığı, yaratdığı məhsulu yayımlaması sərbəstliyi, qiyməti müəyyən gəlir əldə edərək mənimsəmək və s.hüquqlara malik olması;

- reklam təklifi yaradan reklam xidməti istehsalçıları arasında rəqabətin olması;

- reklam bazarının inkişaf etmiş infrastrukturunun olması;

- bazar subyektlərinin münasibətlərini tənzimləyən qanun və hüquqi aktların mövcudluğu;

- reklam fəaliyyəti və bazar subyektlərinin fəaliyyətinə dövlət inzibati nəzarətinin olmaması.

2. REKLAM BAZARI SUBYEKTLƏRİ

Reklam bazarı bir-biri ilə daimi qarşılıqlı əlaqədə olan dörd əsas subyektdən ibarətdir:

- reklamverənlər - bütün istehsal prosesinin təşəbbüskarı və bazarda reklamı paylayanlar;
- reklam məhsullarının istehsalçıları;
- reklam məhsullarını yayanlar-daşıyıcılar ;
- reklam xidmətlərinin istehlakçıları - paylanmış məlumatların alıcıları.

İlk iki subyekt bazarı formalaşdırır, onlar bazarın tələbatını və tədarükünü təşkil edir və inkişafını rəqabətli əsaslarla inkişaf etdirir.

Reklam bazarı iqtisadi əsasda bazar subyektlərinin qarşılıqlı münasibətlərini yaradır və tənzimləyir. Bazar subyektlərinin iqtisadi münasibətləri qiymətməmələgəlmə mexanizmləri vasitəsilə uyğunlaşdırılır və tənzimlənir. Bununla yanaşı reklam bazarının subyektləri bazarın ayrı - ayrı seqmentləri, bütövlükdə bazarın özünün inkişafı üçün informasiyanın yayılmasına kömək edir. Həmçinin reklam kompaniyalarının strategiyalarının müəyyən edilməsinə kömək edir.

Reklam bazarı reklam istehsal edən, reklam verən və reklam yayanların müxtəlif məsələlərə görə görüşdükləri bir yerdir. Bu reklam bazarı subyektlərinin reklam xidmətinə olan tələbatın ödənilməsi və onun təmin edilməsini təşkil edən ayrı iqtisadi bir sahədir. Digər bazarlar kimi reklam bazarının da seqmentləri mövcuddur. Reklam bazarının seqmentlərinə aşağıdakılar aiddir:

- televiziya reklam bazarı;
- radio reklam bazarı;
- çap məhsulları reklam bazarı;
- xarici reklamlar;
- nəqliyyatda reklam, qapalı reklam və kino-teatr reklamları;
- internet reklam bazarı.

Reklam xidmətləri bazarının strukturu aşağıdakı kimidir:

- bir strategiyayı inkişaf edən yaradıcı qurumlar (ideoloji səviyyəsində reklam yaratmaq, birbaşa istehsal etmək - bir film çəkmək və ya bir planın əvvəlcədən poliqrafiya hazırlanması);

- media qurumları - media reklam materialı yerləşdirməyi planlaşdırır və müştərinin adından reklam alanları satın alır;

- marketing kommunikasiyalarının (birbaşa və interaktiv marketing, PR, təşviqat) növləri üzrə ixtisaslaşmış təşkilatlar - öz ixtisasları sahəsində fəaliyyət göstərir və həyata keçirirlər. Onların fəaliyyəti çox vaxt yaradıcı reklam agentlikləri tərəfindən əlaqələndirilir;

- media satıcıları - media adına reklam sahəsi satır.

Bunlarla yanaşı bazarda reklam məhsulları istehsalı ilə məşğul olan təşkilatlar: reklam və çap şirkətləri, istehsal müəssisələri, kinostudiyalar, video studiyalar, dizayn və yaradıcılıq studiyaları fəaliyyət göstərilir.

3. REKLAM BAZARININ TƏSNİFATI VƏ FUNKSIYALARI

Reklam bazarı - müxtəlif növ bazarları özündə birləşdirən ümumi anlayışdır. Müasir reklam bazarı çoxsəviyyəli iqtisadi sistemdir. Reklam bazarının təsnifləşdirilməsinin əsasında müxtəlif ölçülər mövcuddur.

Reklam bazarı aşağıdakı əlamətlərə görə təsnifləşdirilir:

- ərazi əlamətinə görə - qlobal, milli, regional, lokal;

- sahə əlamətinə görə - televiziya reklam bazarı, radio reklam bazarı, mətbuat reklamı bazarı, xarici reklam bazarı, internet-reklam bazarı;

- funksiya və məqsədinə görə - kommersiya reklam bazarı, siyasi reklam bazarı, sosial reklam bazarı;

- inkişaf dinamikasına görə - yüksək dinamikli, aşağı dinamikli və ixtisar edilmiş tələbli reklam bazarı;

- inkişaf perspektivinə görə - yüksək perspektivli və perspek-

tivli, az perspektivli və qeyri - perspektivli;

- rəqabət səviyyəsinə görə - rəqabətli bazar, təmiz inhisarlı bazar, monopolist rəqabətli bazar, oliqarx bazar;

- inhisarlaşma dərəcəsinə görə - tam inhisarlaşdırılmış bazar, inhisarlaşdırılmış bazar, qeyri - inhisarlaşdırılmış bazar.

Ərazi və sahə əlamətinə görə təsnifləşdirilmiş reklam bazarı geniş və müxtəlif miqyaslı ərazi çərçivəsində fəaliyyət göstərir. Reklam xidmətlərinin tələb və təklifinin səviyyəsi, çatdırılma formaları, reklam agentliklərinin fəaliyyət şəraiti reklam fəaliyyətinin miqyası, ərazi xüsusiyyətindən asılıdır. Ərazi əlaməti reklam bazarının sosial-iqtisadi xüsusiyyətinin formalaşmasına böyük təsir edir.

Ərazinin əhatəsinə və fəaliyyətinin miqyasına görə reklam bazarı aşağıdakı kimi təsnifləşir:

Qlobal reklam bazarı - beynəlxalq səviyyədə, dünyanın müxtəlif ölkələri və regionlarında reklam fəaliyyətini əhatə edir.

Milli reklam bazarı - bir ölkə daxilində reklam fəaliyyətini əhatə edir.

Regional reklam bazarı - konkret regionda reklam fəaliyyətini əhatə edir.

Lokal reklam bazarı - konkret rayon, şəhər və ya əhali məntəqəsini əhatə edən məkanda reklam fəaliyyətini tənzimləyir.

Ekspertlərin fikrincə, respublikada reklam bazarı iki yerə bölünməlidir:

1) ümummilli reklam bazarı;

2) regional reklam bazarı.

Öz növbəsində regional reklam bazarı mərkəz, yəni Bakı və digər regional bazarlara bölünməlidir.

Ümummilli reklam bazarı dedikdə coğrafi, iqtisadi və inzibati ərazilər üzrə fəaliyyət göstərən bazarlar nəzərdə tutulur.

Reklam verən - reklam bazarının bazar təşkil edən subyektidir, reklam prosesinin təşəbbüskarıdır. O, reklam xidmətinə tələb yaradır və reklam xidməti göstərən sifarişçinin funksiyasını yerinə yetirir.

Reklam istehsalçısı - reklam bazarının təşkilatçı subyekti olub, reklam xidməti təklifini yaradır və bunu reklam verənin sifarişi ilə edir.

Reklam yayan - reklam bazarının subyektidir, reklam verənin və ya reklam istehsalçısının sifarişi ilə reklam daşıyıcıların vasitəsilə ödənilmiş reklam informasiyasını yayır.

İqtisadi tənzimləyici kimi çıxış edən reklam bazarı aşağıdakı funksiyaları yerinə yetirir:

1) Reklam xidməti göstərən, elan verənlər və reklam istehsalçılarının marağını birləşdirir.

2) Reklam xidmətinə tələb və təklif arasında nisbətəzizlikləri aradan qaldırmağa, bazar tələblərinə uyğunlaşdırmağa kömək edir.

3) Bazarda baş verən iqtisadi proseslər haqda bazar subyektlərini məlumatlandırır.

4) Reklam biznesinin inkişafı üçün şərait yaradır, onun səmərəliliyini stimullaşdırır, bazarın konyunkturasını yaxşı bilən liderləri aşkara çıxarır.

5) Reklam xidməti defisitini aradan qaldırır və sahibkarlıq fəaliyyəti subyektlərinin imkanlarını artırır.

İnkişaf prosesi nəticəsində reklam bazarı subyektlərinin fəaliyyəti, onların tənzimlənməsi daim çətinləşir.

İqtisadi sistemdə reklam bazarı digər bazarların vahid bir sistemində fəaliyyət göstərir. Digər bazarlarda olduğu kimi reklam bazarında da tələb və reklam xidmətlərinə təklif, xərclər və gəlirlər, bazarın konyunkturası, qiymət və qiymətməmələgəlmə, rəqəbat və s.mövcuddur.

