

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN MEMARLIQ VƏ İNŞAAT UNİVERSİTETİ**

Əlyazmalar hüququnda

MEHRALIYEV RƏFƏİL İSƏ OĞLU

**AZƏRBAYCANIN MƏNZİL BAZARINDA SAHİBKARLIQ
FƏALİYYƏTİNİN FORMALAŞMASI VƏ İNKİŞAFI**

İxtisas: 5304.01 – "İqtisadi fəaliyyət növləri"

**İqtisad üzrə fəlsəfə doktoru alimlik dərəcəsi almaq üçün
təqdim edilmiş dissertasiya işinin**

AVTOREFERATI

BAKİ – 2015

Dissertasiya işi Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universitetində “Xidmət sahələrinin iqtisadiyyatı və menecment” kafedrasında yerinə yetirilmişdir.

Elmi rəhbər: iqtisad elmləri doktoru, professor
Məmmədov Məhəbbət Aşır oğlu

Rəsmi opponentlər: iqtisad elmləri doktoru, professor
Şirəliyev Vəlif Müseyib oğlu

Iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, dos.
Ağayeva Könül Asaf qızı
Aparıcı təşkilat: Azərbaycan Əmək və Sosial
Münasibətlər Akademiyası

Dissertasiyanın müdafiəsi «_24_» _02_ 2015-ci il saat ____ da
Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti nəzdində Birdəfəlik
Dissertasiya Şurasının iclasında keçiriləcək

Ünvan: Az1073, Azərbaycan Respublikası, Bakı şəhəri, A.Sultanova, 5

Dissertasiya işi ilə Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universitetinin kitabxanasında tanış olmaq olar.

Avtoreferat «____» _____ 2015-ci il tarixində göndərilmişdir

Birdəfəlik Dissertasiya Şurasının
elmi katibi, i.e.n.,dos.

Ağayev A.M.

İŞİN ÜMUMİ XARAKTERİSTİKASI

Mövzunun aktuallığı. Mənzil bazarında sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşması və inkişafı bazar iqtisadiyyatının ayrılmaz elementidir, çünki o iqtisadi artım tempini müəyyən edir. Mənzil bazarı və onun inkişaf səviyyəsi milli iqtisadiyyatın təkmilləşdirilməsi dərəcəsini xarakterizə edir. Azərbaycan şəraitində mənzil bazarında sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşması bazar iqtisadiyyatının əsas amillərindən biri kimi baxılır və iqtisadiyyatın digər sahələrini həvəsləndirir. Özəlləşdirmə qısa müddətdə bazar münasibətlərinə fəal daxil olan sahibkarların müəyyən təbəqəsini yaratdı və onlar bazarın vəziyyətinə tez uyğunlaşdılar. Hal-hazırda ölkənin mənzil bazarında sahibkarlıq fəaliyyəti yaxşı təşkil olunmuş formanı qəbul edib. Bazarda iştirak edən sahibkarlar mənzil sferasında xarici təcrübəsini fəal mənimsəyirlər. Bu təkcə peşəkar sahibkarlara yox, həm də bütün vətəndaşlara aiddir və xüsusi mənzillərinə səmərəli sərəncam verməyi öyrənirlər.

Axırıncı dövrdə sahibkarlıq fəaliyyətinin stimullaşdırılması sahəsində nəşr edilən əsərlərin təhlili göstərir ki, məhz mənzil bazarında sahibkarlığın inkişafı ilə əlaqədar məsələlər tam açıqlanmayıbdır. Bundan əlavə bələdiyyə səviyyəsində birinci və ikinci mənzil bazarlarının inkişafı şəraitinin formalaşması problemlərinə kifayət qədər diqqət yetirilməyib. Bu işdə göstərilən boşluqları doldurmaq üçün cəhd göstərilir və tədqiqatın strateji məqsədi, mənzil bazarında sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşması və inkişaf etdirilməsidir. Bu işə dissertasiya işinin mövzusunun aktual bir problemin tədqiqinə həsr edildiyini göstərir.

Problemin öyrənilməsi vəziyyəti. Mənzil bazarının formalaşması və inkişaf səviyyəsi ilə əlaqədar bir sıra problemlər respublika alimlərinin elmi əsərlərində həm nəzəri, həm də praktiki cəhətdən tədqiq edilmişdir. Bu sahədə tədqiqat aparan V.M.Şirəliyev, İ.Ə.Mehdiyev, M.A.Məmmədov, A.M.Novruzova, M.Ə.Əzizova, M.A.Mövsümova, K.A.Ağayeva, R.T.Cəfərov və başqa alimləri göstərmək olar.

Azərbaycan alimlərinin bu sahədə tədqiq edilən əsərlərində mənzil bazarında sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşması və inkişafı məsələləri metodiki planda kifayət qədər ətraflı baxılmır. Sahibkarlığın və sahibkarlıq fəaliyyətinin mahiyyəti, tədqiqatına ölkəmizin və xarici

ölkələrin alimlərindən O.N.Manafovun, H.Həsənovun, A.Smitin, R.Kaptilonanın, R.Xizriçin, M.Petersin, D.Keynsin, E.Dolanı, Y.Sumpeteri, P.Drukeri və başqalarının əsərlərində bu problem ilə əlaqədar bir sıra məsələlər tədqiq edilmişdir. Sahibkarlığın subyektlərinin təhlili A.Qorbunovun, C.B.Avdeşavin, İ.S.Pivovarovun, A.T.Aqlevin, A.Busiçinin və s. işlərində öz əksini tapmışdır.

Tikintidə sahibkarlıq fəaliyyətinin xüsusiyyətləri və tikinti istehsalının əhəmiyyəti İ.S.Stepanovun, A.N.Asaulun, B.A.Zarenkovun və s. əsərlərində baxılıbdır.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri. Dissertasiya işinin əsas məqsədi Azərbaycanda mənzil bazarında sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşması və inkişafı üzrə elmi-metodik müddəaların əsaslandırılması və praktiki tövsiyələrin hazırlanmasıdır.

İşdə qoyulan məqsədə nail olmaq üçün aşağıdakı konkret vəzifələrin yerinə yetirilməsi qarşıya qoyulmuşdur: mənzil bazarında sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşması və onun infrastrukturunun müəyyən edilməsi; mənzil bazarında sahibkarlıq fəaliyyəti mexanizminin formalaşması; bazarda mənzillərin əlverişliliyinin öyrənilməsi; mənzil bazarında sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşmasının və inkişafının təhlilinin aparılması; mənzilin birinci və ikinci bazarlarında sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafının təhlili; sahibkarlıq fəaliyyətində mənzil bazarının seqmentlərə bölünməsinin təhlilinin aparılması; mənzil tikintisində sahibkarlıq mühitinin formalaşmasının əsaslandırılması; mənzil tikintisi bazarında tikinti şirkətinin sahibkarlıq xarakterinin innovasiyalarla əlaqəsinin öyrənilməsi.

Tədqiqatın predmeti. Mənzil bazarında sahibkarlıq fəaliyyətinin səmərəliliyinin yüksəldilməsi məqsədilə onun tənzimlənməsi və infrastrukturunun müəyyən edilməsinin əsaslandırılmasıdır.

