

**AZƏRBAYCAN MİLLİ ELMLƏR AKADEMİYASI
NAXÇIVAN BÖLMƏSİ**

Əlyazması hüququnda

HEYDƏR ZEYNALABDİN OĞLU PƏŞMİ

**AZƏRBAYCANIN İSTEHLAK BAZARININ
FORMALAŞMASINDA İRAN İSLAM RESPUBLİKASI İLƏ
TİCARƏT İQTİSADI ƏLAQƏLƏRİN ROLU**

İxtisas: 5311.01 – Müəssisələrin təşkili və idarə olunması

**İqtisad üzrə fəlsəfə doktoru elmi
dərəcəsi almaq üçün təqdim edilmiş dissertasiyanın**

A V T O R E F E R A T I

NAXÇIVAN-2015

Dissertasiya işi Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasının Naxçıvan Bölməsində yerinə yetirilmişdir.

Elmi rəhbər:

Nazim Hidayət Oğlu Əhmədov
İqtisad üzrə elmlər doktoru, professor

Rəsmi opponentlər:

Gəncəli Gənciyev
İqtisad üzrə elmlər doktoru, professor

Ceyhun İlham Oğlu Mahmudov
İqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent

Aparıcı təşkilat:

Azərbaycan Elmi-Tədqiqat Kənd
Təsərrüfatının İqtisadiyyatı və Təşkili
Institutunun “Əmək potensialından
istifadə və kəndin sosial infrastruktur
problemləri” şöbəsi

Müdafiə “19” dekabr 2015-ci il saat “___”-də Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası Naxçıvan Bölməsinin nəzdində yaradılan D.01.211 Dissertasiya Şurasının iclasında keçiriləcəkdir.

Ünvan: Az.7000, Naxçıvan şəhəri, Heydər Əliyev prospekti 76, AMEA Naxçıvan Bölməsi, əsas bina, akt zalı.

Dissertasiya işi ilə Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası Naxçıvan Bölməsinin elmi kitabxanasında tanış olmaq olar.

Avtoreferat “___” noyabr 2015-ci ildə göndərilmişdir.

**D.01.211 Dissertasiya Şurasının
elmi katibi:**

dosent E.A.Şixəliyev

İŞİN ÜMUMİ XARAKTERİSTİKASI

Mövzunun aktuallığı. Azərbaycan Respublikası ikinci dəfə öz müstəqilliyini bərpa etdikdən sonra özünün sağlam milli iqtisadiyyatını yaratmış və bazar iqtisadiyyatı yolu ilə gedərək radikal islahatlara başlamışdır. Aparılan islahatların əsas istiqamətlərindən biri ölkədə dinamik, tarazlı inkişaf edən istehlak bazarının formalaşdırılmasıdır. Qeyd etmək lazımdır ki, hələ keçmiş İttifaq dövründə Azərbaycan əhalisinin istehlak mallarına olan tələbatının üçdə iki hissəsi digər müttəfiq respublikalardan və xarici ölkələrdən gətirilən mallar hesabına ödənilirdi. Respublikada istehsal olunan malların böyük əksəriyyəti isə digər müttəfiq respublikalara və xarici ölkələrə göndərilirdi. Həmçinin, bir çox əsas istehlak malları üzrə əhalinin tələbatı səmərəli istehlak normalarından xeyli aşağı səviyyədə ödənilirdi. SSRİ dağıldıqdan sonra ilk dövrlərdə istehlak bazarında gərginlik daha da artdı, hətta əhalinin ərzaq məhsullarına və digər zəruri istehlak mallarına olan tələbatını minimum səviyyədə də ödəmək mümkün olmadı.

Heydər Əliyev ikinci dəfə Azərbaycana hakimiyyətə gələndən sonra ölkənin strateji xəttini müəyyən etdi, 1996-cı ildə makroiqtisadi sabitlik əldə edildi və iqtisadi inkişaf başladı.

Ölkənin iqtisadi inkişafına dair qəbul olunmuş «Azərbaycan Respublikasında sahibkarlığın inkişafı üzrə Dövlət Proqramı»larında, «Azərbaycan Respublikası dövlət mülkiyyətinin özəlləşdirilməsinin Dövlət Proqramı»nda, «Yoxsulluğun azaldılması və iqtisadi inkişaf üzrə Dövlət Proqramı»nda, habelə «Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramı»nda iqtisadi inkişaf dövlət əhəmiyyətli məsələ kimi bütün proqramlarda öz əksini tapmışdır. İstərsə «Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramının (2004-2008-ci illər), istərsə də bu Proqramın davamı olan və 2009-2013-cü illəri əhatə edən ikinci Dövlət Proqramın əsas məqsədi regionların tarazlı inkişafının təmin edilməsindən, əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsindən, ölkə iqtisadiyyatının dinamik inkişafına yönəlmiş tədbirlərin ardıcıl və kompleks həyata keçirilməsindən ibarətdir. Məhz bu proqramların qarşıya qoyduğu vəzifələrin yerinə yetirilməsinin nəticəsidir ki, əvvəlki illərdə olduğu kimi 2014-cü ildə də Azərbaycanda istehsal olunan ÜDM-da artım əldə edilmişdir. Belə ki ÜDM 2013-cü ilə

nisbətən 2.8 faiz artaraq 59 milyard manata çatmışdır. Habelə 2014-cü ildə ölkədə istehsal olunan ÜDM-də qeyri-neft sektorunun artım səviyyəsi isə 4% təşkil etmişdir.

Ötən ilin göstəricilərinə görə əhalinin pul gəlirləri xeyli artmış, həyat səviyyəsi yüksəlmişdir. Bütün bunlar isə istehlak bazarının formalaşmasına və əhalinin istehlak malları ilə təminatına öz müsbət təsirini göstərmişdir.

İnzibati amirlik sistemində müstəqil xarici iqtisadi əlaqələrə malik olmayan Azərbaycan müstəqillik illərində bu əlaqələri genişləndirmiş və hazırda dünyanın 150 ölkəsi ilə müstəqil ticarət iqtisadi əlaqələr yaratmışdır. Bu ölkələr içərisində İran İslam Respublikası ilə xarici iqtisadi əlaqələrin, o cümlədən xarici ticarət əlaqələrin yaradılması mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Hazırda bu ölkələr arasında siyasi konyuktura nə qədər qeyri-sabit olsada eyni kökə və yaxın qonşuluq münasibətləri nəzərə alınaraq istehlak bazarının formalaşdırılması üçün xarici ticarət əlaqələrinin daha da genişləndirilməsi və təkmilləşdirilməsi vacib məsələlərdən biri sayılır.

Ümumiyyətlə, Azərbaycanın istehlak bazarının formalaşmasında İran İslam Respublikası ilə xarici ticarət iqtisadi əlaqələrin roluna həsr edilmiş mövzu ilk dəfədir ki, tədqiqata cəlb olun duğundan onun aktuallığı da mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Problemın öyrənilmə səviyyəsi. İstehlak bazarının formalaşması və inkişafı problemləri demək olar ki, bütün dövrlərdə iqtisadçı alimlərin diqqət mərkəzində olmuşdur. Dünyanın görkəmli iqtisadçı alimləri bu problemlərin həllinə öz münasibətlərini bildirmişlər. İstehlak bazarının formalaşması və inkişafında xarici ticarət əlaqələrinin roluna münasibətdə bu fikirlər bir-birinə əks olan iki istiqamətdə qütbləşmişdir: fritrederçilik (azad ticarət) və proteksionizm (himayəçilik). Azad ticarət tərəfdarlarından A.Smit, D.Rikardo, C.S.Mill, İ.B.Sey, E.Xekşer, P.Samuelson və s. proteksionizm tərəfdarlarından T.Eşli, F.Zombart, C.Keyns, A.Hamilton və s. kimi klassik iqtisadçı alimləri göstərmək olar. Adları çəkilən alimlərin əsərlərində bazar iqtisadiyyatı şəraitində istehlak bazarının formalaşması və onun tarazlı inkişafının təmin olunmasının nəzəri və praktiki məsələləri hərtərəfli tədqiq edilmişdir.

Sovetlər birliyi dağıldıqdan sonra və bu birliyə daxil olan indiki MDB ölkələrinin alimləri də, o cümlədən Abalkin L.İ.,

Bulatov A.S., Semyonov K.A., Rıbalkin V.E., Şaqalov Q., Buzçalın A.B., Famen- ski İ.P. və başqalarının istehlak bazarına dair yazdıqları əsərləri qeyd etmək olar.

Azərbaycan iqtisadçı alimlərdən Nadirov A.A., Səmədzadə Z.Ə., Ələsgərov A.K., Nuriyev Ə.X., Hacıyev Ş.H., Əhmədov N.H., Həsənov R.T., Rüstəmov V.Ə., Səriyev Ə. və digər alimlər göstərilən problemlərin müxtəlif aspektlərini öz əsərlərində tədqiq etmişlər. Bu əsərlərdə göstərilən problemlərin ayrı-ayrı cəhətləri öyrənilmiş, elmi və praktiki cəhətdən böyük əhəmiyyətə malik olan nəticələr əldə olunmuşdur.