Müasir reklam bazarı özünüidarəetmə prinsipləri əsasında fəaliyyət göstərir. Özünüidarəetmə funksiyası reklam xidməti-

nin tələb və təklifinin nisbətini müəyyən edir. Tələblə təklifin nisbətini bazarın konyunkturası müəyyən edir, o bir çox amillərin, o cümlədən reklam bazarının həcmi və strukturunun təsirindən dəyişir. Reklam bazarının təbii inkişafı üçün təklifin tələbi üstələməsi xarakterikdir ki, bu da reklam xidmətinin qiymətinin aşağı düşməsinə səbəb olacaqdır.

Tələb və təklif- bazar iqtisadiyyatının əsas anlayışlarıdır, onlar bazar sistemində satıcı və alıcının davranışını əks etdirir.

Tələb-reklam xidmətinə olan tələbi əks etdirən formadır, o, reklam verənin müəyyən yerdə, müəyyən vaxtda və müəyyən həcmdə reklam xidmətini əldə etməsi niyyətidir. Bu niyyət reklam verənin imkanları ilə birləşərək reklam xidmətinin ödənilməsinə təmin edir.

Təklif-reklam bazarında reklam xidmətlərinin məcmusudur. Reklam bazarının əsas göstəricilərinin, o cümlədən reklam xidmətinə tələb və təklifin nisbəti, qiymət dərəcəsi, satış həcminin dəyişməsi dərəcəsi və istiqaməti, reklam xidməti satıcı və alıcıların bazar fəallığı "reklam bazarı konyunkturu" anlayışını təşkil edir.

4. REKLAM BAZARININ İNFRASTRUKTURU VƏ ÜMUMİ XARAKTERİSTİKASI

Digər bazarlar kimi reklam bazarı da öz infrastrukturuna malikdir. Bazarın infrastrukturunu kimi müxtəlif təşkilatlar çıxış edirlər. Bu təşkilatlar reklam bazarının bütünlüklə fəaliyyətini təşkil edir.

Reklam bazarının infrastrukturlarının tərkibinə istehlakçı davranışını öyrənən tədqiqat, marketinq və konsaltinq təşkilatları, nəticəsi reklam məhsulu olan yaradıcı və istehsal təşkilatları, reklam yayın media, rabitə şəbəkələri, digər informasiya yayım vasitələri, istehlakçıya təsir edən əmtəə və xidmət bazarları daxildir. Onların əsas vəzifələri - əsas subyektlərin təmin edilməsindən ibarətdir.

Reklam bazarının infrastrukturuna aşağıdakılar aiddir:

- reklamverən reklam agentliyi-reklam sahəsində tədqiqat işi;
- ixtisaslaşmış agentliklər, tam dövryyə agentlikləri;
- reklamda media işi: media, xarici reklam, internet;
- reklam fəaliyyəti;
- reklam prodakşn: video, audio, veb;
- reklam dizaynı: ixtisaslaşdırılmış dizayn studiyaları, tam xidmət agentliyində bölmə.

Reklam vasitəçiliyinin rolu öz müştərilərinin məhsullarına dəyər verməkdir. Bu, agentliyin işinin əsas məqamlarıdır. Bu zaman agentliyin gördüyü iş müştərinin arzularını dəqiq müəyyənləşdirmək və istehlakçıya diqqət yetirmək, üstünlük təşkil edən məhsul və ya xidmətin reklamını verməkdən ibarətdir .

Reklam vasitəçiliyinin digər rolu yaradılmış reklam kampaniyası planı əsasında səmərəli reklam vasitələri yaratmaqdır. Lakin reklamın təsirli olması üçün ilk növbədə satış və reklam bazarlarını öyrənmək lazımdır, buna görə də reklam vasitəçisi bazar problemlərini, müasir ticarət üsullarını, malların təşviqi və informasiya əldə edilməsi üsullarını öyrənməli, uyğun reklam vasitələri və metodları barədə ətraflı məlumat əldə etməlidir.

Reklamverənlər kütləvi informasiya vasitələrindən istifadə edərək reklam verən təşkilatlardır (şirkət, xüsusi birliklər, hüquqi şəxslər). Bunun həyata keçirilməsi üçün reklamveren təşkilatlar vasitəçilərin xidmətindən istifadə edə bilirlər. Onlara-dialoq qrupları, reklam agentlikləri, media reklam şöbələri aiddir. Reklamverən yuxarıda göstərilən təşkilatların xidmətlərinə müraciət etmədən, müstəqil olaraq reklam kampaniyası yaradaraq reklam istehsal edə bilirlər.

Reklam veren reklam bazarının əsas elementidir. Reklam büdcəsinin ölçüsü, reklamın kampaniyasının coğrafiyası, nəhayət, geniş mənada reklamın inkişaf istiqaməti ondan asılıdır.

Reklam vasitəçiləri iki yerə bölünürlər: birincisi-reklamı ya-

radanlar və reklam məlumatlarını reklam vasitəsilə yayanlar (kollektiv halda); ikincisi - şəxsi fərdlər, hansılar ki, bütün işləri özləri yerinə yetirir.

Reklam bazarının əksər hissəsinə nəzarət edən təşkilatlar daha çox əhəmiyyət kəsb edir. Onlar, reklam agentlikləri, agent-bayerlərdən (alıcılar) ibarətdir.

Hal-hazırda reklam məhsullarının əsas istehsalçıları reklam agentlikləridir. Bunun səbəbləri aşağıdakılardır :

- agentliklər reklam yerləşdirilə biləcək media ilə sabit əlaqələrə malikdirlər, nəticədə yerləşdirmə daha tez, sistemli və sabit şəkildə aparılır; agentlikləri yüksək ixtisaslı işçilərə malikdirlər;

- agentliklər fərdi reklamverənlərin maraqlarından asılı olmayaraq, hesabat məlumatlarını ən effektiv formalar ilə idarə edirlər;

- reklam agentlikləri vasitəsilə reklam məhsullarının yaradılması və yerləşdirilməsi adətən daha az xərc tələb edir və bu səbəbdən daha effektivdir;

- agentliklər bu məhsulu tanıtmək üçün ən uyğun yollardan istifadə edirlər.

Reklam agentlikləri reklam kompaniyasının strategiya və taktikasını işləyib hazırlayır, reklam məhsulu hazırlayır, hazır reklamı reklam vasitələrinin köməyi ilə telekanallar, radiostan-siyalar, qəzet və jurnallarda və s. yerlərdə paylayırlar.

Agent-bayerlər-reklam paylanan vasitələrdən reklam məlumatlarının alınması ilə məşğul olur. Topdan reklam agentliyi reklam alanlara güzəştlər edirlər.

Agent salerlər - sahib olduqları kütləvi informasiya vasitələrinin reklam sahəsini satırlar.

Reklamların paylanması üsulları aşağıdakılardır: qəzetlərdə, jurnallarda, informasiya nəşrlərində, radio və radio sahələrində elanlar, filmlər və videolar - televiziya göstərilən videolar, filmlər, kliplər, posterlər, yollar boyunca yerləşdirilən plakatlar,

nəqliyyat vasitələrində, potensial istehlakçıların poçt qutularına yerləşdirilən küçələrdə paylanmış poçt mağazalarında, bukletlərdə, kataloqlarda, ictimai işə müəssisələrində, şirkətin loqosu və ya istehsal etdiyi mallar ilə xatirə məhsulları, məhsulların reklam satışları (pəncərə sarğı, qablaşdırma haqqında məhsul məlumatları, stendlərdə), poçt vasitəsilə göndərilən reklam (broşuralar, kataloqlar, müntəzəm müştərilərə və ya maraqlanan şəxslərə). Bir reklam üsulu seçimi əsasən bazarda malların uğurlu təşviqi ilə bağlıdır.

Reklam bazarının inkişafı mövcud reklam növləri və onların yayılması vasitələrinin təkmilləşdirilməsindən çox asılıdır.

Məhz reklam bazarının infrastrukturunu təşkil edən yuxarıda adları çəkilən təşkilatlar bazarın formalaşması, inkişafı və fasiləsiz fəaliyyətini təmin etmək üçün daim inkişaf etməli, genişlənməli, ixtisaslı kadrlarla təmin olunmalı, həmçinin yeni hüquqi-qanuni baza ilə tənzimlənmiş olmalıdırlar.

Azərbaycan iqtisadiyyatının reklam sahəsinin infrastruktur elementləri arasında ən mühümləri: reklamın dövlət və ictimai tənzimlənməsi sistemi; reklam biznesinin sosial infrastruktur; reklama ictimai və reklamverənlərin ictimai təşkilatları tərəfindən nəzarət sisteminin yaradılması; reklam biznesinin informasiya ilə təmin edilməsi; reklam biznesi üçün kadrların hazırlanması sistemindən ibarətdir.