Tədqiqat obyekti. Azərbaycanda mənzil bazarları və onda baş verən proseslərdir.

Tədqiqatın nəzəri və metodoloji əsasları. Dissertasiya tədqiqatının metodoloji və nəzəri əsaslarını mənzil bazarında sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişaf problemlərinin işlənilməsi təşkil edir. Tədqiqat işinin nəzəri və metodoloji yanaşmaların işlənilməsində xarici ölkələrin və Azərbaycan alimlərinin əsərlərinin, habelə Azərbaycan Respublikası

hökumətinin qanunlarının, Bakı şəhəri müdiriyətinin qərarlarının və digər normativ aktların istifadə edilməsidir. Tədqiqatın gedişində sistem yanaşması, ilk informasiyaların işlənməsində statistik metodlar, müqayisəli təhlili, statistik qruplaşdırma, qrafik və s. tətbiq edilmişdir.

Tədqiqatın informasiya bazasını Dövlət statistika Komitəsinin, İqtisadi İnkişaf və Sənaye Nazirliyinin, Dövlət Əmlak Komitəsinin, Bakı şəhəri icra hakimiyyətinin, bələdiyyələrin, tikinti şirkətlərinin məlumatları və hesabatları, həmçinin ölkəmizdə və xaricdə nəşr olunan ixtisaslaşdırılmış elmi əsərlər, dövrü mətbuatda dərc edilən elmi məqalələr, elmi-praktiki konfransların materialları, internet saytlarındakı informasiyalar təşkil edir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi mənzil bazarında sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafının nəzəri və praktiki problemlərinin kompleks tədqiqidir. Nəzəri və praktiki yeniliyi olan bəzi müddəalar və təkliflər əsaslandırılıb və formalaşdırılıb.

- sahibkarlıq fəaliyyətinin sferası kimi mənzil bazarının mahiyyəti, iqtisadi sistem kimi, onun infrastrukturunun formalaşması dəqiqləşdirilib, əsas xüsusiyyətləri və informasiya sistemi göstərilibdir;
- qrafiki təhlil metodu ilə mənzil fondu və mənzil xidmətləri bazarlarının qarşılıqlı fəaliyyəti müəyyən edilib, yəni mənzil bazarında sahibkarlıq fəaliyyəti mexanizmi işlənilibdir;
- bazarda sahibkarların tikdikləri və satdıqları mənzillərin əlverişliliyinin müəyyən edilməsinə metodoloji yanaşmalar əsaslandırılıbdir;
- mənzil bazarında marketinqin idarə edilməsi prosesində məntiqi qarşılıqlı əlaqənin dörd bloka ayrılması və kompleks tədqiqi verilib, tələbin həcmnin, funksiyasının və qiymətlərin dəyişilməsi qrafikləri əsaslandırılıb, alıcının davranışının tədqiqi sxemi tərtib edilib, əmtəənin alınması prosesinə təsir edən amillər aşkar edilmişdir;
- mənzilin birinci və ikinci bazarlarında sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafının təhlili aparılıb və bazarların üstünlükləri və qüsurları

dəqiqləşdirilmiş, növləri, strukturları, formalaşması mərhələləri müəyyənləşdirilmişdir;

- sahibkarlıq fəaliyyətində mənzil bazarının seqmentlərə bölünməsinin təhlili aparılmış və əmtəənin (mənzilin) rəqəbt qabiliyyəti parametrləri və onların hesablanması qaydası verilmişdir;
- mənzil tikintisində sahibkarlığın dövlət tənzimlənməsi baxılmış, tikinti şirkətinin strategiyasını seçmək üçün ŞWOT matrisası və strateji planın qiymətləndirilməsi meyarları dəqiqləşdirilmiş, xərclər üzrə planlaşdırma metodu istifadə edilmişdir;
- mənzil tikinti bazarında yeniliyin işlənilməsinin əsas mərhələləri, innovasiya kommunikasiyası sistemi və şirkətin innovasiya strategiyasının formalaşması əsaslandırılmışdır.

Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti və nəticələrin tətbiqi. İşin praktiki əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, onun əsas müddəalarını, nəticələrini, tövsiyələrini, metodologiyasını İqtisadi İnkişaf və Sənaye Nazirliyi, Maliyyə Nazirliyi, Dövlət Əmlak Komitəsi və tikinti şirkətləri, Bakı şəhərinin və digər şəhərlərin icra hakimiyyətləri, bələdiyyələri, elmi-tədqiqat institutları, idarə qərarlarının qəbul edilməsində istifadə edə bilərlər. Alınan nəticələrin elmi-istehsal və metodiki əhəmiyyəti vardır. İşdə irəli sürülmüş elmi nəticələr Bakı Şəhəri İcra Hakimiyyətinin Mənzil-Kommunal Təsərrüfatı Departamentində istifadə edilmişdir.

Dissertasiyanın tədqiqi prosesində yerinə yetirilən və təklif olunan metodiki materiallar şəhər və regionlarda mənzil proqramlarının hazırlanmasında, həmçinin Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universitetinin tikinti-iqtisad fakültəsində tədris olunan «Tikintinin iqtisadiyyatı», «Tikintidə marketinq», «Tikintidə menecment» və s. fənlərin tədrisində istifadə oluna bilərlər.

Tədqiqatın aprobeasiyası. Dissertasiyanın əsas müddəaları, irəli sürülmüş elmi nəticələri elmi əsərlərin toplusunda, elmi jurnallarda öz əksini tapıb, elmi-praktiki və beynəlxalq konfranslarda müəllif tərəfindən məruzə edilib və müzakirə olunmuşdur.

İşin quruluşu və həcmi. Dissertasiya işi giriş, üç fəsil, nəticə və 136 adda istifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısından ibarətdir.

Dissertasiya işinin mündəricatı

Giriş

Fəsil I. Mənzil bazarında sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşması və inkişafının nəzəri və metodoloji əsasları

- 1.1 Sahibkarlıq fəaliyyətinin sferası kimi mənzil bazarının formalaşmasının nəzəri əsasları
- 1.2 Mənzil bazarında sahibkarlıq fəaliyyəti mexanizminin formalaşması
- 1.3 Bazarda sahibkarların tikdikləri və satdıqları mənzillərin əlverişliliyinin müəyyən edilməsinə metodoloji yanaşmalar

Fəsil II. Azərbaycanın mənzil bazarında sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşması və inkişafının təhlili

- 2.1 Mənzil bazarında sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşmasının və inkişafının təhlili
- 2.2 Mənzilin birinci və ikinci bazarlarında sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafının təhlili
- 2.3 Sahibkarlıq fəaliyyətində mənzil bazarının seqmentlərə . bölünməsinin təhlili

Fəsil III. Azərbaycanın mənzil bazarında sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşması və inkişafının əsas istiqamətləri

- 3.1. Mənzil tikintisində sahibkarlığın dövlət tənzimlənməsi
- 3.2. Mənzil bazarında sahibkarlıq mühitinin formalaşması
- 3.3. Mənzil tikintisi bazarında tikinti şirkətinin sahibkarlıq xarakterinin innovasiyalarla əlaqəsi

Nəticə

İstifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısı

MÜDAFİƏYƏ TƏQDIM EDILMIŞ ƏSAS ELMI MÜDDƏALAR

1. Sahibkarlıq fəaliyyətinin sferası kimi mənzil bazarının mahiyyəti, iqtisadi sistem kimi onun infrastrukturunun formalaşması dəqiqləşdirilib, əsas xüsusiyyətləri və informasiya sistemi göstərilibdir.