İstehlak bazarının ayrı-ayrı aspektlərinin öyrənilməsinə həsr edilmiş İran İslam Respublikasının iqtisadçı alimlərinin əsərlərini də qeyd etmək lazımdır. Bu iqtisadçı alimlərdən Əhməd Rusta, Əlirza Rəhimi Burucierdi, Manuçehr Fərhəng, Həmid Əbrişəmi, Məcid Əmcədiyan, Həsən Sübhani, Əli Teyyubniya, Ələkbər Niku Eqbal Niki və bir sıra digər alimləri göstərmək olar.

Azərbaycan Respublikası öz müstəqilliyini əldə etdikdən və müstəqil milli iqtisadiyyatını yaratdıqdan sonra xarici ölkələrlə, o cümlədən İranla xarici əlaqələrin yaradılmasına xüsusi diqqət yetirilmişdir. Azərbaycanın istehlak bazarının formalaşmasında İran İslam Respublikası ilə xarici iqtisadi əlaqələrin rolu mühüm əhəmiyyət kəsb etdiyindən mövzunun aktuallığı, məqsəd və vəzifələrinin öyrənilməsi də diqqət mərkəzində durmalıdır.

Tədqiqatın məqsədi və vəzifələri. Aparılan tədqiqatın əsas məqsədi Azərbaycanın istehlak bazarının əsas xüsusiyyətlərinin öyrənilməsi, onun formalaşmasında İran İslam Respublikası ilə ticarət iqtisadi əlaqələrin qiymətləndirilməsindən və inkişaf perspektivlərini müəyyənləşdirməkdən ibarətdir.

Bu məqsədə nail olmaq üçün tədqiqat prosesində aşağıdakı vəzifələr qarşıya qoyulmuş və ardıcılıqla yerinə yitirilmişdir:

- açıq milli iqtisadiyyatın təşəkkülü şəraitində istehlak bazarının formalaşmasının nəzəri-metodoloji problemlərinin öyrənilməsi;

- bazar iqtisadiyyatı şəraitində istehlak bazarının mahiyyətinin, funksiyaları və xüsusiyyətlərinin açılması;

- Azərbaycanın istehlak bazarının formalaşmasında və inkişafında xarici iqtisadi əlaqələrin, o cümlədən İran İslam Respublikası ilə xarici ticarət əlaqələrinin yerinin qiymətləndirilməsi;

- ölkənin istehlak bazarının müasir vəziyyətinin təhlili və təmin olunma səviyyəsinin aşkarlanması;

- istehlak bazarın strukturunda ərzaq və qeyri-ərzaq mallarının, o cümlədən əsas ərzaq mallarının dəyişməsi dinamikasında müşahidə olunan qanunauyğunluqların və meyllərin, onların təsir üsullarının müəyyənləşdirilməsi;

- yaxın dövr üçün ölkənin istehlak bazarının inkişaf imkanlarını tədqiq etmək;

- Azərbaycan Respublikası ilə İran İslam Respublikası arasında ticarət iqtisadi əlaqələrin təkmilləşdirilməsi və inkişaf istiqamətlərini müəyyənləşdirmək və təkliflər hazırlamaq.

Tədqiqatın obyektini Azərbaycan Respublikasının istehlak bazarı və İran İslam Respublikası ilə ticarət iqtisadi əlaqələri təşkil edir.

Tədqiqatın predmeti isə bazar münasibətlərinə əsaslanan müstəqil milli iqtisadiyyatın təşəkkülü şəraitində istehlak bazarının formalaşması və inkişafının təmin olunmasında İran İslam Respublikası ilə iqtisadi əlaqələrin potensial imkanlarından istifadə olunmasının nəzəri, metodoloji və praktiki məsələlərinin öyrənilməsi təşkil edir.

Tədqiqatın nəzəri-metodoloji əsasları. Tədqiq olunan mövzuya dair elmi-tədqiqat əsərləri, Azərbaycan dövlətinin Qanunları, Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin fərman və sərəncamları, Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin qərarları və digər hüquqi-normativ sənədlər təşkil edir.

Tədqiqatın informasiya bazasını İqtisadi İnkişaf və Sənaye Nazirliyinin, Maliyyə Nazirliyinin, Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinin, Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika və Gömrük Komitələrinin, Mərkəzi Bankın, Dünya Bankının, Beynəlxalq Valyuta Fondunun, BMT-nin, İran İslam Respublikasının və bir çox elmi-tədqiqat institutlarının bülletenləri, statistik icmalları və hesabatları təşkil edir.

Tədqiqat zamanı sistemli təhlil, statistik təhlil, müqayisə üsulları, iqtisadi-riyazi üsullar və digər tədqiqat üsullarından istifadə olunmuşdur.

Tədqiqat işinin elmi yeniliyi aşağıdakılardan ibarətdir:

- Azərbaycanın müstəqilliyi və açıq milli iqtisadiyyatın təşəkkülü şəraitində istehlak bazarının formalaşması və nəzəri-

metodoloji problemləri öyrənilmiş və müasir dövrün xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla ümumiləşdirilmişdir;

- müasir dövrdə ölkənin istehlak bazarının inkişafının əsas xüsusiyyətləri və onun təmin olunma səviyyəsi aşkarlanmışdır;

- istehlak bazarının formalaşmasında xarici ticarət iqtisadi əlaqələrinin rolu müəyyən edilmişdir;

- azad rəqabət sistemində istehlak bazarının inkişafı və beynəlxalq əmək bölgüsünün imkanlarından istifadə edilməsi və bunun milli istehlak bazarına təsiri xüsusiyyətləri tədqiq olunmuşdur;

- yaxın perspektivdə Azərbaycanın istehlak bazarının inkişafı nəzərə alınmaqla İran İslam Respublikası ilə ticarət iqtisadi əlaqələrin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri müəyyənləşdirilmiş və bu istiqamətlər üzrə əməli təklif və tövsiyələr irəli sürülmüşdür.

Tədqiqatın nəzəri və təcrübi əhəmiyyəti müasir şəraitdə Azərbaycanda istehlak bazarının formalaşması ilə əlaqədar İran İslam Respublikası ilə xarici iqtisadi əlaqələr sahəsində mövcud olan problemlərin aşkarlanması və ölkənin müstəqillik əldə etdikdən sonra bazar iqtisadiyyatına uyğun olaraq əməli təkliflər hazırlamaqdan ibarətdir.

Azərbaycanın istehlak bazarının hazırkı dövrdə və gələcəkdəki inkişafına dair tədqiqat işində araşdırılan əsas müddəaları, əldə olunmuş nəticələr və irəli sürülən təklif və tövsiyələr İran İslam Respublikası ilə ticarət-iqtisadi əlaqələrin təkmilləşdirilməsinə dair qərarların, proqram, təklif və tövsiyələrin hazırlanmasında, elmi-tədqiqat işlərində, habelə ali və orta ixtisas məktəblərində müvafiq ixtisas kurslarının tədrisində istifadə oluna bilər.

Tədqiqat işinin aprobasiyası. Dissertasiya işinin nəticələri elmi məqalələrdə və tezislərdə dərc edilmişdir. İşin əsas müddəaları və nəticələri müxtəlif konfranslarda, Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasının Naxçıvan Bölməsində və Tehran Universitetində keçirilən seminarlarda məruzə edilmiş və müzakirə edilmişdir.

Tədqiqat işinin nəticələri və təkliflər sistemləşdirilərək Naxçıvan Muxtar Respublikası İqtisadi İnkişaf Nazirliyində istifadə üçün qəbul edilmişdir (Arayış № 12/01-24/0448, 08.08.15).

Tədqiqat işinin quruluşu və həcmi - Dissertasiya işi giriş, üç fəsil, nəticə və ədəbiyyat siyahısından ibarət olmaqla 143 səhifə həcmindədir. Burada 1 sxem və 15 cədvəl verilmişdir. İstifadə olunan ədəbiyyat siyahısında isə 128 ədəbiyyatın adı verilmişdir.

İŞİN ƏSAS MƏZMUNU

“Giriş”də dissertasiya işinin aktuallığı əsaslandırılır, problemin öyrənilmə səviyyəsi, tədqiqatın məqsəd və vəzifələri, obyekt və predmeti göstərilir, həmçinin işin elmi yeniliyi, elmi-nəzəri və praktik cəhətdən əhəmiyyəti və aprobeasiyası şərh edilir.