Reklam bazar fəaliyyəti iştirakçılarının mütləq əksəriyyəti tərəfindən həyata keçirilən mühüm marketinq funksiyasını təşkil edir. Müasir şəraitdə reklam milyonlarla əməkdaşın işlədiyi yüz minlərlə reklam agentliklərini və bürolarını özündə birləşdirən ən iri iqtisadiyyat sahələrindən biridir. Bu sistemin nə dərəcədə effektiv işləməsindən bütövlükdə ölkə iqtisadiyyatının effektiv fəaliyyət göstərməsi asılıdır. Reklam biznesini reklam verən reklam agentliyi, reklam xidmətlərinin sifarişçiləri və istifadəçilərinin qarşılıqlı fəaliyyət sistemi kimi təsəvvür etmək olar. Reklam bazarı iştirakçılarına bazarda bu və ya digər funk-

siyaları yerinə yetirən fiziki və hüquqi şəxslər aiddir. Lakin ilk növbədə bunlar reklam verənlər, reklam istehsal edənlər, reklamı yayanlar və reklam alanlardır. Reklam biznesinin başlıca funksiyası reklam məhsulunun yaradılması, irəli vermək konsepsiyasıdır. Reklam biznesi infrastrukturunun başlıca funksiyası isə ideyanın həyata keçirilməsi xidmətinin göstərilməsidir.

Reklam biznesi infraqururqla birlikdə reklam bazarını təşkil edir. Reklam verən reklam fəaliyyətinin mühüm iştirakçısıdır. Reklamın mağazada topdansatış ticarət müəssisələrində təşkil edilməsi sənaye müəssisələrindəki reklam fəaliyyətindən əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir. Lakin bu reklam verənlər arasında reklam fəaliyyətindəki əməkdaşlıq mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Məişət, tibbi, bank, sığorta, rielter və s. xidmət sahəsi müəssisələrindəki reklam fəaliyyətinin öz xüsusiyyətləri vardır. Reklam verənin fəaliyyət xüsusiyyətləri onun reklam fəaliyyətinin spesifikasiyini şərtləndirir. Reklam biznesinin digər mühüm iştirakçısı reklam agentliyidir. Bu, sifarişlə spesifikasi reklam funksiyaları: reklam tədqiqatları, reklam kampaniyalarının hazırlanması və keçirilməsi, reklam materiallarının hazırlanması və yerləşdirilməsi və s. kimi funksiyaları yerinə yetirən müstəqil firmalardır. Dövlət və ictimaiyyət reklam bazarının tənzimlənməsini həyata keçirir. Mediya biznesi əsasən reklam müraciətlərinin aidiyyəti auditoriyaya çatdırılması məqsədilə onların yerləşdirilməsinə vaxt və yer verən kütləvi informasiya vasitələrindən ibarətdir. Reklam prodakşın müxtəlif cür reklam məhsulları: xarici reklam, televiziya və audio çarxları və s. istehsalını təmin edən peşəkar sahədir. Sərgi-yarmarka kompleksi - məhsul və xidmətləri aktiv şəkildə bazara ötürən kanal və cəmi zamanında yeni texnologiya və nailiyyətləri irəli çəkməyin əsas növlərindən biridir. Reklam sığortası, məsələn, reklam avadanlığının istismarı zamanı insanların həyatına, sağlamlığına və ya mülkiyyətinə vurula bilən ziyanla əlaqədar gözlənilməyən xərclər riskini ləğv etməyə və ya minimallaşdırmağa imkan verir. Reklam

prosesinin kifayət qədər effektiv olması üçün ilk növbədə müvafiq marketing tədqiqatları aparılmalıdır. Reklam bazarı konkret təhlillərin həyata keçirilməsi, tələb xarakteristikalarının qiymətləndirilməsi, istehlakçıların davranışının analizi, reklamın effektivliyinin qiymətləndirilməsi, media üstünlüklərinin müəyyən edilməsi, məhsulun test edilməsi və s. kimi xidmətlər göstərən peşəkar tədqiqat təşkilatlarından istifadə edir. Təhsil sistemi reklam biznesini ixtisaslaşmış mütəxəssislərlə təmin edir.

Reklam fəaliyyətinin köməkçi iştirakçıları - reklam agentlərinə reklam materiallarının hazırlanmasında kömək göstərən foto və kino-studiyalar, rəssamlar, model agentlikləri və başqaları ayrıca olaraq qeyd olunmalıdır.

Reklam verənlər, onu istehsal edənlər, yayanlar və istehlak edənlər reklam bazarının tamhüquqlu tərəfdaşlarıdır. Reklam bazarını bir tərəfdən reklam verənlər, yəni pul verərək reklam sifariş edənlər, digər tərəfdən isə reklam agentlikləri, informasiya və kommunikasiya vasitələri, yəni sifariş olunmuş reklamın istehlakçıları və icraçıları təşkil edirlər. Onlar reklam verənlər tərəfindən müəyyən edilmiş məqsədli istehlakçı qruplarına təsir göstərilir. Effektiv reklam nəticəsində cəmiyyətin alıcılardan ibarət olan hissəsi reklam edilən məhsulların alınmasında və ya reklam olunan xidmətlərdən istifadə edilməsində getdikcə daha çox maraqlı olur. Reklam istehlakçıları nə qədər çox cəlb edirsə, bir o qədər çox effektiv olur. Bu şəkildə təşkil olunmuş ödəniş qabiliyyətlərinin geriye əlaqə sistemi sayəsində bütövlükdə bütün reklam bazarı sisteminin yaradılması və inkişafı həyata keçirilir.

5. AZƏRBAYCANDA REKLAM BAZARININ VƏZİYYƏTİ

Azərbaycan Respublikasının "Reklam haqqında" Qanunu (24 noyabr 1997-ci il) fiziki və hüquqi şəxslərin mal, iş və xidmət

bazarında reklam istehsalı, yerləşdirilməsi və yayım prosesində meydana çıxan münasibətləri tənzimləyir. Reklam bir neçə əlamətinə görə qruplaşdırılır :məqsədli auditoriya tipinə görə, özü və digərləri üçün mal alan adamlara yönəlmiş istehlak reklamı və müxtəlif tip təşkilatlar üçün mal satınalışı ilə məşğul olan adamlara yönəlmiş işgüzar reklam və s. Ərazi əhatə səviyyəsinə və ya coğrafi əlamətlərinə görə reklam xarici, ümummilli, regional və yerli reklama bölünür.

Azərbaycanda reklam bazarı qonşu ölkələrlə müqayisədə zəif inkişaf etməkdədir. Azərbaycan bazarında həm reklamların qiymətləri Gürcüstan, Türkiyə, Rusiya və İrandan dəfələrlə aşağıdır, həm də sifarişçilərin sayı azdır. Bir çox ölkələrdə isə bazarı tənzimləmək üçün Reklam Şurası yaradılır. Ekspertlər hesab edirlər ki, reklamın inkişafı üçün bir nəfərin çalışması yetərli deyil, bu bir komanda işidir. Burada reklam verən, reklam agentliyi, reklam istehsalçısı prodakşnlar, reklam yayıcısı olan media birlikdə işləyir. Göründüyü kimi, reklam qrup işi olduğundan, iş bu formada qurulmasa, reklamın inkişafından danışmaq mənasız olardı.

Bizdə reklam bazarı nə qədər geri qalsa da, dünyanın bir çox ölkələrində reklam ən sürətlə inkişaf edən sahələrdəndir. Coca-Colanın reklamı üçün şirkət Türkiyə üzərindən Azərbaycana 500 min dollar ayırmışdı. Amma bizdə onun çəkilməsi üçün texniki imkan olmadığına görə, reklamın çəkilişi Türkiyəyə verildi və həmin pulu da onlar qazandılar. Bu gün də hələ texniki vəsaitlər istənilən səviyyədə deyil. Artıq dünya reklamı kino kimi çəkir. Ona baxanda da insan dincəlir. Reklam üçün olan Kann festivalında da kompüterlə çəkilmiş reklamlar qəbul olunmur, hamısı kino lentinə çəkilir. Dünyada reklam bazarının mahiyyəti də dəyişmişdir. Bu gün dünya reklam bazarı internet reklamları üzərində qurulub. Çünki internet bütün maneələri aradan qaldırır. Bir ölkədə hazırlanan reklam, məsafədən asılı olmayaraq başqa ölkələrdə də nümayiş olunur. Artıq Amerika

qarşısına məqsəd qoyub ki, növbəti 5-6 ildə böyük ticarət mərkəzlərinə ehtiyac olmayacaq, məhsul ancaq depolardan satılacaqdır. Dünya reklam bazarında Beynəlxalq Reklamçılar Assosiasiyası ideoloji reklamlarla, “Esamar” marketinqlə, “İSA” texnoloji yeniliklərlə məşğul olur. Bu təşkilatlar müxtəlif ölkələrin yerli təşkilatları ilə çalışırlar. Dövlət təşkilatları isə bu yeniliklərdən xəbərdar deyil, ona görə də reklam inkişaf etmir.