Mənzil bazarı dedikdə mənzil sferasında satış, icarə, girov və digər bazar münasibətlərinin inkişafı mülkiyyətçilər (sahibkarlar, istifadə edənlər) arasında əmələ gələn, iqtisadi münasibətlər başa düşülməlidir.

Mənzil bazarı qarşılıqlı təsirli bazarların mürəkkəb sistemini təşkil edir: birinci bazar – torpaq bazarı, ikinci mənzil bazarı onların hər biri bu və ya digər ümumi bazarın tərkib hissəsidir. Birinci mənzil bazarı – tikinti bazarının bir hissəsidir, ikinci – istehlak bazarının bir hissəsidir; mənzil – torpaq bazarı torpaq bazarının strukturuna aiddir, mənzil maliyyə bazarı – çərçivəsində.

Belə ümumiləşdirilmiş formada bazar bütün təkrar istehsal prosesini və onun fazasını əlaqələndirir. Burada təkcə əmtəələr və xidmətlər mübadilə edilmir, həm də təkrar istehsal prosesinin bütün komponentləri – texnologiya, informasiya, intellektual məhsul, pul, kredit, qiymətli kağızlar, işçi qüvvəsi, hər cürə əmlak.

Mənzil bazarının xüsusiyyətlərindən biri də qiymətlər, keyfiyyət, mənzilin əlverişliliyi, əhalinin aşağı ödəmə qabiliyyəti üzrə differensiasiyalaşmanın olmasıdır.

Bununla yanaşı, hər bir iqtisadi sistem kimi, mənzil bazarının xüsusi infrastrukturunu vardır. İqtisadiyyatın sferası kimi infrastrukturun ayrılmasının əsasını istehsalın xüsusi və ümumi şərtləri arasındakı fərq təşkil edir. Müasir iqtisad elmində "infrastruktur" anlayışının eynimənalı tərifı yoxdur, obyektin təmin edilməsindən asılı olaraq o müəyyən edilir. İnfrastruktura aiddirlər: mənzil tikintisi üzrə respublika, regional və yerli bölmələr: investisiya – kredit sistemi – kommersiya bankları, maliyyə şirkətləri və s.; tikinti materialları və texnikanı istehsal edən sahələr, informasiya agentlikləri və s. İnfrastruktur texnoloji prosesin forması kimi istehsala (yeni mənzil tikintisinə) xidmət edir.

Mənzil bazarında sahibkarlıq fəaliyyətinə infrastruktur mövqedən yanaşma həmin bazarın yaxın iqtisadi mühiti haqqında bizim təsəvvürümüzü aydınlaşdırmağa imkan yaradır. Deməli, mənzil bazarında sahibkarlıq fəaliyyətinin infrastrukturunun spesifik formalarına aiddir: torpaq üzrə dövlət, regional və yerli hakimiyyət orqanları; tikinti, memarlıq, su, qaz, elektrik və istilik təchizatı üzrə dövlət, regional və yerli hakimiyyət orqanları; mənzil sferasında iş fəallığını həvəsləndirmək üçün nəzərdə tutulan dövlət və ictimai büdcədən kənar fondlar; maliyyə şirkətləri, ipoteka investorları, ipoteka mənzil fondu və mənzil investisiyalarını maliyyələşdirən digər sistemlər və s.

Mənzil bazarında sahibkarlıq fəaliyyətinin informasiya sistemində aşağıda göstərilənlər aiddir: tikinti materialları, konstruksiyaları, məmulatlarının buraxılış həcmi, nomenklaturası, qiymətləri haqqında informasiyalar; tikinti maşınları və mexanizmləri bazarı üzrə informasiyalar; daşınmaz əmlak bazarı ilə qarşılıqlı əlaqə və qarşılıqlı münasibət haqqında informasiyalar; mənzil tikintisinin əmək bazarı üzrə informasiyalar; kommersiya strukturlarının malik olduqları investisiya layihələri üzrə informasiyalar; İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyi, Dövlət Arxitektura və Şəhərsalma komitəsi, Maliyyə Nazirliyi, yerli icra orqanları ilə qarşılıqlı əlaqə üzrə informasiyalar və s.

2. Qrafik təhlil metodu ilə mənzil fondu və mənzil xidmətləri bazarlarının qarşılıqlı fəaliyyəti müəyyən edilib, yəni mənzil bazarında sahibkarlıq fəaliyyəti mexanizmi işlənibdir.

Bazar iqtisadiyyatı ölkələrində və Azərbaycanda mənzil bazarı mənzil fondu bazarı və mənzil xidmətləri bazarının qarşılıqlı əlaqəli təsiri təsəvvür edilir. Mənzil fondu mənzil mülkiyyəti hesab edilən evlərə və onların fəaliyyətinə aiddir. Mənzil fondunun evləri (mənzilləri) əhəlinin inkişafı və istirahəti üçün xidmət edir, başqa sözlə, istehlak xidmətləri göstərilir. Əgər mənzil fondunun evləri (mənzilləri) sıradan çıxmayıblarsa, onlara uzun müddət mənzil xidmətləri göstərəcəklər. Ona görə də mənzil bazarında kirayəyə verilən evlərin (mənzillərin) tikililərini yox, yaşayış xidmətlərini alırlar və satırlar. Son nəticədə mənzil fondu mənzil bazarında fəaliyyət göstərən vətəndaşlara və iqtisadi subyektlərə gəlir gətirən obyekt və mənzil xidmətləri kimi təsəvvür edilir. Mənzil bazarı, mənzil xidmətləri bazarı və mənzil tikintisinin əmələ gəlməsinin

qarşılıqlı təsirinin cəmi mənzil fondunun yaradılması mexanizmini müəyyən edir.