İşin “**Azərbaycanda istehlak bazarının formalaşmasının nəzəri-metodoloji problemləri**” adlanan I fəslində «Bazar» anlayışı, ona dair müxtəlif elmi baxışlar və istehlak bazarının yaranması zəruriliyi geniş şəkildə təhlil olunmuş, istehlak bazarının mahiyyəti, funksiyaları və xüsusiyyətləri, o cümlədən istehlak bazarının forma-laşmasında xarici ticarət iqtisadi əlaqələrin rolu müəyyən edilmişdir. Bazar yalnız əmtəə mübadiləsi, tələb-təklif sferası olmayıb eyni zamanda istehsal sferasını əhatə edir və daim inkişaf edir. Belə ki, bazar münasibətlərinin yaranması və inkişafı istehsalda olan amillərlə müəyyən edilir. Bazarın əsas meyarı istehsal sferasını əks etdirir və bazar münasibətlərinin yaranmasına xidmət edir. Hər şeydəm əvvəl qeyd etmək lazımdır ki, bazarla iqtisadiyyat arasında qarşılıqlı əlaqə vardır, biri digərinin inkişafına imkan yaradır. Yəni əvvəlcə iqtisadiyyatın inkişafı bazarın meydana gəlməsinə səbəb olmuş, mükəmməl formalaşmış bazar isə cəmiyyətə lazım olan iqtisadiyyatın formalaşmasına fəal təsir göstərmişdir. Müxtəlif dövr- lərdə bazar da müxtəlif şəkildə fəaliyyət göstərmiş və özünün düşdüğü şəkli uyğun gələn iqtisadiyyatın formalaşmasında əsas rol oynamışdır.

Araşdırmalar göstərir ki, bazar iqtisadi hadisə kimi, müəyyən sosial-iqtisadi şəraitdə fəaliyyət göstərir. O, istehsal vasitələrindən və mülkiyyət formalarından asılıdır. Bəşəriyyətin inkişafında bazarın çox böyük rolu vardır. O, insan cəmiyyətin ilk pillələrindən sonralar meydana gəlmiş olsa da, bəşəriyyətin tərəqqisinə təkan vermiş, cəmiyyətin inkişafını sürətləndirmişdir. İstər xırda, istərsə də iri əmtəə istehsalı şəraitində bazar həmişə ictimai tələbatı tam dolğunluqla ödəyir. Bazar bütövlükdə, çoxşaxəli sistem olub, mürəkkəb struktura malikdir. Bəzi müəlliflər bazarı əmtəə tədavülü ilə eyniləşdirir, digərləri isə bazarı əmtəələrin satışı ilə, bəziləri isə bazarı əmtəə münasibətləri kimi, digərləri isə bazarı istehsalçılar və istehlakçılar arasında münasibət kimi başa düşürlər. Bununla əlaqədar olaraq bazarın belə geniş iqtisadi prosesi əhatə etməsi onun

idarə edilməsini çətinləşdirir. Ümumiyyətlə, bazar elə bir xüsusi dairədir ki, burada əmtəə-pul münasibətləri sistemi vasitəsilə əmək məhsulları mübadilə olunur. Bazar sistemində əhalinin şəxsi tələbatının ödənilməsi baxımından istehlak bazarı xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bazarın konkret növü, təzahür forması və bazar mexanizminin təcrübədə reallaşdığı sahədir. Fikrimizcə, konkret bazar növünün öyrənilməsi ilə bazar əlaqələrinin, qanunlarının, münasibətlərinin mexanizmini tədqiq etmək olar. Sonda iqtisadi kateqoriya olan «bazar» nəzərdən keçirilərkən daha dar mənada o, mübadilə mərhələsində çıxış edir. Bazar münasibətlərinin obyektləri məhsul, istehsal texnologiyası, maliyyə vəsaitləri, qiymətli kağızlar, işçi qüvvəsi və s. olar. Buna müvafiq olaraq, kapital və ya pul vəsaiti bazarı, əmtəə bazarı, qiymətli kağızlar bazarı, işçi qüvvəsi bazarı, texnika və texnologiya bazarı fəaliyyət göstərə bilər.

Fikrimizcə, istehlak bazarı bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqədə olan elementləri əhatə etməklə, mürəkkəb kompleks sistemdir. İstehlak bazarının əmələ gəlməsi və inkişafının əsasında ictimai əmək bölgüsü durur və onun inkişafı ilə əlaqədar olaraq o daim genişlənir və təkmilləşir. Aparılan tədqiqatlar göstərir ki, ölkələr arasında iqtisadi əlaqələrin genişlənməsi bütövlükdə iqtisadiyyata, o cümlədən istehlak bazarına çox güclü təsir göstərir. Ona görə də keçid iqtisadiyyatlı ölkələrdə, o cümlədən Azərbaycanda istehlak bazarının formalaşması xüsusiyyətlərinin öyrənilməsi mühüm əhəmiyyətə malikdir. Məhz bu nöqteyi nəzərdən «istehlak bazarı» anlayışının sosial-iqtisadi mahiyyətini açmaq, onun fəaliyyət mexanizmini öyrənmək və bazar münasibətlərinə əsaslanan iqtisadiyyatın formalaşması və inkişafına təsir göstərən daxili və xarici amilləri müəyyən etmək tələb olunur.

Fikrimizcə, istehlak bazarında tarazlıq yaradılması cəmiyyət qarşısında duran ən mühüm problemlərdən biridir. Bazar münasibətləri şəraitində əhalinin sosial müdafiəsinin etibarlı təminat mexanizminin formalaşdırılması istehlak bazarının tənzimlənməsini obyektiv zərurətə çevrilmişdir. Deməli, ölkədə bazar iqtisadiyyatının təşəkkülü şəraitində normal istehlak bazarının formalaşması istehsal, xarici ticarət-iqtisadi əlaqələr və gəlirlər arasında dinamik tarazlığın təmin olunmasını nəzərdə tutur. Təhlillər göstərir ki, daxili istehsal potensialından tam və səmərəli istifadə olunması xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bu bir tərəfdən istehlak bazarında təklifin çoxalması, digər

tərəfdən isə daxili istehlakçıların gəlirlərinin artması ilə əlaqədardır. Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, bir çox hallarda, daxili istehsalın artırılması yeni kapital qoyuluşları əsasında istehsalın strukturunun yenidən qurulmasını, mövcud istehsal müəssisələrinin texniki və texnoloji cəhətdən modernləşdirilməsini, yeni istehsal müəssisələrinin yaradılmasını və s. tələb edir ki, bunu əksər hallarda, daxili imkanlar hesabına həyata keçirmək mümkün olmur və ya gözlənilən səmərə əldə olunmur. Bunun üçün xarici iqtisadi əlaqələrin inkişaf etdirilməsi və onun istehsal sahələrinin inkişafı üçün xarici investisiya cəlb olunması, müasir texnika və texnologiya əldə olunması, mütərəqqi idarəçilik və təsərrüfatçılıq təcrübəsi qazanılması və s. nəzərdə tutulur.

İstehlak bazarının xarakterik əlaməti ondan ibarətdir ki, qiymətlər məhsul istehsal olunduqdan sonra formalaşır. Aydındır ki, istehsal olunan məhsulların hamısı satıla bilməz. Ona görə də, istehsal olunmuş malların satılması üçün alıcılar maraqlandırılmalı, məhsulların qiyməti aşağı olmalı, müxtəlif güzəştlər edilməli, alıcıları malların texniki-iqtisadi göstəriciləri ilə tanış etmək üçün intensiv reklam aparılmalıdır ki, bu da xeyli məsrəf tələb edir. Ona görə də, istehlak bazarında biznes öz üzərinə müəyyən risk götürür.

Bazar iqtisadiyyatının əsas funksiyası sistemin tarazlığını təmin etməkdir. İqtisadiyyatın daha səmərəli fəaliyyətə keçməsi yalnız bazarın bütöv sisteminin olması şəraitində təmin edilə bilər. İstehlak bazarı bazarlar sistemində ilk və tamamlayıcı halqadır, bu onun başlıca xüsusiyyətidir. Bazarın iqtisadi sistemində istehlak bazarı mərkəzi yer tutur, çünki bazar sistemində tarazlığın pozulması daha çox istehlak bazarına mənfi təsir göstərir. İqtisadiyyatda istehlak bazarının rolu onun funksiyaları vasitəsilə açılır. Bazarın mühüm funksiyalarından biri ölkənin Ümumi Milli Məhsulunun (ÜMM) müəyyən hissəsinin reallaşmasıdır, nəticədə istehsal və tədaviyə sərf edilən məsrəflər ödənilir və bununla da geniş təkrar istehsal prosesinin normal gedişi təmin olunur, yəni istehlak bazarı istehsalla istehlak arasında əlaqələndirici rol oynayır. İstehlak bazarının ikinci funksiyası əmtəələrin istehlakçılara çatdırılmasıdır. Əhali öz pul gəlirlərini əmtəələrə mübadilə etməklə, öz maddi tələbatlarını ödəyir. Bu funksiyanın yerinə yetirilməsi ilə əlaqədar olaraq bazarla iqtisadi qanunlar arasında sıx əlaqə yaranır. Bazarın üçüncü funksiyası ilə əməyə maddi stimül təmin olunur. Yalnız

bazarda pulun əmtəyə mübadiləsi prosesində bölgü təkrar istehsal prosesinin mühüm fazası kimi son mərhələyə daxil olur. Əmtəələrin tələb və təklifi uyğun olmadıqda əhalinin pul gəlirlərinin reallaşmasında çətinlik yaranır. Beləliklə, istehlak bazarında tələb və təklifin tarazlığı bütövlükdə iqtisadi sistemin necə səmərəli işlədiyini göstərir. İstehlak bazarları aşağıdakı əlamətlərinə görə təsnifləşdirilə bilər:

1. Alıcıların xarakterinə görə,
2. Məhsulun tipinə görə,
3. Ərazi əlamətlərinə görə daxili və xaric bazarlara,
4. İstehlak bazarlarının proporsional inkişaf səviyyələrinə görə.