Azərbaycan Respublikasında bu fəaliyyəti tənzimləyən “Reklam haqqında” Qanunun 1-ci maddəsinə əsasən, reklam fiziki və hüquqi şəxslər, əmtəə, ideya və yeniliklər (reklam informasiyası) haqqında maraq formalaşdırmaq və ya marağı saxlamaq, əmtəənin satılmasına, ideya və yeniliklərin həyata keçirilməsinə kömək göstərmək məqsədilə yayılan informasiya kimi nəzərdə tutulur. 4-cü maddəyə görə, istehsalçı əmtəə, xidmət, ideya və yeniliklər haqqında maraq formalaşdırmaq və ya marağı saxlamaq istiqamətində məqsədyönlü fəaliyyət göstərən reklam sifarişçiləri, istehsalçıları və yayıcıları, reklam agentlikləri reklam fəaliyyətinin subyektləridir. Qanunda reklama dair ümumi və xüsusi tələblər, reklam fəaliyyəti subyektlərinin vəzifələrinə, reklam sahəsində dövlət nəzarətinə, əks-reklama və haqsız reklama görə məsuliyyətə dair normalar da müəyyən edilmişdir.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin fərmanı ilə “Reklam yayımına icazə (razılıq) verilməsi Qaydaları” təsdiq edilmişdir. Bununla yanaşı, həmin fərmana uyğun olaraq, Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabinetinin qərarı ilə “Küçə reklamının yayımı və reklam tarifi zonalarının müəyyən edilməsi Qaydaları” və “Küçə reklamı lövhəsinin yerləşdirilməsinə verilən icazə sənədinin forması” təsdiq edilmişdir. Bu qaydalarda reklam tarifi zonaları və onların müəyyən edilməsi qaydaları öz əksini tapmış, küçə reklamı lövhəsinin yerləşdirilməsinə verilən icazə sənədinin forması təsdiq edilmişdir.

Reklam bazasının dövryyəsi ölkənin ümumi daxili məhsulu-

nun cəmi 0,02-0,03 faizini təşkil edir ki, bu daha çox simvolik xarakterli bir rəqəmdir. Reklam bazarı büdcəmizin formalaşmasında da zəif iştirak edir. Bütün bu problemlərin həlli, eləcə də reklam bazarındakı hərc-mərcliyi aradan qaldırmaqdan ötrü, digər şərtlərlə yanaşı həm də müasir dövrün tələblərinə cavab verən hüquqi bazanın olması çox vacibdir.

Bütün bunlara baxmayaraq, reklam bazarı hələ də dayanmır və daim inkişaf edir. İnternet ən dinamik məkan olduğu üçün tamaşaçıların sayı artmaqdadır, burada reklam kompaniyaları öz fəaliyyətlərini genişləndirir. Buna görə, perspektivli reklam qurğuları seçilir: kontekstli reklam, hədəf reklamı, e-poçt və sms vasitəsilə elektron poçt.

Digər reklam növləri də dəyişir: xarici reklam statik olmayaq, informasiyalar, mesajlar radiodan tədricən yoxa çıxır - onlar şəkillər və videokliplər ilə əvəz olunur, televiziya verilişi bütünlüklə yayımlanır. Reklam bazarı məlumatların hər bir spesifik müştəriyə çatdırılmasına imkan verən yeniliklər üçün daimi axtarışdadır. Azərbaycan dövlətinin Milli Məclisinə müzakirəyə çıxarılmış yeni "Reklam haqqında" Qanun qəbul edildikdən sonra Azərbaycan reklam bazarı sürətlə inkişaf etməyə başlayacaqdır.

MÖVZU 15

KONSALTING BAZARI

1. Konsalting xidməti və mahiyyəti
2. Konsalting bazarının xüsusiyyətləri
3. Konsalting xidmətləri bazarının obyektləri və subyektləri
4. Konsalting bazarının strukturu və infrastrukturu

1. KONSALTING XİDMƏTİ VƏ MAHİYYƏTİ

Konsalting (consulting - məsləhət vermə) - öz biznesinin inkişafı ilə maraqlanan korporativ müştərilərə göstərilən ödənişli xidmət növüdür.

Konsalting, bazarda müvəffəqiyyət dərəcəsi və yaranma müddətindən asılı olmayaraq, iqtisadiyyatın hər hansı bir sahəsində fəaliyyət göstərən, müxtəlif mülkiyyət formalı şirkətlər tərəfindən istifadə edilən bir xidmətdir.

Konsalting - maliyyə, kommersiya, hüquqi, texnoloji, texniki, ekspert fəaliyyətində geniş məsələlər üzrə menecer və menecerlərə məsləhət vermək üçün tədbirlərdən ibarətdir. Konsaltingin məqsədi təyin olunan məqsədlərə nail olmaq üçün idarəetmə sisteminə kömək etməkdir. Başqa sözlə desək, konsalting xüsusi bir problemi həll etmək üçün xarici məsləhətçilər tərəfindən təmin edilən maliyyə, hüquqi, texnoloji, texniki və ekspert fəaliyyət sahəsində geniş spesifik məsələlər üzrə idarəetmə məsləhəti verməkdən ibarətdir. Konsalting şirkətləri müəyyən fəaliyyət sahələrində (məsələn, maliyyə, kadr, təşkilati və strateji) ixtisaslaşır. Konsaltingin əsas vəzifəsi müştərinin mövzu və problemlərini nəzərə alaraq elmi-texniki, təşkilati və iqtisadi həllərin inkişafı və istifadəsinin perspektivlərini təhlil etməkdir. İstehsalın səmərəliliyinin yüksəldilməsi üçün sahibkarların daim yeni üsul axtarışında olması, idarəetmə mütəxəssislə-

rinin öz bacarıqlarını kommersiyada tətbiq etmək cəhətləri, təşkilat elminin və nəzəriyyəsinin inkişafı təqribən 100 il bundan əvvəl müxtəlif idarəetmə problemləri üzrə konsultasiya xidmətləri göstərən ilk peşəkar şirkətlərin yaranmasına gətirib çıxardı. İlk belə şirkət – “Buz-Allen and Qamilton” rəsmi araşdırma xidməti 1914-cü ildə Çikaqo şəhərində fəaliyyətə başlamışdır. Bu sahənin real təşəkkülü 1940-50-ci illərin ikinci yarısında başlamışdır və o dövr “konsaltinq qızıl əsri” adlandırılmışdır. Hazırda bu sahə sürətlə inkişaf edərək iqtisadiyyatın bir çox sahələri və mövcud bazarları geridə qoymuşdur.

Ölkəmizdə konsaltinq biznesi ilk addımlarını neft gəlirlərindən sonra atmağa başlayıb və artıq 2003-cü ildə ilk nəticələr əldə olunmuşdur. Konsaltinq xidmətlərinə tələbatın artması təbii olaraq xeyli sayda bu profilli şirkətlərin meydana gəlməsi ilə nəticələnir. Konsaltinq özündə məsləhətləşmə, audit və ekspert təhlilinin aktiv vəhdətini əks etdirir.

Azərbaycanda konsaltinqin yaranma tarixi 1991-ci ildə ilk milli konsaltinq şirkəti rəsmi qeydiyyatdan keçdiyi gündən başlamışdır. Bu, 2006-cı ilin noyabrına qədər “Vnesh Expert Service” kimi tanınan və sonradan “V.E.S. Consultancy LLC” adlanan şirkətdir. 90-cı illərdə bazarda yeni oyunçuların meydana çıxması ilə təşkilatlara sabit mövqə tutmağa və iş prosesini sahmana salmağa kömək edə biləcək əlavə xidmətlərə kəskin zərurət yarandı. Məhz bu mərhələdə “V.E.S. Consultancy LLC” təsis edildi. Bu, Azərbaycanda yaranan ilk konsaltinq şirkətidir. Fəaliyyət göstərdiyi illər ərzində bu şirkət müxtəlif problemlərlə üzləşmişdir. İlk mərhələdə məşhur beynəlxalq şirkətlərlə əməkdaşlıq quruldu və Azərbaycan bazarına daxil olmaq üçün onlara yardım göstərildi. Beləliklə, “V.E.S.Consultancy LLC” şirkəti biznes dünyasının, bir növ, bələdçisinə çevrildi.

Bütün dövrlərdə sabitlik müvəffəqiyyətin rəhni olmuşdur. “V.E.S. Consultancy LLC” artıq 20 ilə yaxındır ki, Azərbaycanın aparıcı konsaltinq şirkətlərindən biridir və biznes, idarəetmə

sahələrində peşəkar kompleks konsaltinq xidmətlərin göstərilməsi üzrə ixtisaslaşmışdır.