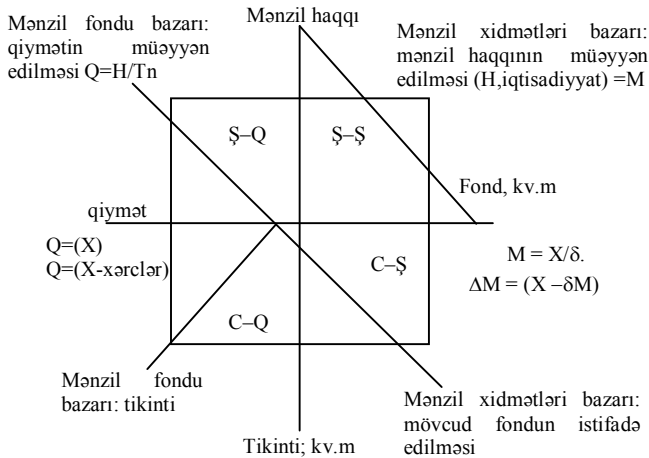
Mənzil fondu bazarı (qiymətin müəyyən edilməsi), mənzil xidmətləri bazarı (mənzil haqqının müəyyən edilməsi), mənzil tikintisinin həcmi və mövcud mənzil fondunun istifadə edilməsi parametrləri mənzil bazarının sahibkarlıq fəaliyyəti mexanizmini əmələ gətirir. Qrafik təhlil metodu ilə mənzil fondunun və mənzil xidmətləri bazarlarının qarşılıqlı təsirini və qarşılıqlı fəaliyyətini müəyyən etmək olar. Onların qarşılıqlı fəaliyyətinə iki istiqamətdə baxmaq olar:

- Birincisi, istismar-mənzil xidmətləri bazarında, müəyyən edilən əmək haqqının miqdarı-mülkiyyət predmeti kimi mənzil fonduna tələbin formalaşmasının əsas amilidir. Məhz mənzili əldə etməklə, investorlar cari və ya gələcək gəlir mənbəyini əldə edirlər. Beləliklə, mənzil xidmətləri bazarında baş verən əmək haqqının dəyişilməsi obyektiv olaraq mənzil fondu bazarında tələbin səviyyəsinə təsir edir.
- İkincisi tikinti- əgər mənzil fondunun təklifi yüksəlsə və onun intensivliyi artırsa, deməli mənzil xidmətləri bazarında mənzil haqqının miqdarının aşağı düşməsilə yanaşı, mənzil fondu bazarında qiymətlər də aşağı düşür. İki bazar arasındakı belə qarşılıqlı əlaqə (mənzil fondu bazarı və mənzil xidmətləri bazarı) “dördkvadrantlı” diaqramma ilə göstərilir və şəkil 1-də verilir.

Amerika iqtisadçıları təklif edirlər ki, şəkil 1-də göstərilən kvadrant (dairənin dördüdə bir hissəsi) işığa yönəldilən adlandırılınsın. İki sağ kvadrant (Şimal-şərq və cənub-şərq) mənzil sahəsinin (mənzil xidmətlərinin) istifadə edilməsi bazarını təsəvvür edir, iki sol kvadrant isə (şimal-qərb və cənub-qərb) – mənzil fondu bazarını.

1. Şimal-şərq kvadrantı: burada mənzil haqqının cari kəmiyyəti müəyyən edilir: 1 kv.m yaşayış və ya ümumi sahənin mənzil haqqı, yaşayış və ya ümumi sahənin kv.metrə miqdarı (M). Qrafikdə, iqtisadiyyatın həmin vəziyyətində mənzil haqqının səviyyəsindən asılı olaraq mənzilə tələb göstərilir.
2. Şimal-qərb kvadrantı: həmin kvadrant mənzil fondu bazarını göstərir və iki oxu vardır: vahid sahə üçün qiymətlər və mənzil haqqı səviyyəsi. Mərkəzi koordinatdan çıxan şüa (ışıq) mənzil haqqının qiymətə nisbəti,

yəni cari gəliri göstərir və əmlakın kapitallaşma norması adlanır. İnvestorlar həmin gəliri mənzillərin alınmasına sərf edirlər.



Şəkil 1. Mənzil bazarında sahibkarlıq fəaliyyəti mexanizmi.

Ona görə də şimal-qərb kvadrantında mənzil haqqının (H) keyfiyyətinə əsasən kapitallaşma norması T_n -nin vasitəsilə mənzil fondunun qiymətini (Q) şimal-şərq kvadrantında hesablamaq olur:

$$Q = H : T_n$$

3. Cənub-qərb kvadrantında mənzil fondu bazarına aid olan yeni mənzillərin (evlərin) tikintisinin həcmi müəyyən edilir. Bu qrafikdə $Q=(X)$ yeni tikiliyə sərf edilən xərcləri göstərir, X -xərcləri. Qrafik cənub-qərbə kənarlaşanda tikintinin həcmnin artması nəzərdə tutulur. O qiymət oxunu minimal qiymətə uyğun kəsir, belə halda tikintinin aparılması faydalı hesab edilir.

Beləliklə, tikintinin həcmindən asılı olaraq tikinti xərcləri (X -xərclər) mənzil fondunun qiymətinə (Q) bərabər olacaq.

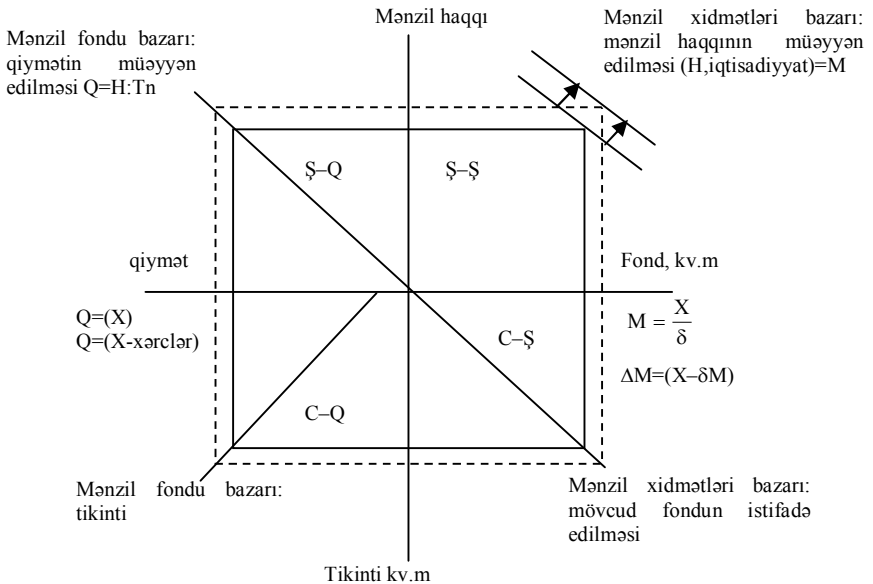
$$Q = X - \text{xərclər}$$

4. Cənub-şərq kvadrantında yəni tikintinin illik həcmi mənzil fondunun artmasına səbəb olacaqdır. Mənzil fondunun dəyişilməsi (ΔM) vaxtın həmin dövründə mənzil fondu itgisini çıxdıqda yeni tikintinin həcminə bərabər olacaq. Burada amortizasiya normasını δ ilə ifadə etmək olar:

$$\Delta M = (X - \delta M)$$

Horizontal ox üzrə mənzil fondunun miqdarını göstərmək üçün koordinat mərkəzindən, şüa (ışığ) çıxmalıdır, çünki yeni tikintinin verilən illik həcmnin saxlanması (vertikal oxda yığılan) üçün tələb olunur. Belə halda mənzil fondunun miqdarı vaxt ərzində ona uyğun tikinti həcmində daimi qalacaq. Burada yeni tikintidə amortizasiya düzgün kompensasiya olacaq: $\Delta M = 0$ və $M = X/\delta$.