Azərbaycanın regional istehlak bazarının formalaşmasına regionların inkişaf səviyyəsi və iqtisadiyyatın strukturu, əsas istehsal sahələrinin kompleks inkişafı, investisiya proseslərinin xarakteri, əsas istehsal fondlarının yaşı və tərkibi, sosial-demoqrafik vəziyyət təsir göstərir. Müxtəlif regionlarda regional istehlak bazarlarının formalaşması və inkişafında əhəmiyyətli fərqlər vardır. Regional istehlak bazarlarının inkişafında infrastruktur həlledici rol oynayır. Regional istehlak bazarlarının mütləq qismi infrastrukturunun yaradılması iqtisadiyyatın ayrı-ayrı subyektləri arasında əlaqə yaratmağı, onların fəaliyyətini koordinasiya etməyi tələb edir. Ona görə də infrastrukturun inkişafı kompleks sistemli yanaşma əsasında həyata keçməlidir.

Tədqiqatlar göstərir ki, xarici iqtisadi əlaqələr, xüsusən xarici investisiyalar təkcə təklifin hazır məhsul və xidmətlərlə təmin olunmasında iştirak etməklə kifayətlənməyib, həm də daxili istehsalın özünün də dirçəlməsinə və inkişafına şərait yaradır. Hazırda Azərbaycan Respublikası 150 xarici dövlətlə ticarət edir. 2008-ci ildə xarici ticarət dövriyyəsi 54,9 mlrd. ABŞ dollarından çox olmuşdur. Ölkədaxilindəki istehlak bazarının formalaşmasında o böyük rol oynamışdır.

Azərbaycanın xarici iqtisadi fəaliyyətinə və ticarət əlaqələrinə diqqət yetirsək, onda bu sahədəki mal dövriyyəsinin həcmində baş verən bir sıra əlverişli və əlverişsiz dəyişiklikləri görürük. Bu zaman çərçivəsində (1991-2014-cü illər) ölkənin xarici ticarət dövriyyəsinin dinamikası aşağıdakı cədvəldə göstərilib.

Cədvəl 1

1991-2014-cü illərdə xarici ticarət əlaqələrinin dinamikası
(mln.ABŞ dol.)

İllər	Ticarət dövriyyəsi	İdxal	İxrac	Saldo (ixrac-idxal)
1991	4002,2	1881,2	2121,0	239,8
1992	2423,8	939,8	1484,0	544,2
1993	1353,5	628,8	724,7	95,9
1994	1430,6	777,9	652,7	- 125,2
1995	1304,9	667,7	637,2	- 30,5
1996	1591,9	960,6	631,3	- 329,3
1997	1575,7	794,4	781,3	- 13,1
1998	1682,6	1076,5	606,1	- 470,4
1999	1965,6	1035,9	929,7	- 106,2
2000	2917,3	1172,1	1745,2	573,1
2001	3745,3	1431,1	2314,2	883,1
2002	3832,9	1665,5	2167,4	501,9
2003	5216,6	2626,2	2590,4	- 35,8
2004	7131,4	3515,9	3615,5	99,6
2005	8558,4	4211,2	4347,2	136,0
2006	11638,9	5266,7	6372,2	1105,5
2007	11771,7	5713,5	6058,2	344,7
2008	54922,8	7166,6	47756,2	40589,6
2009	20824,5	6123,1	14701,4	8578,3
2010	27960,8	6600,6	21360,2	14759,6
2014	39462,1	9187,7	30274,4	21086,7

Qeyd: Azərbaycanın xarici ticarəti, 2009, s.6 və Azərbaycanın xarici ticarəti, 2011, s.12 və Azərbaycanın xarici ticarəti 2015 s.12 əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilib.

Cədvəl məlumatlarından göründüyü kimi, bütün 90-cı illər ərzində ölkə üzrə xarici ticarət dövriyyəsi daim 1991-ci ildəkinin yarısından xeyli az bir hissəni təşkil etmiş, yalnız 2002-ci ildən sonra bu səviyyəni ötüb keçmişdir. 2008-ci ildə isə xarici ticarət dövriyyəsi 1991-ci il səviyyəsini 7 dəfə qabaqlamışdır. Lakin bu müsbət hal istehlak malları hesabına yox, əsasən nef ixracı və dünya bazarlarında neftin qiymətinin yüksəlməsi, yəni dünya bazarlarındakı konyunktura dəyişikliyi hesabına baş vermişdir.

Xarici ticarət saldosunun həmişə müsbət olması, yaxud ixracatın idxalatdan üstün olması üçün milli istehsalçılarımız himayə olunmalı, istehsalı Azərbaycanda həmişə tanınmış balıq kürüsü,

zeytun və digər ərzaq malları, bir sıra paltar növləri və s. kimi ənənəvi ixracat mallarının keyfiyyətini yüksəltmək və çeşidini genişləndirmək kimi tədbirlər görülməlidir. Belə tədbirlərin görülməsi, Azərbaycanın beynəlxalq əmək bölgüsündə daha faydalı surətdə iştirak etməsinə şərait yaradar. Hər bir ölkənin iqtisadi-coğrafi və s. amillərinə əsasən ölkə müəyyən əmtəələrin istehsalının onun üçün daha ucuz başa gəldiyindən, həmin beynəlxalq əmək bölgüsünün və xarici-ticarət-iqtisadi əlaqələrin üstünlüyündən istifadə etməli, ondan faydalanmalıdır. Ona görə də dövlətin xarici-ticarət-iqtisadi əlaqələrə müdaxilə etməsi obyektiv bir zərurətdir. Dövlətin iqtisadi proseslərə bu təsiri isə bazar iqtisadiyyatı şəraitində yalnız tənzimləmə şəklində ola bilər. Məlum olduğu kimi, ölkənin imkanlarına əsasən xarici ticarət-iqtisadi əlaqələrin dövlət tənzimlənməsinə münasibətdə tarixən iki əsas meyl formalaşmışdır: fritrederçilik (azad ticarət) və proteksionizm. Bu baxımdan demək olar ki, müasir dövrdə hər hansı bir ölkədə normal istehlak bazarının formalaşması və onun dinamik tarazlı inkişafının təmin olunması məqsədyönlü xarici ticarət-iqtisadi siyasət aparılmasını, başqa sözlə, xarici ticarət-iqtisadi əlaqələrin beynəlxalq hüquq normalarına və dünya praktikasına əsaslanan, milli iqtisadiyyatın inkişaf xüsusiyyətlərini və perspektivlərini nəzərə alan və konkret şəraitin tələblərinə cavab verən mükəmməl və çevik dövlət tənzimləmə sisteminin yaradılmasını nəzərdə tutur.

Dissertasiya işində aparılan təhlil nəticəsində, yekun olaraq qeyd edə bilərik ki, Azərbaycanda normal istehlak bazarının formalaşması baxımından xarici iqtisadi əlaqələrin, o cümlədən, xarici ticarətin inkişaf etdirilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Dissertasiya işinin **“Azərbaycan Respublikasında istehlak bazarının formalaşmasının müasir vəziyyəti və qiymətləndirilməsi”** adlanan II fəslində isə Azərbaycan Respublikasında istehlak bazarının müasir vəziyyəti və təmin olunma səviyyəsi, istehlak bazarının formalaşmasında daxili istehsalın və xarici ticarət iqtisadi əlaqələrin təsiri ətraflı şəkildə təhlil edilir, Azərbaycanın istehlak bazarının formalaşmasında İran İslam Respublikası ilə ticarət iqtisadi əlaqələrin rolu tədqiq edilir. Tədqiqatlar göstərir ki, istehlak mallarının istehsalı istehlak bazarında tələbatın ödənilməsi üçün birinci dərəcəli əhəmiyyətə malikdir. Azərbaycan əhalisinin bu mallara olan tələbatının yarından

çoxu xaricdən idxal olunan mallar hesabına ödənilir. İdxal olunan malların strukturunda əsas hissəni (43 faizə yaxın) parça, geyim, ayaqqabı, qeyri-ərzaq mallar təşkil edir. Əhalinin ərzaq mallarına olan tələbatının təqribən beşdə iki hissəsi kənddən gətirilən mallar hesabına ödənilir.

Sənaye istehlak mallarının beşdə üç hissəsi başqa dövlətlərdən idxal olunur. Respublikada mədəni-məişət təyinatlı mallar demək olar ki, ümumiyyətlə istehsal olunmur. Əhalinin bu mallara olan tələbatın əsas hissəsi idxal hesabına ödənilir.