Bu konsaltinq şirkətinin əsas vəzifələri aşağıdakılardan ibarətdir:

- hüquqi müşayiət;
- mühasibat uçotunun aparılması və maliyyə məsələləri üzrə məsləhətlərin verilməsi;
- tərcümə;
- Azərbaycan Respublikası qanunvericiliyinin dolğun məlumat bazasının təqdim edilməsi;
- qiymətləndirmə;
- idarəetmə konsaltinqi;
- işçi heyətin seçilməsi;
- marketinq tədqiqatlarının aparılması;
- müştəri layihələrinin dəstəklənməsi və s.

Şirkətin məqsədi mülkiyyət formasından asılı olmayaraq, bütün müəssisələrə fəaliyyət effektivliyinin artırılmasına və maksimum iqtisadi nəticələrin əldə edilməsinə kömək etməkdir. Şirkətdə çalışan əməkdaşlar hüquq, audit, kadr işləri sahəsində ixtisaslaşmış mütəxəssislərdən ibarətdir. Qazanılmış təcrübə sayəsində xidmətlərin spektri və coğrafiyası ildən-ilə yenilənir və genişlənir. Hal-hazırda Bakı, Gəncə, Moskva, Astana, Tbilisi, Paris, Lüksemburq, London və Toronto şəhərlərində şirkətimizin nümayəndəlikləri fəaliyyət göstərir. Şirkətin müştəriləri sırasında 150-dən artıq yerli və xarici şirkət, həmçinin dövlət qurumları, təşkilat və özəl sahibkarlar vardır.

Müəssisə sahiblərinin konsultantlara və konsaltinq şirkətlərinə müraciət etmələrinin bir çox səbəbləri var. Bunlar aşağıdakılardır:

- vaxtaşırı yaranan ciddi idarəetmə problemlərinin həlli üçün özəl resursların çatızmazlığı (işçilərin, vaxtın, bilik və təcrübənin);
- müvəqqəti olaraq intensiv köməyin zəruriliyi;

- kənardan verilən azad rəy zərurəti;
- rəhbərliyin qəbul etdiyi idarəetmə qərarının müstəqil ekspertlər tərəfindən əsaslandırılması zərurəti;
- müəssisənin məsləhətvermə üsulu ilə idarəetmə texnologiyası ilə təlimatlandırılması zərurəti.

Konsaltinq şirkəti xidmətlər göstərən mənbədir, o (konsultant) müəyyən müddətdə müştərisinin gəlirini həmin gəlirdən $n\%$ əldə etməklə artırmağa dair öhdəlik götürür. Bunun üçün bir qayda olaraq, konsultanta, müştəri-şirkətin rəhbərliyinə mü-təxəssis-konsultant kimi daxil edilmək və strateji qərarlar vermək kimi geniş səlahiyyətlər verilir.

Konsaltinq - biznesin istənilən sahəsinin konsultasiya edilməsidir. Konsaltinqin əsas məqsədi biznesə qarşıda qoyduğu məqsədlərə çatmaq üçün kömək əlini uzatmaqdır. Bazarda nə-həng konsaltinq şirkətləri ilə yanaşı, fərdi biznes - konsultantlara da rast gələ bilərsiniz. Onların əsas vəzifəsi - təhlil etmək, problemi aşkarlamaq və müştəriyə həll yolu təklif etməkdir. Bununla belə, konsaltinq - pul qarşılığında problemin həll edilməsidir.

Hər hansı bir şirkət problemlə üzləşdikdə ilk növbədə onun həllini əməkdaşlarının səlahiyyətinə verir. Bu bir nəticə vermədikdə isə işə bu problemlərlə bağlı təcrübəsi olan kənar ekspertlərin, konsultantların cəlb edilməsi məsələni həll etmiş olur.

Konsaltinq xidmətləri göstərilən əsas sahələr aşağıdakılardır:

- yeni biznesin yaradılması;
- şirkətlərin marketinq strategiyası;
- brendinq;
- marketinq kommunikasiyaların optimallaşdırılması;
- internet marketinqi;
- marketinq araşdırmaları;
- yerli şirkətlərin beynəlxalq bazarlara girmə yolları;
- biznes proseslərinin optimallaşdırılması;

- satış kanallarının seçilməsi və inkişafı;
- franşayzing sənədləşdirilməsinin hazırlanması;
- marketinqə aid digər məsələlər.

Konsaltingin həll etməli olduğu problemlər sahəsi həddən artıq genişdir, bundan başqa, konsalting xidmətlərini göstərən şirkətlərin ixtisaslaşması müxtəlif ola bilər. Bəziləri konsaltingin hər hansı bir sahəsi (məsələn, strategiya, ekologiya, əməyin təşkili, sərmayələr, kadr siyasəti, maliyyə, vergilər və s.) ilə kifayətlənməklə, məhdud ixtisaslı şirkət olaraq fəaliyyət göstərir. Geniş ixtisaslaşmaya malik olanlar isə konsalting sahəsində tam xidmət spektri təqdim edir.

Konsalting müştəri - təşkilatların idarəetmə, iqtisadi, maliyyə, sərmayə fəaliyyəti, strateji planlaşdırma, şirkətin ümumi fəaliyyəti, biznesin aparılması, satış bazarlarının araşdırılması və proqnozlaşdırılması, qiymətlərin hərəkəti və s. kimi məsələlərini həll edir. Başqa sözlə desək, konsalting bu və ya digər problemin həllində xarici konsultantlar tərəfindən göstərilən istənilən yardımdır.

Konsaltingin əsas məqsədi rəhbərliyin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasına, ümumiyyətlə kompaniyanın fəaliyyət effektivliyinin təkmilləşdirilməsinə və əməyin individual səmərəliliyinin artırılmasına yönəlmişdir.

Son zamanlarda konsalting şirkətlərindən daha çox tələb olunan xidmət növü təşkilatlarda idarəetmə sisteminin qurulmasıdır.

Azərbaycanda bu sahədə bir sıra təcrübəli şirkətlər fəaliyyət göstərir. TID Consulting MMC, Kapital Konsalting, Sigma Consulting, Businessgroup, *Foxcrate* və başqalarını qeyd etmək olar.

Hər hansı bir şirkət problem ilə üzləşdikdə ilk olaraq onun həllini əməkdaşlarının səlahiyyətinə verir. Bu bir nəticə vermədikdə tək çarə işə artıq bu problemlərlə bağlı təcrübəsi olan kənar ekspertlərin, konsultantların cəlb edilməsidir.

Kənardan cəlb edilmiş ekspertlər hər bir şirkət üçün proble-

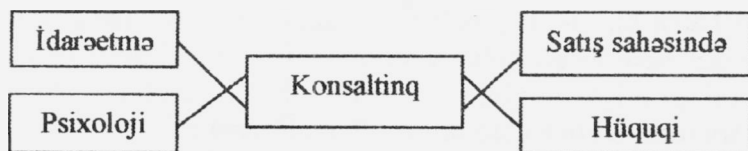
mə uyğun olaraq individual həll yolu və innovasiya tapşırığı yaradır, həmçinin şirkət əməkdaşlarına lazımi məlumatları ötürürlər. Bundan əlavə, lazımi təcrübə və biliyə sahib olan konsultantlar şirkət əməkdaşları ilə müqayisədə daha tez bir zamanda həll yolu tapmaq imkanına malikdirlər. Bundan əlavə, cari personalın məlumatlandırılması (ehtiyac olduğu halda) minimal zaman tələb edir və əməkdaşların öz öhdəliklərini daha səmərəli şəkildə yerinə yetirməsinə kömək edir.

Hazırda konsaltinq xidmətlərinin əsas növləri aşağıdakılardır:

1. ümumi idarəetmə və administrasiya;
2. maliyyə konsaltinqi;
3. hüquqi konsaltinq;
4. vergi konsaltinqi;
5. marketinq konsaltinqi;
6. IT- konsaltinq;
7. kadrların idarə edilməsi;
8. istehsalat konsaltinqi;
9. qiymətləndirmə fəaliyyəti.

2. KONSALTİNG BAZARININ XÜSUSİYYƏTLƏRİ

Müasir konsaltinq sistemini çoxprofilli ixtisaslaşma hesab etmək olar. Çünki psixoloji məsləhətvermə, idarəetmə konsaltinqi, həm satış sahəsində məsləhətvermə, həm ixtisasın müəyyən edilməsi üzrə məsləhətvermə, həm də peşəkar məsləhətvermənin bir çox vacib istiqamətləri konsaltinq sisteminə aiddir (Sxem 6).



Sxem 6. Müasir konsaltinq sistemi.