Mənzil xidmətləri bazarı, mənzil haqqının kəmiyyətini mənzil fondunun həcminə əsasən müəyyən edir, sonra isə bazarda alınan mənzil fondunun qiymətinə dəyişilir. Həmin qiymətlər müəyyən vaxtda mənzil fondunun artmasını təmin edir və yeni tikintinin müəyyən həcmnin dəyişilməsinə səbəb olur. Punktirli düzbucaq kimi şəkil 2-də verilən bazar tarazlığı hər tərəfdən düzbucağın kənarına çıxır və dörd qrafiki iki tarazlıq vəziyyətində birləşdirir.



Şəkil 2. Mənzil bazarında sahibkarlıq fəaliyyəti mexanizmi.

Beləliklə, diaqramda yeni artım şəraitində tarazlıq qərarının arxasında birincinin kənarına çıxan düzbucaq yaranır. Burada mənzil fondunun həcmi, mənzil haqqı, tikintinin həcmi, qiymət birincidən az ola bilməz.

Deməli, belə fikir oyanır ki, yeni qərar əvvəlki düzbucağın mütənasib görünməsi kimi əmələ gəlməlidir. Yeni düzbucağın forması ayrıca verilən ayrılərin maliyyəsindən asılıdır. Məsələn, tikintinin yüksək elastikliyi halında, yəni, əgər cənub-qərb kvadrantında qrafik vertikalə yaxınlaşırsa, mənzilin qiymətinə nisbətən mənzil haqqının yeni qiymətləri və yeni miqdarı başlanğıcdan bir az çox olacaq, belə halda mənzil fondu və tikintinin həcmi tez artacaq.

3. Bazarda sahibkarların tikdikləri və satdıqları mənzillərin əlverişliliyinin müəyyən edilməsinə metodoloji yanaşmalar əsaslandırılıb.

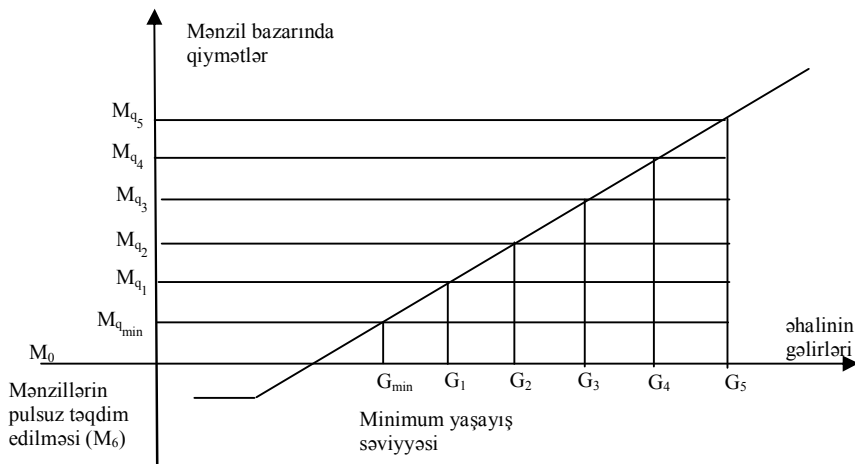
Beynəlxalq praktikada mənzil bazarında “mənzillərin əlverişliliyi” termini istehlakçılar tərəfindən onun ödənilməsi imkanı deməkdir. Bazarda mənzilin əlverişliliyinə kreditin dəyəri, mənzilin dəyəri, habelə mənzil-kommunal xidmətlərinin ödənilməsi, sığorta ödəmələri, daşınmaz əmlakə vergi və s. kimi amillərin nisbəti təsir edir.

Əlverişlilik göstəricisi mənzilin münasibliyinin kəmiyyət xarakteristikasıdır və mənzil bazarında ödəmə qabiliyyətli tələbin təklifə nisbəti kimi müəyyən edilir. Əgər tələbin quruluşuna (yardımların və kreditlərin köməkliyi ilə sosial pulsuz və kommersiya üsulu ilə mənzilin reallaşdırılmasının müxtəlif formaları) və müvafiq təkliflərin həcminə baxsaq, onda əlverişlilik göstəricisi kəmiyyəti formalaşır və onun əsasında əlverişliliyin ümumi göstəricisi qurulur.

Mənzilin çox aspektli və çox əhəmiyyətli olması, özünə kommersiya mənzilinin əldə edilməsini və sosial bələdiyyə mənzilinin verilməsini daxil edir, başqa sözlə tikinti ilə bağlı olan indikatorları birləşdirən göstərici kimi fəaliyyət göstərir. Mənzil bazarında qiymətlərin bölgüsü və mənzilin əlverişlilik ayrısı şəkil 3-də verilir. Burada $G < G_{min}$ növbədə duranlar (qaçqınlar, məzburi köçkünlər, hərbi xidmətçilər və s.) üçün pulsuz sosial mənzillər verilir, mənzillərin tikintisi büdcə hesabına maliyyələşdirilir (M_b). Mənzilin (evin) əlverişliliyinin ümumi göstəricisinə aşağıdakılar daxildir: bazar qiymətləri üzrə pulla reallaşdırılan, kommersiya mənzilinin əldə edilməsi əlverişliliyi – $\Theta_k(t)$; sosial mənzilin alınmasına əhalinin əlverişliliyi – $\Theta_s(t)$. Ümumi növdə mənzilin əlverişlilik göstəricisi ($M\Theta G$) aşağıdakı kimi təqdim edilə bilər:

$$M\Theta G = T\delta : T$$

burada $T\delta$ - minimum mənzil standartından aşağı evlərdə yaşayanlar üçün kommersiya vasitəsilə əldə edilən mənzillərə ödəmə qabiliyyətli tələb; T - eyni təklif (əhalinin əksəriyyəti üçün yönəldilən müxtəlif keyfiyyətli və dəyərli mənzillər).



Şəkil 3. Bazarda mənzillərin əlverişlilik əyrisi.

M_{q1} – kommunal mənzillərdə otaqların sayı; M_{q2} – tipli mənzillər; M_{q3} – planlaşdırılması yaxşılaşdırılmış mənzillər; M_{q4} – şəhərdə elit mənzilləri; M_{q5} – daimi yaşamaq üçün şəhərətrafi evlər.

Axırıncı illərdə mənzilin əlverişlilik göstəricisi qəti müəyyən edilən dövrdə (adətən bir orta statistik ailənin ortaillik gəlirləri) hesablanan əhalinin gəlirlərinin ($G\theta$) bəzi məbləğinə əldə edilən mənzil sahəsinin (Dm) dəyərinin nisbəti tez-tez istifadə olunur. Alqoritmik yanaşmasına əsasən ümumi göstəricilərin hesablanması, bazarda sahibkarların tikdikləri və satdıqları mənzillərin əlverişliliyi şəkil 4-də təqdim edilir. Şəhərdə mənzil siyasətinin müxtəlif istiqamətlərinin dəyişilməsindən asılı mənzillərin (evlərin) sökülməsi və yenidən qurulması, struktur sistemi növündə, əlverişlilik göstəricilərinin vacibliyinin ekspert qiymətləndirilməsi, sosial və kommersiya əlverişliliyinin indikatorlarının təsnifi, tikintinin ortamüddətli və illik sosial proqramlarının qarşılıqlı təsiri və s. verilir.