Əhalinin istehlak mallarına olan tələbatını ödəmək üçün yerli istehsalı inkişaf etdirməklə yanaşı, həm də xaricdən zəruri mallar idxal olunur. Respublikaya sitrus, quru meyvə, qənd, çay, marqarin məhsulları, şampan, tütün məmulatları idxal edilir. Eyni zamanda əhalinin makaron məmulatlarına, şəraba, konyak və pivaəyə olan tələbatın 50 faizindən çoxu yerli istehsal hesabına ödənilir. Bostan bitkilərinin, meyvə-tərəvəz məhsulları istehsalının artması, həmin məhsulların digər respublikalara ixrac edilməsinə imkan yaradır. İdxal olunan qeyri-ərzaq mallarının nomenklaturası daha genişdir: yüngül sənaye məhsullarının 11 əmtəə qrupu, mədəni-məişət təyinatlı malların 17 əmtəə qrupu, təsərrüfat mallarının 19 əmtəə qrupu, xırdavat mallarının 15 əmtəə qrupu ilə təmsil olunur.

Aparılan araşdırmalardan məlum olur ki, istehlak bazarının formalaşdırılması sahəsində respublikada çox ciddi işlər görülür. Ölkədə aparılan iqtisadi islahatlar, sahibkarlığın inkişafı və bütün bunlar ərzaq və qeyri-ərzaq malları istehsalının getdikcə artmasına səbəb olur. 2011-ci ildə ölkədə adambaşına düşən ümumi daxili məhsul istehsalı 5651 manat və yaxud 7156 ABŞ dolları olmuşdur. Onun 68 faizi məhsul istehsalı, 28 faizi xidmətlər göstərilməsi hesabına, 6 faizi isə məhsula və idxala qoyulan vergilərdən yaranmışdır. Əkin sahələrinin 65 faizindən çoxunda dənli bitkilər əkilir. Ərzaq təyinatlı kənd təsərrüfatı bitkilərinin artırılmasına daha çox üstünlük verilir. Elə bunun nəticəsidir ki, 2012-ci ildə ölkəmizdə 2,8 milyon tona yaxın taxıl istehsal edilmişdir.

Kənd təsərrüfatının intensiv inkişaf etdirilməsi üçün texnika ilə təchizat, mineral gübrələr və ziyanvericilərə qarşı mübarizə vasitələri ilə təminat, meliorasiya və irriqasiya sisteminin yenidən qurulması, kənddə infrastrukturun inkişafı, yol, nəqliyyat, rabitə və

digər kommunikasiya şəbəkəsinin geniş inkişafı və istehsal olunmuş məhsulun satılmasına diqqət artırılmalıdır.

Dövlət Proqramlarına (2004-2008, 2009-2013) uyğun olaraq Azərbaycanda əhalinin istehlak tələbini ödəmək və əsas ərzaq məhsulları istehsalını artırmaq üçün təxirəsalınmaz tədbirlər görülmüşdür. Qeyd etmək lazımdır ki, görülmən işlər öz bəhrəsini verir. Bunu aşağıda verilən 2. saylı cədvəl məlumatları da sübut edir.

Cədvəl 2

2000-2011-ci illərdə Azərbaycanda əsas növ ərzaq məhsullarının istehsalı (ton)

	2000	2005	2009	2010	2011
Taxıl	1540,2	2126,7	2988,3	2000,5	2458,4
Kartof	469,0	1083,1	983,0	953,7	938,5
Tərəvəz	780,8	1127,3	1178,6	1189,5	1214,8
Bostan məhsulları	261,0	363,8	410,8	433,6	478,0
Üzüm	76,9	79,7	129,2	129,5	137,0
Meyvə və giləmeyvə	477,0	625,7	718,2	729,5	765,8
Yaşıl çay yarpağı	1,1	0,7	0,45	0,54	053
Ət (kəsilmiş çəkiddə) min ton	153,6	205,0	237,1	253,8	263,7
Süd, min ton	1031,1	1251,9	1433,1	1536,2	1622,3
Yumurta, milyon ədəd	542,6	874,6	1209,4	1178,6	1011,0
Balıq və balıq məhsulları	44058	44863	45088	45315	45500

Qeyd: Azərbaycanın Statistik göstəriciləri. Azərbaycan Respublikasının
Dövlət Statistika Komitəsi. 2012, s. 496-500.

Rəqəmlərin təhlili göstərir ki, ölkədə taxıl istehsalı ildən ilə artır. Azərbaycanda əgər 2000-ci ildə cəmi 1,5 milyon ton taxıl istehsal edilmişdisə, bu rəqəm 2011-ci ildə 2,5 milyon tona çatdırılmış və, hətta 2012-ci il məlumatlarında 2,8 milyon ton taxıl istehsal edildiyi göstərilir. Gələcək illərdə taxıl istehsalında daha böyük hədəflərə çatmaq üçün və Azərbaycanın idxaldan asılılığını aradan qaldırmaq üçün dövlət stimullaşdırıcı tədbirlər həyata keçirir. Sahibkarlara güzəştli kreditlər verir, güzəştli qaydada yanacaq, gübrə və lizinq yolu ilə texnika verir.

Ölkədə əldə olunan makroiqtisadi sabitlikdən sonra keçən illər ərzində adambaşına taxıl istehsalında 151 kq, kartof istehsalında 82 kq, tərəvəz istehsalında 77 kq, meyvə istehsalında 41 kq, ət istehsalında 18 kq., süd istehsalında 68 kq., yumurta istehsalında isə 50 ədəd artım baş vermişdir. Ümumiyyətlə, aparılan təhlillər və

araşdırmalar göstərir ki, Azərbaycanda yerli məhsulların istehsalı artır, əhalinin ərzaq məhsulları ilə təmin olunma səviyyəsi yüksəlir və istehlak bazarı tədricən formalaşır. İstehlak bazarı təkcə yerli istehsal hesabına deyil, həm də xarici amillər, yəni idxalın təsiri altında formalaşır.

Bundan başqa, II fəsildə müasir bazar iqtisadiyyatı şəraitində Azərbaycanda istehlak bazarının xüsusiyyətlərini daha da geniş təhlil etmək üçün bu bazarda təklifin formalaşması xüsusiyyətləri və mənbələri də araşdırılmışdır. Aparılan təhlildən aydın olur ki, bir çox istehlak malları üzrə Azərbaycanın bazar fondunun daxili istehsal mənbələri hesabına təmin edilməsi çox aşağı səviyyədədir. Məhz bu baxımdan da həmin məhsullara olan tələbatın çox hissəsinin idxal hesabına ödənilməsi zərurətini yaradır. Ölkənin daxili istehlak bazarının xarici ticarət-iqtisadi əlaqələri üçün açıq olması buna şərait yaradır ki, burada idxal malları hesabına rəqabət güclənsin və beləliklə də bazarda istehlak mallarının qiyməti aşağı düşsün. Eyni zamanda bu rəqabət istehlak malları üzrə daxili istehsalçıların da öz istehsallarını daha mütərəqqi üsullarla həyata keçirməsinə stimül yaradır ki, bu da son nəticədə ölkənin istehlak məhsulları üzrə istehsalının keyfiyyətini və səmərəliliyini yüksəltmiş olur. Ümumiyyətlə həm aparılan araşdırmalar, həm də statistik məlumatların təhlili göstərir ki, iqtisadiyyat inkişaf etdikcə və yerli istehsal artdıqca əhalinin adambaşı ərzaq məhsulları istehlakında idxalın xüsusi çəkisi azalmaqdadır.

Məlumdur ki, Azərbaycanın xarici ölkələrlə iqtisadi əlaqələri getdikcə genişlənir. Ümumiyyətlə hesab etmək olar ki, qeyri-neft sektorunun inkişafı gələcəkdə ölkəni bir çox məhsullar üzrə idxaldan asılılığını aradan qaldıracaqdır. Bu zaman ölkədaxili və beynəlxalq sahələrdə istehlak bazarlarının təmin olunması və tarazlaşdırılması, o cümlədən tələb və təklifin həcm və strukturu, istehlakçıların gəlirləri və mövcud qiymətlər arasında dinamik uyğunluq yaradılması və saxlanılması üçün təklif təkcə daxili istehsal hesabına yox, həm də idxal mənbələri hesabına formalaşır.