Konsalting, bildiyimiz kimi, məsləhət vermək deməkdir, lakin konsalting kompaniyaları təkcə məsləhət vermir, həmçinin sifarişçilərin verdiyi müxtəlif tapşırıqları yerinə yetirir.

Konsalting xidmətinin idarəetmə sahələrinin yaranması və inkişafı, obyektiv iqtisadi qanunların fəaliyyəti əsasında yaranan və inkişaf edən siyasi, iqtisadi, hüquqi, sosial və texnoloji şəraitdə tənzimlənən istehsal münasibətləri olan iqtisadiyyat üçün çox vacibdir.

Əvvəla, idarəetmə üzrə məsləhət xidmətləri bütövlükdə müəssisənin fəaliyyətinə rəhbərlik edən şəxslərin, qərar qəbul edən kompaniya rəhbərliyinin istifadəsi üçün lazım olan əmtəədir.

İkincisi, məsləhətçilərdən biznesin yenidən təşkili və inkişafı üzrə qərarlar işləyib hazırlayarkən və ya qəbul edərkən istifadə edilir.

Üçüncüsü, müştəri məsləhətçidən öz işi haqqında istənilən məsləhət və fikirləri eşitmək istəyir, yəni ideyalar, aparılan tədqiqatın nəticələri, qərar və situasiyalar haqqında fikirlər, sonda peşəkar verdişlər əldə etmək arzusunda olur.

İdarəetmə bazarında aşağıdakı konsalting kompaniyaları xidmət təklif edir:

- transmilli konsalting kooperasiyaları: Deloitte Eny vahid korporativ strategiya və mədəniyyət birliyinin regional nümayəndəliklərinin şəbəkəsi;

- çoxfunksiyalı iri firmalar: ixtisaslaşdırılmış iri kompaniyalara xidmət edən, yüzlərlə peşəkar məsləhətçiləri olan firmalardır. Onlar həmçinin tədqiqat işləri ilə məşğul olur və bu xidmətləri də təklif edirlər. Dar ixtisaslaşmış firmalar xırda və orta firmalara konsalting xidməti göstərirlər;

- müstəqil, ayrı-ayrı məsləhətçilər, iş təcrübəsi yüksək olan ixtisaslı mütəxəssislər, onlar ya eksport rolunda, ya da kiçik firmaların daimi məsləhətçisi kimi çıxış edirlər.

Konsalting xidməti bazarı dəqiq segmentləşdirilmiş və kon-

salting məhsulu təqdim edənlər arasındakı rəqabət seqmenti daxilində aparılır. Konsalting biznesinin müasir inkişafı göstərir ki, o qədər də iri olmayan konsalting firmaları aparıcı firmalar kimi rəqabət aparmırlar. Transmilli korporasiyaların şöhrəti qüsursuzdur və onların məsləhət xidmətləri çox yüksək səviyyədədir.

Mühüm növ konsalting məhsullarına aşağıdakılar aiddir:

1. Bazarın öyrənilməsi və təhlili; bazarın struktur həcmnin və ölçüsünün qiymətləndirilməsi; istehlakçı və rəqiblərin təhlili üzrə rəqabətin səviyyəsinin təhlili; bazarın inkişaf dinamikasının tendensiyası və proqnozlaşdırılmasının aşkara çıxarılması.

2. İşguzar fəaliyyət və siyasi məsələlərin təhlilini nəzərə alan strategiyanın işlənilib hazırlanması; kompaniyanın strateji təhlilini aparmaq, strategiyanın seçimdə metodların düzgünlüyünü müəyyən etmək.

3. Kompaniyanın maliyyə vəziyyətinin təhlili, maliyyə menecmenti, dəyişiklik tendensiyası sisteminin qiymətləndirilməsi və maliyyə planlaşdırılması metodları, kapital və investisiya siyasətinin quruluş səmərəsinin müəyyən edilməsi, maliyyə bazarındakı rəftarının öyrənilməsi.

4. Investisiya layihələrinin hazırlanması və ekspertizası, onun kommersiya, ekologiya və maliyyə cəlbəediciliyinin təhlili və qeyri-müəyyənlik və risk şəraitində realizəsini təhlil etmək.

5. Marketingin idarə edilməsi, kompaniyanın bazar mühitinin təhlili, marketing strategiyasının işlənilib hazırlanması, marketingin ayrı-ayrı elementlərinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi, firmanın marketing xidmətlərinin proqnozlaşdırılması, operativ marketing prinsipi və metodlarının təşkilatın ümumi vəzifə və məqsədlərinə uyğunluğu.

6. İstehsalın idarə edilməsi: istehsal prosesinin 3 əsas tərkib hissəsini təşkil edən 1) kompaniyanın istehsal etdiyi məhsul; 2) istehsal prosesinin təşkilinin prinsip və metodları; 3) mövcud olan əmək resurslarının planlaşdırılmasının təhlil edilməsi.

7. Heyətin idarə olunması, firmanın kadr siyasətinin prob-

lemlərinin həlli və qiymətləndirilməsini əhatə edən əmək resurslarının planlaşdırılması, maddəli işçilərin seçilməsi, heyətin öyrədilməsi, psixoloji mühit, kommunikasiya sistemləri, karyeranın planlaşdırılması.

8. İnformasiya texnologiyası, istehsalın idarə edilməsində kompüter metodlarının işlənilib hazırlanması, maliyyə, marketing, mühasibat üçüncü üzrə metodların hazırlanması.

Bilirik ki, konsalting firmasının istehsal fəaliyyətinin məhsulu konsalting xidmətindən ibarətdir. Məsləhətçi-mütəxəssis və ya məsləhətçi firma öz fəaliyyətində aşağıdakı işləri yerinə yetirir:

- problem üzrə olan materiallarla tanış etmək;
- məsləhət verilən obyektin diaqnostikası;
- təhlil edilmiş sahə üzrə əldə edilən təcrübənin ümumiləşdirilməsi;
- konkret vəzifənin qoyuluşu;
- sifarişçi ilə birgə verilən tapşırığın bütün aspektlərinin razılaşdırılması;
- problemin optimal həlli yollarını hazırlamaq və təcrübədə onun tətbiqinə kömək etmək.

3. KONSALTING XİDMƏTLƏRİ BAZARININ OBYEKLƏRİ VƏ SUBYEKLƏRİ

Konsalting xidmətləri bazarı, bir tərəfdən məsləhətçilər-xidmətlərin istehsalında məşğul olanlar və digər tərəfdən bu məsləhətlərdən bəhrələnenlərin, müştərilərin bu xidmətlərdən istifadə edən bazar subyektləri və obyektləri arasında qarşılıqlı inam baxımından həyata keçirilən fəaliyyət məkanıdır.

Professional yardım göstərən mütəxəssislərə məsləhətçilər deyilir. Xarici və daxili məsləhətçilər var. Xarici məsləhətçilər-müvafiq müqavilə əsasında müştərilərə xidmət göstərən müstəqil konsalting şirkətləri və ya fərdi məsləhətçilərdir. Daxili məsləhətçilər bir təşkilatın daxilində çalışan, işləyən mütəxəssislərdir.

Konsalting xidmətlərinin ikitərəfli modeli mövcuddur. Onlar aşağıdakı kimidir:

Birinci bölmə - müstəqil konsalting və digər peşəkar (audit, təlim, hüquqi və s.) firmalardır.

İkinci bölmə - dövlət büdcəsindən maliyyələşdirilən tədqiqat strukturlarıdır (Elmlər Akademiyasının sistemi, filial və funksional nazirliklər və s.).

Birinci bölmə böyüməni sürətləndirməyə çalışır və bazarda fəaliyyət göstərir, ikinci bölmə isə müqaviləyə meyil edir, əsasən dövlət orqanlarına xidmət edir və "mərkəzi plan" əsasında fəaliyyət göstərir.

Beləliklə, konsalting xidməti bazarının subyektlərini aşağıdakı kimi təsnifləşdirmək mümkündür.

1. Fərdi məsləhətçilər. Adətən tədqiqat institutlarında və ya təhsil müəssisələrində karyeraya başlayır. Kifayət qədər yetərli hissələri əvvəlki iş yerlərindən ayrılaraq müstəqil işə başlayırlar. Əsasən məşqdə, prosesdə məsləhətləşmələrdə, psixoloji konsultasiyalarda ixtisaslaşırlar. Digər müstəqil məsləhətçilərlə (əsasən, xüsusi məsləhətçi üçün "çox sərt", potensial müştərilər üçün "etirazlar" olan layihələrin birgə həyata keçirilməsi məqsədi ilə) daha çox və ya daha az formal əlaqə saxlamağa çalışırlar.