Mənzillərin əlverişliliyinin indikatorları $\Theta_i(t)$ ümumi növdə aşağıda göstərilən düsturla hesablanı bilər:

$$\Theta_i(t) = \frac{P_i}{S_i(t)},$$

burada P_i – bütün kateqoriyalı ailələrin təmin edilməsi üçün pulsuz mənzillərin təklif edilməsi; $S_i(t)$ – yuxarıda göstərilən istiqamətlər üzrə eyni mənzillərin alınmasına iddia edən, ailələrin ümumi sayını xarakterizə edən, tələb; $i=1...k$.

Sosial mənzillərin verilməsinin əlverişlilik göstəricisini təklif olunan indikatorlara əsasən hesablanması aşağıda verilən düsturla həyata keçirilə bilər:

$$\Theta_s(t) = \sum_{i=1}^k V_i(t) \Theta_i(t), \quad (2)$$

burada $V_i(t)$ – ekspert yolu ilə ayrıca sosial indikatorların vacib göstəricilərinin müəyyən edilməsi; bu şərtlə ki,

$$\sum_{i=1}^k V_i = 1 \quad (3)$$

Əlverişlilik göstəricisinin dinamikasını $d_s(t)$ və $d_s(t+1)$ mənzil siyasətinin sosial səmərəlilik meyarı kimi qəbul etmək olar:

$$\sum_{i=1}^k V_i(t+1) \Theta_i(t+1) > \sum_{i=1}^k V_i(t) \Theta_i(t), \quad (4)$$

burada $V_i(t+1)$ – $t+1$ dövründə sosial mənzilin əlverişliliyi indikatorlarının vacib kəmiyyəti. Bazarda sahibkarların satdıqları və əhalinin əldə etdiyi mənzillərin əlverişliliyinin yaxşılaşdırılmasına təklif edilən təhlilin aparılması metodu, maliyyə-kredit parametrləri, mənzil tikintisinin həcmi, strukturu və qiymətin vasitəsilə münasib həddə əlverişliliyin göstəricilərinin tənzimlənməsi, mənzil siyasətin reallaşdırılmasının sosial yönümlü mexanizmini, tətbiq etməyə, mənzil bazarında real ödəmə qabiliyyətli tələb və təklifin arasındakı tarazlığa nail olunmasına imkan yaradır.

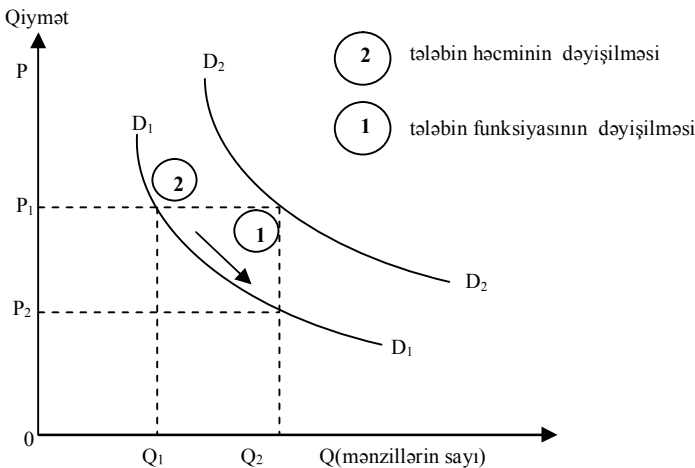
4. Mənzil bazarında marketinqin idarə edilməsi prosesində məntiqi qarşılıqlı əlaqənin dörd bloka ayrılması və kompleks tədqiqi verilib,

tələbin həcmnin, funksiyasının və qiymətlərin dəyişilməsi qrafikləri əsaslandırılıb, alıcının davranışının tədqiqi sxemi tərtib edilib, əmtəənin alınması prosesinə təsir edən amillər aşkar edilmişdir.

Marketingin idarə edilməsi prosesində məntiqi qarşılıqlı əlaqəni dörd bloka ayırmaq olar: mənzil bazarının imkanlarının təhlilinə; məqsədli bazarların seçilməsinə; marketing kompleksinin seçilməsinə; marketing tədbirlərinin həyata keçirilməsinə.

Mənzil bazarının kompleks tədqiqatına daxildir: bazarın konyunkturunun öyrənilməsi və proqnozlaşdırılması; istehlakçının öyrənilməsi; rəqiblərin fəaliyyətinin öyrənilməsi; əmtəəşünaslıq.

Mənzil bazarında tələbin həcmnin dəyişilməsi qrafik formada «əyri tələb üzrə hərəkətlə» ifadə olunur. Tələbin funksiyasının dəyişilməsi isə «əyri tələbin özünün hərəkəti» ilə ifadə olunur (şəkil 5).



Şəkil 5. Mənzil bazarında tələbin həcmnin və tələbin funksiyasının dəyişilməsi.

Qiymətlər P_1 -dən P_2 -ə dəyişiləndə bütün amillər, qiymətlərdən başqa, daimidir, istehlakçı əyri tələb üzrə aşağı hərəkət edir, alınan əmtəənin miqdarını isə Q_1 -dən Q_2 -qədər artırır. Tələbin dəyişməsi isə (məsələn, D_1D_1 əyri tələbin sağa D_2D_2 vəziyyətinə dəyişilməsi) göstərir ki, istehlakçı hər bir qiymətdə çoxlu məhsul alır. Məsələn, həmin P_1 qiyməti ilə biz əmtəənin miqdarını $Q_2 > Q_1$ bərabər alacağıq. Əhalinin gəlirinin

artması ödəmə qabiliyyətinin cəminin bütünlüklə artmasını göstərir, bu isə o deməkdir ki, qiymətlərin hər birində alıcılar bazarda əvvəlkinə nisbətən çoxlu əmtəə (mənzillər) əldə edə bilirlər.

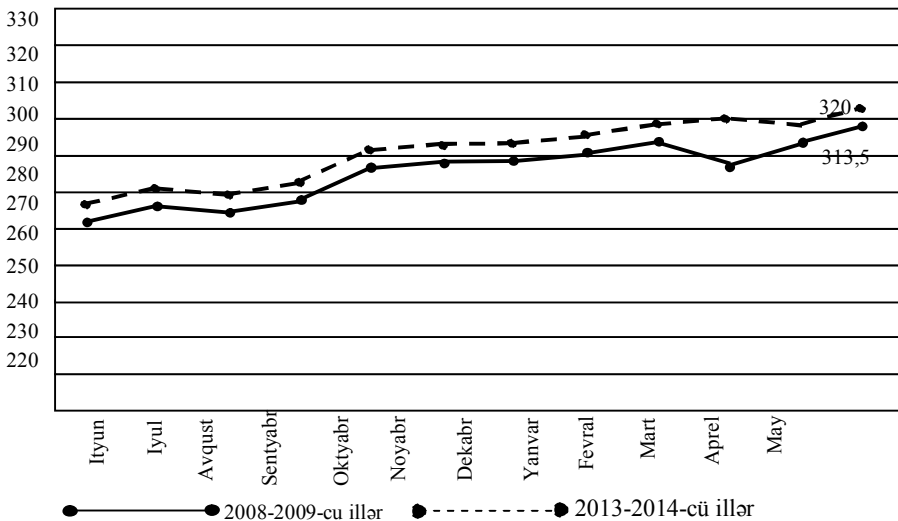
Sonra tədqiqat işində bazarda tələbə keyfiyyətin təsiri və qiymətlərin həcmnin nisbi dəyişməsi qrafiklərlə verilir (şəkil 5). Mənzil bazarı perspektivlidir. Varlı insanlar inflyasiya dövründə mənzilləri əldə edəndə şəxsi tələbləri üçün istifadə etmirlər, azad pullarını əmlaka yönəldirlər. Həmin mənzillər yenə də satışa qoyulur, alıcılar satıcılara çevrilirlər, beləliklə, mənzil bazarının konyukturuna təsir göstərilir. İşdə mənzil bazarında alıcıların davranışının tədqiqi və əmtəələrin alınması prosesinə təsir edən bəzi amillər sxemlərlə verilir və əsaslandırılır.