Qeyd etmək lazımdır ki, hər bir ölkə çalışır ki, onun ticarət dövriyyəsi müsbət saldoya malik olsun. Bu baxımdan araşdırmalar göstərir ki, Azərbaycanın ticarət dövriyyəsi keçən əsrin 90-cı illərində mənfi saldoya malik olmuşdur. Lakin, 2000-ci ildən başlayaraq, 2003-cü il istisna olmaqla, bütün illərdə müsbət saldoya

malik olmuşdur. Bunun müsbət cəhətlərini qeyd etməklə həm də vurğulamaq lazımdır ki, bu hal istehlak malları hesabına yox, əsasən neft ixracı hesabına baş vermişdir. Ona görə də gələcəkdə neftdən asılılıq tamamilə aradan qaldırılmalı və qeyri-neft sektoru, o cümlədən istehlak malları istehsalı getdikcə artırılmalıdır. Bu sahədə Azərbaycan hökumətinin gördüyü işlər təqdirəlayiq hesab edilməlidir. Statistik materialların tədqiqi göstərir ki, Azərbaycanın ixrac potensialı artmaqla yanaşı idxal etdiyi malların da xüsusi çəkisi artmaqdadır. Bunu İran İslam Respublikasının timsalında tərtib edilmiş aşağıdakı cədvəldən daha aydın görmək olar:

Cədvəl 3

2006-2014-cü illərdə Azərbaycan Respublikasının İrandan idxalı

İllər	Bütün ölkələrdən cəmi (min ABŞ dolları)	O cümlədən		
		İran İslam Respublikasından (min ABŞ dolları)	Xüsusi çəkisi	Yeri
2006	5266743,7	85917,4	1,6	14
2007	5713525,3	105235,7	1,8	13
2008	7109980,9	97227,2	1,4	15
2009	6123110,5	78681,4	1,3	17
2010	6600611,6	118238,6	1,8	15
2014	9187697,6	147156,2	1,6	15

Qeyd: Azərbaycanın xarici ticarəti. Statistik məcmuə, Bakı, 2011, s. 19-23;

Azərbaycanın xarici ticarəti Bakı, 2015, s. 20-23

Cədvəldən gördüyü kimi 2006-2014-cü illərdə Azərbaycan Respublikasının xarici ölkələrdən idxal etdiyi mallar xeyli artmışdır. Belə ki, əgər 2006-cı ildə cəmi 5,3 milyard ABŞ dolları miqdarında mal idxal olunmuşdursa bu rəqəm 2014-cü ildə 9,2 milyard ABŞ dolları təşkil etmiş və ya 3,9 milyard ABŞ dolları miqdarında artmışdır. İran İslam Respublikasının timsalında aparılan tədqiqat göstərir ki, Azərbaycanın müstəqillik əldə etdiyi ilk illərdə İranın idxalda payı böyük xüsusi çəkiyə malik olmuşdur. Lakin son illərdə İran İslam Respublikasından idxal olunan mallar getdikcə azalmış və 2006-cı ildə bu rəqəm 85,9 milyon ABŞ dollarına çatmış və ya bütövlükdə idxalın həcmində xüsusi çəkisi 1,6 faiz təşkil etmişdir. İran İslam Respublikasından Azərbaycan Respublikasına idxal olunan malların əmtəə strukturunda da maraqlı məqamlar vardır. Təhlillər göstərir ki, İran İslam Respublikasından Azərbaycan

Respublikasına idxal olunan malların əmtəə strukturunda ərzaq və qeyri-ərzaq istehlak malları içərisində bir çox malların xüsusi çəkisi çox böyükdür. Son doqquz ilin təhlili göstərir ki, İrandan Azərbaycana diri ev quşları, quş yumurtaları, kartof, təzə tərəvəz, təzə meyvə, meyvə və tərəvəz konservləri, çörək, unlu qənnadı məmulatları, çay, şəkərli qənnadı məmulatları və s. ərzaq malları idxal edilir. Qeyd edək ki, idxal olunan bir çox ərzaq mallarında İran İslam Respublikasının xüsusi çəkisi yüksəkdir və hətta birinci yeri tutur.

Dissertasiyada verilən rəqəmlərdən məlum olur ki, İrandan idxal olunan mallar içərisində qeyri-ərzaq istehlak malları da mühüm yer tutur. Azərbaycana idxal olunan qeyri-ərzaq mallarından sintetik yuyucu maddələr, sabun, dərman vasitələri, ayaqqabı, oturmaq mebelləri, ağacdən hazırlanmış ofis, mətbəx, yataq mebelləri, pambıq parçalar, məişət soyuducuları və bir çox digər istehlak malları məhz İranın payına düşür. Ümumiyyətlə qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycanın istehlak bazarı təkcə daxili istehsal hesabına deyil, həm də xarici ticarət hesabına formalaşır. Ona görə də respublikamızda normal istehlak bazarının formalaşması baxımından xarici-iqtisadi əlaqələrin, o cümlədən xarici ticarətin inkişaf etdirilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Deyilənlərə yekun vuraraq, xarici iqtisadi əlaqələr və ticarət zamanı müasir dövrün xüsusiyyətləri və mütərəqqi dünya təcrübəsini nəzərə almaqla, ümumiləşərək, bu qənaətə gəlirik ki, müasir dövrdə keçid iqtisadiyyatlı ölkələr üçün xarici ticarət iqtisadi əməkdaşlıq strategiyası bir sıra prinsipləri əsas tutmalıdır: xarici ticarət-iqtisadi əməkdaşlıq, siyasətin vahidliyi və sistemliyinin təmin olunması, məqsədlərin və ya hədəflərin ardıcılığının düzgün müəyyənləşdirilməsi, vəziyyətinin obyektiv qiymətləndirilməsi, ölkənin beynəlxalq əmək bölgüsündəki üstünlüklərinin düzgün müəyyənləşdirilməsi, dünya iqtisadiyyatından baş verən global proseslərin və dünya təsərrüfat sisteminin inkişaf meyilləri və qanunauyğunluqlarının nəzərə alınması. İstehlak mallarının idxalının genişlənməsi daxili bazarda rəqabəti gücləndirir və nəticədə ölkədə istehsal olunan müvafiq məhsulların keyfiyyətinin yüksəldilməsi üçün stimül yaradır.

Dissertasiyanın III fəslində **“İstehlak bazarının formalaşdırılması sahəsində Azərbaycan-İran ticarət iqtisadi əlaqələrinin**

daha da təkmilləşdirilməsi və inkişaf istiqamətləri” geniş araşdırılmışdır. Burada yaxın perspektivdə Azərbaycanın istehlak bazarının inkişaf imkanları tədqiq edilmiş, Azərbaycan Respublikası ilə İran İslam Respublikası arasında ticarət iqtisadi əlaqələrin təkmilləşdirilməsi və inkişaf istiqamətləri müəyyən edilmişdir. Tədqiqatda göstərilmişdir ki, müstəqillik illərində iqtisadiyyatın inkişafı sahəsində çox iş görülməsinə baxmayaraq Azərbaycanın istehlak bazarında hələ bir çox problemlər və çatışmazlıqlar mövcuddur. Belə ki, hazırda Azərbaycanın istehlak bazarı idxaldan çox asılıdır. Hər il ölkə böyük miqdarda istehlak malları idxal edir və idxal olunan istehlak mallarının strukturunda ərzaq malları üstünlük təşkil edir, əhalinin bir hissəsinin alıcılıq qabiliyyətinin aşağı səviyyədə olması müqabilində istehlak bazarında qiymətlərin səviyyəsi çox yüksəkdir. Azərbaycanda davamlı və sürətli inkişaf istehlak bazarının mövcud vəziyyəti ilə uyğun gəlmir və bu baxımdan da istehlak mallarının istehsalı sahəsində xüsusi tədbirlər hazırlayıb həyata keçirilməlidir. Demografik dəyişikliklər Azərbaycanın istehlak bazarının inkişaf perspektivinin planlaşdırılmasında mühüm rol oynayır. Çünki, əhalinin artması, onun tərkibinin dəyişməsi ilə yanaşı istehlak bazarının quruluşu və həcmi də dəyişir. İstehlak bazarının inkişafı və quruluşu əhali üçün nəzərdə tutulduğundan həmin göstəricinin həcm və quruluşca hesablanması mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Tədqiqatda göstərilir ki, əhalinin sayının artması istehlak malları bazarında ərzaq mallarında yox, qeyri-ərzaq mallarında müəyyən dəyişiklik edə bilər. Fikrimizcə, gələcəkdə tədiyyə qabiliyyətli tələbatın strukturunda mütərəqqi dəyişikliklərlə yanaşı, hər bir əmtəə qrupunun strukturunda da dəyişikliklər baş verəcəkdir. Buna görə ərzaq mallarına olan tələbatın dinamikası yüksək keyfiyyətli və kalorili məhsulların xüsusi çəkisinin artması ilə səciyyələnir və bu hər şeydən əvvəl məhsullara olan tələbatın strukturuna təsir edir. Malların əsas istehlak göstəricilərinin təhlili gələcəkdə respublikanın istehlak bazarının inkişafının kompleks proqnozlaşdırılmasına imkan verəcəkdir. 2015-ci ilədək tələb və təklifinin proqnoz-balans hesabatı respublikada istehlak bazarının zənginləşdirilməsi və təkmilləşdirilməsi üzrə əhalinin istehlak mallarına olan tələbatının təmin edilmə dərəcəsini təhlil etməyə imkan verir. Əhalinin ərzaq mallarına olan tələbatının proqnozu

göstərir ki, yaxın perspektivdə əsas qida məhsullarına olan tələbatın ödənilməsi mümkün olmayacaq.