2. Kiçik firmalar. Bu firmalar əsasən proses məsləhətləşməsinə yönəldilmişdir. Bu profilin kiçik konsalting firmalarının liderləri (həmçinin ən çox sahibləri) bəzi sahələrdə (iqtisadiyyat və maliyyə, psixologiya, sosiologiya, daha az - dəqiq elmlər) mütəxəssislər kimi karyera qurmağa başlayırlar, lakin indi strateji planlaşdırma məsələlərində daha çox ixtisaslaşırlar. Bir qayda olaraq firmalarda 4-6 məsləhətçi işləyir və onlar öz işçilərinin sayının artırılmasını planlaşdırmırlar.

3. Prosesə yönəldilmiş orta ölçülü firmalar əvvəlki kateqoriyadan əsasən yalnız əsas (məsləhətçilər) və köməkçi heyətin sayına görə fərqlənirlər, daha da az ola bilərlər.

4. Kiçik ekspert mərkəzli firmalar. Bu şirkətlər müxtəlif

dar sahədə (maliyyə, qanunvericilik, vergi, fərdi sənaye marketingi, investisiya layihələri və ya regional inkişaf) fəaliyyət göstərirlər. Yalnız bəzi hallarda müştəriləri həqiqətən müəssisələrin rəhbərləri təşkil edir. Əsasən bu şirkətlər yerli hökumət, banklar və səmərəli kapital qoyuluşu ilə maraqlanan digər investorlar üçün çalışırlar. Bu cür mütəxəssislərin təklif etdiyi konsaltinq xidmətləri əsasən maliyyə auditinə və iş planlarına və ya investisiya proqramlarının hazırlanmasına əsaslanır. Azərbaycanda konsaltinq işinin əsas hissəsi bu kateqoriyalı firma tərəfindən həyata keçirilir. Onlardan bəziləri hələ də akademik strukturların bir hissəsidir və ya onlarla sıx əlaqədə olurlar. Bu firmalarda mütəxəssislərin sayı adətən 2-3 nəfərdir.

5. Böyük ekspert mərkəzli firmalar. Azərbaycanda belə firmalar çox azdır. Adətən yeni informasiya texnologiyaları və avtomatlaşdırılmış idarəetmə sistemlərinin yaradılması və ya inteqrasiya edilmiş investisiya layihələrinin inkişafı və dəstəklənməsi ilə məşğul olan bir şirkətdir.

6. Böyük dövlət elmi mərkəzləri. Belə strukturların çoxu - elmi-tədqiqat institutları, akademiyalar, universitetlər və s.-dir. Ənənəvi olaraq, onlar dövlət mülkiyyəti və dövlət tərəfindən maliyyələşdirilir. Bütçə vəsaitləri hətta yaşamaq üçün kifayət qədər olmadığı üçün, bu strukturlar tədricən azad bazara daxil olmaq və öz təcrübələrini "satmaq", öyrətmək məcburiyyətindədirlər. Təklif etdikləri xidmətlərin keyfiyyəti yüksəkdir, lakin onların "satış" təcrübəsi olduqca qeyri-adekvatdır. Tez-tez belə mərkəzlər (və ya onların işçiləri) kiçik konsaltinq firmalarının təsisçiləri olurlar və ekspert məsləhətlərindən başqa müxtəlif növ təlimlər təşkil edirlər.

7. Digər fəaliyyət növlərinə məsləhət verməklə məşğul olan firmalar. Azərbaycanda konsultasiya və digər fəaliyyətlərin (müxtəlif malların, xidmətlərin, mübadilə biznesinin və s.) birləşməsi ilə xarakterizə olunan firmaların sayı böyükdür. Bu firmalarda konsaltinq bölməsinin əsas müştəriləri bir "istehsal"

bölmüdür və müştərilərin yalnız kiçik bir hissəsi xaricdən gəlir. Bu firmalarda məsləhətləşmə “müşayiət edən” bir məhsuldan daha çoxdur və əlavə gəlir gətirir və ya “ana” şirkətin problemlərini həll etməkdə maraqlıdır.

8. Azərbaycan bazarında fəaliyyət göstərən xarici şirkətlərin ofisləri. 1980-ci illərin sonunda - 90-cı illərin əvvəllərində Qərbin ən böyük audit və konsaltinq firmalarının bir qismi Azərbaycanda işə başladı. Onlar çox az işçi heyəti ilə əsasən ekspert məsləhəti və audit ilə məşğul olurdu. Hal-hazırda rus filialları, bir qayda olaraq, 50-dən çox mütəxəssis idarəetmə konsaltinqində ixtisaslaşan güclü bölmələrə və keçmiş SSRİ-nin bütün filiallarına malikdirlər. Audit sahəsindəki bu firmalar müştərilərin tapılmasında çətinlik çəkmirlər və Azərbaycanın konsaltinq şirkətlərinin onlar üçün real rəqiblər olduğunu düşünmürlər.

9. Böyük Qərb şirkətləri ilə əməkdaşlıq edən kiçik Azərbaycan məsləhətçiləri. Bu firmaların sahibləri (liderlər) Qərb şirkətlərində öz karyeralarına başlamışlar və bir neçə il işləyərək öz bizneslərini təşkil etmişlər. Personalın çoxu xaricdə təhsil alan və ya bir müddət xarici şirkətlərdə çalışanlardır. Bu firmalar müştərilərlə işləməkdə və konsaltinq xidmətlərinin beynəlxalq keyfiyyət standartlarında əsasən Qərb üslubuna sadıqdırlar.

4. KONSALTİNG BAZARININ STRUKTURU VƏ İNFRASTRUKTURU

Azərbaycanda konsaltinq xidmətləri bazarları nisbətən gəncdir. Bazar iqtisadiyyatının mövcudluğu, özəl sektor və müstəqil ekspertlər - konsaltinqin ortaya çıxması üçün ilkin şərtlərdir. Qeyd edildiyi kimi, ölkəmizdə konsaltinq bazarının inkişafının başlanğıc nöqtəsi 1991-ci ilin əvvəli hesab olunur. Odur ki, hal-hazırda bazar iştirakçılarının fəaliyyətini artırmaq üçün yeni yollar axtarmaq kimi bir tendensiya yaranmışdır ki. bunlara bizneslə məşğul olan irihəcmli şirkətlərlə əməkdaşlıq, yeni konsal-

tinq firmalarının (yerli oyunçuların ortaya çıxması və böyük beynəlxalq konsaltinq şəbəkələrinin gəlməsi) yaranması, ən böyük beynəlxalq konsaltinq şirkətlərinin xidmətlərinin regional yönəldilməsi, genişləndirilməsi, yeni format və müştəri xidməti formalarının tətbiqi aiddir.

Bildiyimiz kimi, konsaltinq biznesin istənilən sahəsinin konsultasiya edilməsidir. Konsaltinqin əsas məqsədi biznesə qarşıda qoyduğu məqsədlərə çatmaq üçün kömək əlini uzatmaqdır. Bazarda nəhəng konsaltinq şirkətləri ilə yanaşı, fərdi biznes-konsultantlar da fəaliyyət göstərir. Konsaltinq xidmətləri göstərən belə şirkətlər məhz konsaltinq bazarının quruluşunu təşkil edərək, bu bazarın geniş və daim inkişafına və fəaliyyətinə kömək göstərən infrastruktur elementini təşkil edirlər. Onların əsas vəzifəsi - təhlil etmək, problemi aşkarlamaq və müştəriyə həll yolu təklif etməkdir. Bununla belə, konsaltinq - pul qarşılığında problemin həll edilməsidir.

Azərbaycanda konsaltinq sahəsinin nəzərəçarpan artımına baxmayaraq, bu sahədə çətinliklər hələ də çoxdur. Çox gənc olduğundan və keçid dövrünü yaşadığı üçün, ölkədə konsaltinq bazarının vəziyyəti marketing, təhsil və qanunvericilik bazasının kifayət qədər böyük olmaması üzündən hələ tam formalaşmamışdır.

Konsaltinq bazarını çox vaxt menecment və ya idarəetmə məsləhətləşməsi də adlandırırlar. O, bazar infrastrukturunun vacib elementidir və onun inkişafından bütövlükdə ölkə iqtisadiyyatının vəziyyəti asılıdır. Bazarın səmərəli fəaliyyət göstərməsi üçün mühüm şərtlərdən biri inkişaf etmiş bazar infrastrukturunun olmasıdır. Bazar infrastrukturunu bir sıra qanunvericilik aktları, eləcə də normal iş rejimini təmin edən qurumlar və təşkilatlar sistemidir. Konsaltinq şirkətləri müştərinin biznesinə görə onların müştəri şirkətinin real vəziyyətinin müstəqil və etibarlı qiymətləndirilməsini təmin edir, zəif sahələri müəyyənləşdirir və təşkilatın potensialını gücləndirən bir strategiya hazırlayır.

Konsalting xidməti bazarı tutumlu və müxtəlif (pisləşmiş vəziyyətin düzəldilməsi, mövcud vəziyyətin yaxşılaşdırılması və yeni təkmil situasiyanın yaradılması) istiqamətlidir, lakin respublikamızda hal-hazırda bu bazar tələb olunan səviyyədə formalaşmamışdır.