5. Mənzilin birinci və ikinci bazarlarında sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafının təhlili aparılmış və bazarların üstünlükləri və qüsurları dəqiqləşdirilmiş, növləri, strukturları, formalaşması mərhələləri müəyyənləşdirilmişdir.

Birinci bazarda alıcı və məhsulun istehsalçısı bir-biri ilə bilavasitə alqı-satqı münasibətlərində olurlar. Alıcı mənzili bilavasitə öz vəsaitləri hesabına tikən təşkilatdan alır.

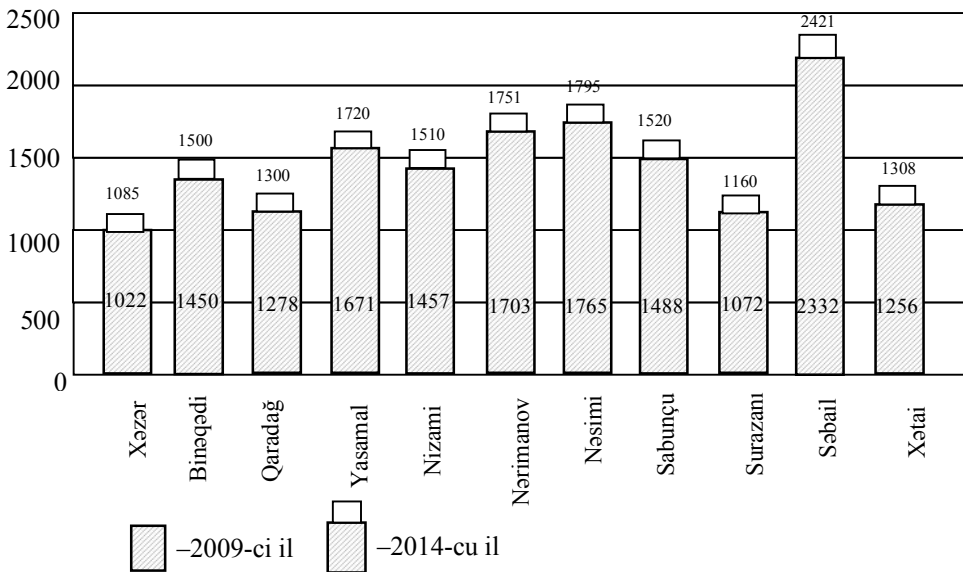
İkinci bazarda alqı-satqı münasibətləri mənzili istehsal etməyən, ancaq mənfəət almaq məqsədi ilə sonradan satmaq üçün bazarda əldə edən satıcı və alıcı arasında həyata keçirilir. Sahibkarlıq nöqteyi-nəzərincə mənzil bazarının üstünlüyü və qüsurları vardır. Mənzil bazarının üstünlüyünə aiddir: yüksək mənfəətin alınması, istehlak; tələbin kifayət qədər sabitliyi; iqtisadi tələbə dəyişilmənin az tərəddüd etməsi.

Mənzil bazarının qüsurları: digər bazarlarda olduğu kimi İnformasiyalar açıq deyil; sövdələr haqqında informasiyaların nəşr edilməsinin qanunçuluq bazasının olmaması; tənzimlənmənin xarici şəraitindən asılılığı. Tədqiqat işində mənzil bazarının növləri təsnifləşdirilmiş və quruluşu veilmişdir. Əmlak bazarı iştirakçılarının məlumatlarına əsasən 2008-2009-cu illərdə mənzil bazarında təklifin artmasına və bağlanan sövdələrin sayının azalmasına baxmayaraq orta qiymətdə 1,1% artım baş verib. Bu qiymət indeksinin 3,4 bənd artaraq 313,5 bəndində qalmasına səbəb olub. 2013–2014-cü illərdə isə 3,8 bənd artaraq 320 bəndə qalxıb (şəkil 6).



Şəkil 6. İkinci bazarda qiymət indeksi.

"ƏBİ" İB-nin materiallarına əsasən may ayı ərzində rayonlar üzrə orta qiymətlər aşağıdakı kimi olub (şəkil 7).

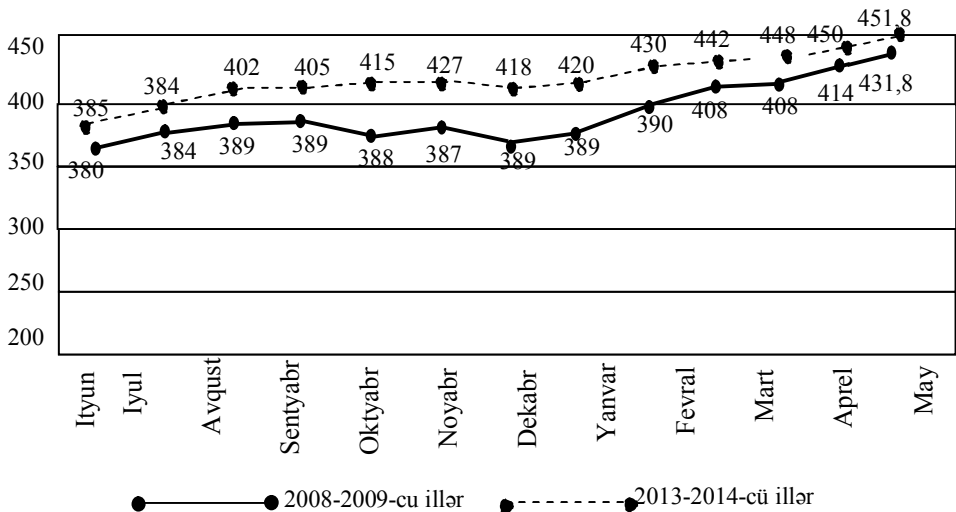


Şəkil 7. Bakı şəhəri rayonları üzrə orta qiymət, \$/kv.m.

Ay ərzində ikinci bazarda orta qiymətlərdə Xəzər, Nizami, Qaradağ, Suraxanı, Sabunçu, Xətai, Səbail rayonlarında artım, digərlərində isə azalma baş verib. Şəhər üzrə orta qiymət əvvəlki ayla müqayisədə artıb.

Bakı şəhəri üzrə satış üçün təklif olunmuş mənzillərin orta qiyməti: aprel ayı ilə müqayisədə 2009-cu ildə 4,3% artaraq 1091 doll/kv.m-dən 1138 doll/kv.m-ə çatıb, 2013-cü ildə isə - 1390 doll/kv.m, 2014-cü ildə 1400-1450 doll/kv.m-ə.