Fikrimizcə, ərzaq malları bazarında vəziyyətin normallaşdırılması, onun zənginləşdirilməsi, birincisi, emaledici sənayedə əsas vəzifələri həll etmək, ikincisi, perspektivdə əhalinin əsas qida məhsullarına olan tələbatının tam ödənilməsini təmin etmək üçün respublikanın istehlak bazarının zənginləşdirilməsi üzrə milli proqramda nəzərdə tutulan tədbirlərini tam reallaşdırmaq lazımdır. Azərbaycanın əmək ehtiyatlarının təqribən yarısının kənd təsərrüfatı istehsalına marağının artmasını nəzərə almaqla, kənd təsərrüfatının intensiv inkişafına xüsusi diqqət yetirilməlidir. Bunun üçün fermer təsərrüfatlarının fəaliyyətinin aktiv surətdə stimullaşdırılmasının təmin edilməsi, kənd təsərrüfatı istehsalına servis xidmətinin və kreditləşmənin müasir sisteminin yaradılması nəzərdə tutulmalıdır. Əlverişli təbii-iqlim şəraiti və kifayət qədər əmək ehtiyatlarının olması yaxın gələcəkdə həm ərzaq, həm də xammal xarakterli kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalının xeyli artırılmasına imkan verəcəkdir. İqtisadiyyatın qeyri-neft sektorunun və infrastrukturunun köklü surətdə yeniləşdirilməsi, sahibkarlıq fəaliyyətinə kömək və kənd təsərrüfatının və regionların sürətli inkişafı sahəsində yuxarıda göstərilən və bu kimi digər tədbirlərin həyata keçirilməsi, qarşıya qoyulan məqsədlərə nail olmasında rezidentlərin və qeyri-rezidentlərin maraqlarının artırılması istiqamətində vergi-büdcə, pul-kredit, investisiya və xarici iqtisadi siyasətdə xeyli düzəlişlər edilməsini tələb edir.

Tədqiqat işində perspektivdə respublikanın ərzaq malları bazarını inkişaf etdirmək məqsədi ilə emaledici sahələrin rəasional struktur, məhsulun təkmilləşdirilmiş satış formaları və iri aqrosənaye kompleksinin formalaşması əsasında, bazarın yüksək keyfiyyətli qida məhsulları ilə təmin edilməsi məsələləri də araşdırılmışdır. İstehlak bazarının perspektiv inkişafında mühüm rol oynayan yeni əmtəələr istehsalının qaydaya salınması və alıcılara satılması uzun bir proses olmaqla bir çox mərhələlərə dair müxtəlif metodlardan istifadə etməyi və son mərhələdə yeni məhsul istehsalının mənimsənilməsini nəzərdə tutur. Bu məsələlərin həll edilməsi isə istehlak bazarının gələcək inkişafının tədqiqi və əvvəlcədən proqnozlaşdırılması deməkdir. Ona görə də istər yeni əmtəələrin istehsalının mənimsənilməsi, onların xassələrinin istehlakçıların tələbatına daha

çox uyğunlaşdırılması, istərsə də kütləvi istehsal və istehlakdan sonra onun müvəffəqiyyət qazanması mühüm bir mərhələnin həllinə geniş yer verilməsindən asılıdır. Qeyri-ərzaq malları bazarının inkişaf perspektivinin təhlili göstərir ki, yaxın perspektivdə bəzi mürəkkəb məişət texnikası malları istisna olmaqla, əhali yaxın və uzaq perspektivdə tələb və təklifin balans hesabatlarının nəticələrindən istifadə etməlidir. Əhalinin bu mallara (paltar yuyan maşınlar, soyuducular, məişət kondisionerləri, maqnitofonlar, televizorlar, şirəçəkən maşınlar, elektrik ütülər, radioqəbuledicilər) tələbatının ödənilməsi bu malların istehsalının mənimlənməsi, bazarın həmin mallarla təchiz edilməsi üzrə proqram tədbirləri işlənilib hazırlanmalı, habelə xarici firmalarla birgə müəssisələr yaradılmalıdır. Dünya təcrübəsinə uyğun olaraq gələcəkdə Azərbaycan əhalisinin istehlakında da dəyişikliklər baş verəcək, tədricən ərzaq malları istehlakı azalaraq qeyri-ərzaq malları istehlakı üstünlük təşkil edəcəkdir.

Fikrimizcə, ölkələrlə birgə müəssisələrin yaradılması və həmin sahələrin inkişafına xarici kapitalın yönəldilməsi məqsədəuyğundur. Hesab etmək olar ki, perspektivdə proqnoz hesabatlarının nəticələrindən istifadə etməklə istehlak malları istehsalının ümumi inkişaf meylini müəyyən etmək olar. İstehlak bazarının inkişaf proqnozu əhalinin sayını, şəhər və kənd əhalisinin xüsusi çəkisini, əhalinin gəlirlərini istehlak normaları əsasında müəyyən etmək olar. Eyni zamanda göstərmək lazımdır ki, proqnoz materialları daim dəqiq- ləşdirilməli və təkmilləşdirilməlidir. Bütövlükdə istehlak mallarının istehsalı, ərzaq malları və qeyri-ərzaq malları istehsalı, onlarda olan dəyişikliklər proqnoz materiallarında öz əksini tapmalıdır. Yuxarıda qeyd olunanları ümumiləşdirərək, bu qənaətə gəlmək olar ki, müasir şəraitdə Azərbaycanda normal istehlak bazarının formalaşması və inkişafının təmin olunması məqsədi ilə daxili istehsal potensialından tam və səmərəli istifadə hesabına ölkənin zəruri istehlak malları, o cümlədən ərzaq məhsulları ilə özünü təmin etmə səviyyəsinin yüksəldilməsi vəzifəsi əsas götürülməlidir. Başqa ölkələrlə xarici iqtisadi əlaqələrin inkişaf etdirilməsi ilə yanaşı ölkəmizin İranla ticarət-iqtisadi əlaqələrin daha da genişləndirilməsi və təkmilləş- dirilməsi zərurəti getdikcə daha aşkar hiss olunmaqdadır. Məhz istehlak bazarının formalaşması və inkişafı baxımından Azərbaycan Respublikasının qonşu İran İslam Respublikası ilə ticarət-iqtisadi əlaqələrində yaranmış hazırkı

vəziyyətin qənaətbəxş olmadığını sübut etməklə yanaşı, bu əlaqələrin müasir dövrün tələblərinə müvafiq olaraq təkmilləşdirilməsini tələb edir. Dünya təcrübəsi göstərir ki, müasir dövrdə inkişaf etmiş ölkələr arasında liberal xarici siyasət xətti daha çox dəstəklənir. Çünki, bu ölkələrin bütün məhsullar üzrə, o cümlədən də istehlak malları üzrə istehsalları modern texnika və texnologiya əsasında həyata keçirilir və onların istehlak malları istehsalı ilə məşğul olan müəssisələri kifayət qədər uğurlu xarici bazar təcrübəsinə malikdirlər. Bu baxımdan onlar zəif inkişaf etmiş ölkələrin bazarlarında uğurla rəqabət apara bilirlər. Deməli, Azərbaycanın istehlak bazarının daxili istehsal hesabına təminatının yaxşılaşdırılması müəyyən mənada proteksionist siyasətdən istifadəni zəruri edir. Lakin, bu ölkə iqtisadiyyatının dünya təsərrüfatına inteqrasiya olunmasına man çilik törədir. Beləliklə Azərbaycanda normal istehlak bazarının formalaşması baxımından elə bir düşünülmüş xarici ticarət-iqtisadi siyasət konsepsiyası hazırlanmalıdır ki, o həm ölkənin göstərilən istiqamətdə inkişafına şərait yaratsın, həm də onun dünya iqtisadiyyatına səmərəli inteqrasiyasını təmin etsin. Bu baxımdan, fikrimizcə, Azərbaycanda əsasən liberal xarici ticarət-iqtisadi siyasətə istiqamət götürülməklə, həm də proteksionist siyasətdən də istifadə olunmalıdır. Qeyd etmək lazımdır ki, gömrük orqanları vasitəsilə idxal olunan məhsulların təkcə miqdarına deyil, eyni zamanda həmin məhsulların keyfiyyət göstəricilərinə də nəzarət edilməlidir.

Tədqiqatda göstərilən məsələlər Azərbaycan və İran arasındakı iqtisadi-ticarət əlaqələrinin metodlarının seçilməsinə aiddir. Bizim başlıca vəzifəmiz iki sərhədyanı, eyni zamanda Azərbaycan və İran arasındakı iqtisadi-ticarət əlaqələrinin daha uyğun gələn və spesifik metodlarının təkmilləşdirilməsini seçməkdən ibarətdir. Fikrimizcə, Azərbaycan və İran arasındakı iqtisadi-ticarət əlaqələrinin təkmilləşdirilməsi metodlarının seçilməsi aşağıdakı istiqamətlərdə həyata keçirilməlidir:

- Azərbaycan Respublikası və İran İslam Respublikası arasındakı perspektivli iqtisadi-ticarət əlaqələrinin əsas göstəricilərinin proqnoz metodlarının müəyyən edilməsi və seçimi;

- Yaxın perspektivə (mikroiqtisadi səviyyə) Azərbaycan və İran birgə müəssisələrinin fəaliyyətinin proqnozlaşdırılması və planlaşdırılması metodlarının müəyyən edilməsi və seçilməsi;

- Azərbaycan və İran (makroiqtisadi səviyyə) arasındakı daşımalar problemi üzrə nəqliyyat məsələlərinin həlli metodlarının müəyyən edilməsi və seçilməsi.