Yeni xidmət növü kimi konsalting xidməti bir çox bazarların mühüm infrastruktur elementi olmaqla bazar subyektlərinin təsərrüfat fəaliyyətinin mövcud vəziyyətinin müfəssəl təhlili və gələcək dövr üçün onların maliyyə və idarəetmə fəaliyyətinin yaxşılaşdırılması məqsədilə səmərəli tövsiyələrin işlənilib hazırlanmasını nəzərdə tutur. Məsləhət xidmətinə ehtiyacın yaranması bu xidməti göstərənlərin yeni bilik, analitik təhlil apara bilmək bacarığından, metodoloji yanaşmalardan daha çox bu xidməti həyata keçirənlərin istehsal yerlərində apardıqları texniki dəyişikliklərlə əlaqəlidir.

Konsalting bazarı tutumlu və müxtəlif istiqamətlidir. Bu bazarın strukturu uyğun şirkətlərin göstərdiyi konsalting xidmətlərə uyğun formalaşır. Azərbaycanda konsalting xidmətlərinin ən çox tələb olunan növü hüquqi konsalting xidmətidir. Bura vergi, torpaq, əmək, prosessual, maliyyə, bank hüququ məsələləri aiddir. Hüquq məsləhəti müəssisədə sənəd dövriyyəsinin təhlilini və onun təkmilləşdirilməsinə dair tövsiyələrin işlənilib hazırlanmasını, səhmdarların hüquqlarının və qanuni maraqlarının müdafiəsinə peşəkar yardımı, o cümlədən məhkəmə qaydasında yardım göstərilməsini nəzərdə tutur.

Vergilər və mühasibat uçotu üzrə məsləhətlərə müştərilərin tələbatı yüksəkdir. Bununla yanaşı, məhz indi vergi konsaltingi ikinci dərəcəli əhəmiyyət kəsb etməyə başlayır. Bu təsadüfi deyildir, vergi konsaltingi özündə təkcə vergilər üzrə məsləhətləri deyil, həmçinin vergi auditini (vergilərin hesablanması, yoxlanılması), vergi risklərinin diaqnostikasını və onların idarə olunmasını, vergi qanunvericiliyinin mübahisəli və mürəkkəb məsələləri üzrə ekspert qiymətləndirməsini, yəni, istənilən təş-

kilatda vergi risklərini qiymətləndirmək və onları minimuma endirmək üçün zəruri olan hər bir şeyi ehtiva edir.

Özündə aşağıdakı elementləri birləşdirən məsləhət xidmətlərinin tənzimlənməsi və özünü-tənzimlənməsinin müəyyən bir infrastrukturunu yaradılmışdır:

1) peşəkar məsləhətçilər assosiasiyasının daxili etikasını və davranışı, təcrübə standartları və biznesi dəstəkləyən digər mütəxəssislər (auditorlar, hüquqşünaslar, işə qəbul üzrə mütəxəssislər);

2) professional konsalting xidmətləri bazarını birbaşa və ya dolayı tənzimləyən dövlət tənzimləyici sistemləri;

3) xidmətlərin göstərilməsi üçün beynəlxalq keyfiyyət standartları - məsələn, Beynəlxalq Standartlaşdırma Təşkilatı (İSO) tərəfindən hazırlanmış artıq qeyd olunan ISO-9001 standartları, Avropa Keyfiyyət Menecmenti Fondu (EFTQM) standartlarını göstərmək mümkündür. Bu qaydalar konsultasiya xidmətlərinə aiddir, adətən peşəkarlıq birliklərinin özləri tərəfindən sertifikatlaşdırma və nəzarət aparmaq üçün istifadə olunur;

4) Hökumət və hökumətlərarası təşkilatlarda qəbul edilmiş məsləhətçiləri işə götürən qaydalar sistemi: AB, AYİB, Dünya Bankı və s.;

5) məsləhətçi firmaların daxili qaydalar sistemi;

6) müştəri firmalarından məsləhətçilərin seçilməsi və işə götürülməsi qaydalarının sistemi.

Hazırda dünyanın 42 ölkəsində peşəkar konsalting birlikləri mövcuddur.

Məhz bu infrastruktur elementləri konsalting bazasının formalaşması və inkişafına birbaşa təsir göstərir. Bu bazar xarici inkişaf etmiş dövlətlərin təcrübəsindən istifadə edərək inkişaf edəcək və digər bazarların və sahələrin inkişafına birbaşa təsir göstərəcəkdir. Respublikada konsalting xidmətinin gücləndirilməsi savadlı məsləhətçi və kompaniyaların inkişafı üçün qanunvericilik bazasının gücləndirilməsi və dövlət tərəfindən hüquqi tənzimlənməsinin təmin edilməsi ilə bağlıdır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

Rəsmi sənədlər

1. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası (12 noyabr 1995-ci il). Bakı, 2009.
2. "Sığorta fəaliyyəti haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı, 2008.
3. "İnvestisiya fəaliyyəti haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı, 1995.
4. "Qiymətli kağızlar və fond birjası haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı, 1992.
5. "Qiymətli kağızlar bazarı" Normativ sənədlər toplusu. Bakı, 2000.
6. "Sığorta fəaliyyəti haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı şəhəri, 25 dekabr 2007-ci il.
7. "Elektron ticarət haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu. 10 may 2005.
8. "Telekommunikasiya haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu. 14 iyun 2005.

Dərsliklər, dərs vəsaitləri və elmi nəşrlər

9. Abbasov A.H. Azərbaycanda maliyyə bazarının formalaşması və bazar iqtisadiyyatında maliyyə-kredit sisteminin problemləri. Bakı, 2003.
10. Bədirov D., Bədirov M. Kapital bazarı. Bakı, 2004.
11. Cəbiyev R.M. Azərbaycanda bazar infrastrukturunun formalaşması və inkişafı. Bakı, 2000.
12. Xudiyev N.V. Sığorta işi. Dərslik. Bakı, 2003.
13. Ataşov B., Novruzov N., İbrahimov E. Maliyyə nəzəriyyəsi. Dərslik. Bakı, 2014.
14. Vəliyev T. İnfrastruktur: mahiyyəti, təsnifatı və əhəmiyyəti. Bakı, 2000.
15. Ataşov B. Maliyyə bazarı. Bakı, 2016.

16. İsmayılov Ç.İ. "İnformasiya iqtisadiyyatı". Dərslik. Bakı, 2010.
17. Əzizova G.Ə. "Dövlətin investisiya və innovasiya siyasəti". Bakı, 2012.
18. Tkaliç A.İ. "Konsaltinq xidməti" (tərcümə). Bakı, 2011.
19. Qasimov A. "Əmək hüququ". Dərslik. Bakı, 2007.
20. "İqtisadi Nəzəriyyə". Dərslik. Müəllif kollektivi (tərcümə) Bakı, 2009.

***Rus dilində dərsliklər, dərs vəsaitləri
və elmi nəşrlər***

21. Рыженкова И.К. Рынок информации: особенности и проблемы развития // Вестник Москов. ун-та. Сер. 6. Экономика. 1995. №1. С. 50-62.
22. Садовская Т.В. Формирование рынка информационных продуктов и услуг в Республике Беларусь: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Институт экономики НАН Беларуси. Минск, 2004.
23. Сёмкина Н.Н. Государственное регулирование рынка информационных продуктов и услуг: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.01 / Орлов. гос. тех. ун-т. Орел, 2005.
24. Стрелкова И.А. Становление и развитие Российского рынка информационных продуктов и услуг (теория, методология, практика): автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Всеросс. гос. налог. акад. М., 2006.
25. Тамбовцев В.Л. Пятый рынок: экономические проблемы производства информации. М.: Изд-во МГУ. 1993.
26. Попов А.И. Рыночные процессы в микро и макроэкономике: Учебное пособие. 2001.
27. Ж.Тироль. Рынки и рыночная власть. «Экономическая школа», 2000.

***Gülnisə Əlisəfa qızı Mustafayeva
Samirə Yaşar qızı Məmmədova***

BAZAR İNFRASTRUKTURU

Dərs vəsaiti

Nəşriyyatın müdiri:	Əhməd Ziyəddinoğlu
Kompüter tərtibatı:	Hacı İsmayilov
Korrektor:	Ramin Rəsulov

Yığılmağa verilib: 01.03.2018

Çapa imzalanmış: 02.07.2018

Kağız formatı: 60x84, 1/16

Kağız növü: 70 qr. (offset)

Fiziki çap vərəqi: 22,5

Tirajı: 200

Kitab Azərbaycan Kooperasiya Universitetinin
mətbəəsində çap olunmuşdur.

Ünvan: Bakı şəhəri, Nəcəf Nərimanov küç. 93.