Fikrimizcə, Azərbaycan və İran arasında iqtisadi integrasiya nəinki ticarət maneələrini aradan qaldırar, eləcədə istehsal amillərinin sərbəst hərəkətini təmin edir. Hesab edirik ki, yuxarıda qeyd olunan təkliflər həyata keçirilərsə Azərbaycanda istehlak bazarının formalaşması və inkişafı baxımından xarici iqtisadi əlaqələrin, o cümlədən İran İslam Respublikası ilə ticarət-iqtisadi əlaqələrin yaratdığı imkanlardan daha səmərəli istifadə olunmasına şərait yaranacaqdır.

Tədqiqat işində aşağıdakı nəticələr əldə edilmiş və təkliflər irəli sürülmüşdür:

- Azərbaycan və İran arasında ticarət-iqtisadi münasibətlərdə xarici iqtisadi fəaliyyətin digər mütərəqqi formalarından (birgə sahibkarlıq, elmi-texniki əməkdaşlıq, sərbəst iqtisadi zonalarda əməkdaşlıq və s.) istifadə edilməlidir;

- xarici ticarət-iqtisadi əlaqələrin ölkənin beynəlxalq və regional əmək bölgüsündəki üstünlükləri, sosial-iqtisadi inkişaf perspektivləri, daxili bazar tələbatı və iqtisadi təhlükəsizlik maraqları nəzərə alınmaqla təkmilləşdirilməlidir;

- istehlak malları üzrə idxalı əvəz edən və ixrac yönümlü istehsal sahələrinin inkişaf etdirilməsi, idxal və ixracın strukturunun optimallaşdırılması hesabına xarici ticarət-iqtisadi əlaqələrin səmərəliliyi artırılmalıdır;

- mövcud istehsal və infrastruktur (istehsal, sosial və bazar) sahələrinin texniki və texnoloji cəhətdən modernləşdirilməsi və yeni mütərəqqi istehsal və infrastruktur sahələrinin yaradılması məqsədilə xarici investisiyaların cəlb olunmasının stimullaşdırılması;

- İran İslam Respublikası ilə ticarət-iqtisadi əlaqələrin formalaşdırılmasının müasir dövrün tələblərinə cavab verən mükəmməl mexanizminin yaradılması;

- Azərbaycan və İran arasında investisiya qoyuluşlarının genişləndirilməsi üçün potensial sahələrin aşkar edilməsi və birgə əməkdaşlıq yollarının müəyyənləşdirilməsi;

- Azərbaycan və İran arasında müştərək müəssisələrin yaradılması baxımından perspektivli sahələrdən biri olan kənd

təsərrüfatı sahəsində müştərək layihələr həyata keçirilməsi bu ölkələrdə istehlak bazarının inkişafı üçün də faydalı olardı.

Dissertasiya işinin əsas müddəaları əldə olunmuş nəticə və təkliflər dərc olunmuş aşağıdakı elmi məqalələrdə öz əksini tapmışdır:

1. Özəlləşdirmələr İranda // Rəbitə jurnalı, Tehran: 2007, №124, s. 35-37.

2. Səhm satmaq yolları // Rəbitə jurnalı, İran: 2010, s. 120.

3. Azərbaycanın xarici ticarəti genişlənir // Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası İqtisadiyyat İnstitutunun Elmi əsərləri, Bakı: 2010, № 3, s. 75.

4. İstehlak bazarının dövlət tənzimlənməsinin prinsipləri və metodları // Rəbitə jurnalı, Tehran: 2012, №180. s. 136.

5. Bazara bir baxış // Bilimsel Eksen, Türkiyə: 2013, s. 158-166.

6. Azərbaycanın istehlak bazarının formalaşmasında İranla aparılan ticarət əlaqələrinin rolu / Regional inkişaf və böyük mədəniyyət: mənşə, harmoniya və tipologiya məsələləri mövzusunda keçirilən beynəlxalq elmi konfransın materialları. Naxçıvan: Qeyrət, 2013, s. 80.

7. Bazara bir baxış // Bilimsel Eksen Scientific Axiş. № 06. Ankara brc basım-Türkiyə, 2012, s. 160-166.

8. Ticarət nədir // İqtisad və sığorta jurnalı, Yayıncı aylıq sığorta Ekonomisi, Tehran, 2012, № 13 və 14, s. 28-31.

9. Açıq iqtisadi sistem şəraitində istehlak bazarının mahiyyəti və formalaşmasının nəzəri-metodoloji əsasları // Экономика предпринимательство, Москва. 2012, № 12, с. 33-37.

10. Azərbaycan istehlak bazarının formalaşmasında İranla aparılan ticarət əlaqələrinin rolu / Regional inkişaf və böyük mədəniyyət, mənşə, harmoniya və tipologiya məsələləri. Konfrans Beynəlxalq materialları, NDU, Qeyrət nəşriyyatı, Naxçıvan, 2013, s. 132.

11. Berend nədir // Rəbitələr jurnalı. Tehran, TCI, 2009, № 148, s. 20-21.

12. İstehlak bazarının dövlət tənzimlənməsinin prinsiplərinin metodları // Rəbitə jurnalı, № 184 Tehran: TCI, 2012, s. 4.

13. Azərbaycanın xarici ticarəti genişlənir // Elmi əsərlər, № 02, Bakı: 2010, s. 4.

14. OTC bazarlarında səhmlərin İranın təklifi (Birja səhmlərinin satışı yolları) // Rəbitə jurnalı, Tehran, TCI, 2010, № 170, s. 14-15.

Пешми Гейдар Зейналабдин оглы

**Роль торгово-экономических связей с Иранской Исламской
Республикой в формировании потребительского рынка
Азербайджана**

Резюме

Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, заключения и предложений, списка литературы.

В введении даны актуальность темы, уровень изучения проблемы, цель и задачи, объект, предмет и теоретико-методологические основы, научное новшество исследования.

В первой главе исследованы такие вопросы, как понятие «Рынок», различные взгляды на неё, необходимость создания потребительского рынка, значение, функции и особенности потребительского рынка, роль торгово-экономических связей в формировании потребительского рынка.

Во второй главе подробно проанализированы современное положение потребительского рынка и уровень ее обеспечения, влияние внутреннего производства и внешних торгово-экономических связей на формирование потребительского рынка, роль торгово-экономических связей с Иранской Исламской Республикой в формировании потребительского рынка Азербайджана.

В третьей главе же широко исследованы возможности развития потребительского рынка Азербайджана в ближайшей перспективе, совершенствования торгово-экономических связей и направления развития между Азербайджанской Республикой и Иранской Исламской Республикой.

В результате подведены итоги анализов роли торгово-экономических связей между Азербайджанской Республикой и Иранской Исламской Республикой в формировании потребительского рынка, в то же время даны предложения и рекомендации по их совершенствованию в ближайшей перспективе.

Peshmi Heydar Zeynalabdin oglu

The role of trading and economic relation between Islamic Republic of Iran and Azerbaijan in consumer market formation of Azerbaijan

Summary

Dissertation paper consists of introduction, three chapters, conclusion and referring and reference.

In the introduction the actuality of the theme, the level of researching the problem, the aims and objects, its theoretical-methodological basis, scientific innovations of the research.

In the first chapter such notion as "Market", different views on it, importance of consumer market, function and features of the consumer market, as well as role of trading and economical relations in consumer market formation were investigated.

In the second chapter the position of the modern consumer market and the level of its supplementation, the influence of inner production and external trading and economical relation on consumer market, its role in consumer market formation between Islamic Republic of Iran and Azerbaijan Republic.

In the third chapter the development of consumer market of Azerbaijan, the ways of its improvement have been widely investigated.

In the conclusion was given the summary of the trading and economical relations between Azerbaijan Republic and Islamic Republic of Iran in consumer market formation, were given suggestions and proposals about the ways of their improvement.

Çapa imzalanmışdır: 13.11.2015

Formatı: 60/84, 16/1

Sifariş: 86

Sayı: 100

AMEA Naxçıvan Bölməsinin “Tusi” nəşriyyatında çap edilmişdir.

**НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ НАУК АЗЕРБАЙДЖАНА
НАХЧЫВАНСКОЕ ОТДЕЛЕНИЕ**

На правах рукописи

Гейдар Зейналабдин оглы Пешми

**РОЛЬ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ С
ИРАНСКОЙ ИСЛАМСКОЙ РЕСПУБЛИКОЙ В
ФОРМИРОВАНИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА
АЗЕРБАЙДЖАНА**

**Специальность: 5311.01 – Организация и управление
предприятий**

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т

Диссертации на соискание ученой степени доктора
философии по экономике

НАХЧЫВАН – 2015