Birinci bazarda orta qiymətə uyğun olaraq qiymət indeksi 2009-cu ildə 17,8 bənd artaraq 431,8 bəndində qərarlaşıb 2013 cü ildə isə - 451,8 (şəkil 8).



Şəkil 8. Birinci bazarda qiymət indeksi.

Tikintisi aparılan hündürmərtəbəli yaşayış binalarında yerləşən mənzillərin otaqları üzrə göstəriciləri aşağıdakı kimi müəyyən edilib (cədvəl 1). Aşağıdakı cədvəl 1-dən göründüyü kimi yeni tikilən binalarda 3 otaqlı mənzillər ümumi portfəldə ən çox paya malikdir. Otaqların yerləşməsinə gəldikdə isə 5 otaqlı mənzillər əsasən şəhərin I zonasında yerləşir. 1 otaqlı mənzillər isə daha çox III zonasının payına düşür.

Cədvəl 1.

**Hündürmərtəbəli binalarda yerləşən mənzillərin
otaqlar üzrə göstəriciləri**

Otaqlar	Sayı, ədədlə		Orta sahə göstəricisi, kv.m		Ümumi tikintidə payı, %	
	2009	2014	2009	2014	2009	2014
1 otaqlı	10369	9828	58,8	61,3	15	17,6
2 otaqlı	20830	21252	92,5	92,8	31	36,2
3 otaqlı	26690	266580	136,0	132,4	40	39,2
4 otaqlı	7980	7772	180,6	190,5	13	11,6
5 otaqlı	755	908	233,8	252,4	1	1,4
Cəmi:	66563	67049	143,5	145,9	100,0	100,0

Mənbə: «ƏBİ» ictimai birliyinin monitoring qrupunun materiallarına əsasən tərtib edilib.

6.Sahibkarlıq fəaliyyətində mənzil bazarının seqmentlərə bölünməsinin təhlili aparılmış və əmtəənin (mənzilin) rəqabət qabiliyyəti parametrləri və onların hesablanması qaydası verilmişdir; mənzil tikintisində sahibkarlığın dövlət tənzimlənməsi baxılmış, tikinti şirkətinin strategiyasını seçmək üçün SWOT matrisası və strateji planın qiymətləndirilməsi meyarları dəqiqləşdirilmiş, xərclər üzrə planlaşdırma metodu istifadə edilmişdir.

Tikinti məhsulunun istehlak bazarının seqmentlərə bölünməsinin əsas əlamətləri aşağıdakılardır: sosial-demoqrafik əlamətlər: iqtisadi amillər: coğrafi əlamətlər; psixoloji əlamətlər; istehlak əlamətləri. Sonra həmin əlamətlərin mahiyyəti işdə ətraflı baxılır.

Mənzil bazarında rəqabət qabiliyyəti parametrləri dörd qrup üzrə müəyyənləşdirilir: normativ, texniki, iqtisadi və təşkilatı.

Təşkilat parametrləri tikinti şirkətinin müştəriləri üçün servis sistemini nəzərdə tutur: güzəşt sistemini, ödəmək və tədarük şərtlərini; tədarükün kompleksliyini və s.

Ümumi normativ (N), texniki (L) və iqtisadi (E) parametrlərə əsasən yaradılan tikinti şirkətinin rəqabət qabiliyyətinin səviyyəsinin inteqral göstəricisi (iG) çıxarılır:

$$iG = N \frac{L}{E} \leq 1$$

Əgər iG vahiddən çoxdursa (və ya bərabərdirsə), onda yaradılan əmtəə hesablama üzrə tamamilə perspektivlidir və bazara müvəffəqiyyətlə daxil olmağa güvənmək olar.

Prinsipcə tikinti şirkətinin rəqabət qabiliyyətinə təşkilat parametrləri (O_1) və rəqib şirkətin parametrləri (O_2) ekspertlərin köməkliyi ilə istehlakçıların sorğusu gedişində miqdarı ifadə oluna bilər. Rəqabət qabiliyyətinin ümumi təşkilat parametri (O) aşağıdakı kimi müəyyən edilir: $O = Q_1/O_2$.

Əgər $O > 1$ olarsa, onda tikinti əmtəəsi təşkilat parametrləri üzrə rəqabət qabiliyyətlidir. Beləliklə, integral göstəricisi aşağıdakı kimi olacaqdır:

$$iG = NO \frac{L}{E} > 1$$

Belə halda mənzil bazarında mövqeni nəinki mənimsəmək, həm də saxlamaq və imkan dairəsində daimi möhkəmləndirmək lazımdır.

Rəqabət qabiliyyətinin iqtisadi parametrləri (E) tikinti şirkətinin və rəqabətçi – şirkətin əmtəəsinin istehlakının qiymətinə əsasən hesablanır.

$$E = \frac{\text{Tikinti şirkətinin əmtəəsinin istehlak qiyməti}}{\text{Rəqabət şirkətinin əmtəəsinin istehlak qiyməti}}$$

İşdə mənzil tikintisində sahibkarlıq fəaliyyətinin dövlət tənzimlənməsi ətraflı baxılır və qeyd edilir ki, tənzimlənməni Fövqəladə Halalr Nazirliyinin Tikintidə Təhlükəsizliyə Nəzarət Dövlət Agentliyi, Dövlət Şəhərsalma və Arxitektura Komitəsinin müvafiq şöbəsi və regionlarda onun filialları və s. dövlət orqanları həyata keçirirlər.

Tədqiqat işində strategiyanın seçilməsi müəyyənləşdirilmiş və onun işlənməsi üçün ŞWOT matrisası istifadə edilmişdir.

Strateji planın qiymətləndirilməsi meyarları miqdar və keyfiyyətə bölünürlər. Strateji planın qiymətləndirilməsinin miqdarı meyarına aşağıdakıları aid etmək olar: bazar payını; satış həcmnin artımını; xərclərin səviyyəsini və istehsalın səmərəliliyini; xərclərin

səviyyəsini və satışın səmərəliliyini; kadrların axımını; işə çıxılmamağı; işçilərin təmin olunmasını; xalis mənfəəti; səhmlərin kursunu; dividendlərin normasını; hər səhmə düşən gəliri; investisiya kapitalına mənfəəti; qiymətli kağızlar üzrə ödəmələri;

Keyfiyyət meyarlarına isə aşağıdakıları daxil etmək olar: yüksək ixtisaslı menecerlərin və mütəxəssislərin cəlb edilməsi qabiliyyətini; müştərilərə xidmətlərin həcmnin genişləndirilməsini; bazarın biliyinin dərinləşdirməsini; təhlükənin miqdarının aşağı salınmasını; əlverişli imkanların istifadə edilməsini.

Tikinti şirkətinin marketinq büdcəsinin planlaşdırılması metodunun ən geniş yayılanı xərclər üzrə planlaşdırma metodudur və iki növdən ibarətdir: marketinqin əməliyyatları üzrə əməliyyat metodu və elementləri üzrə element metodu.

Marketinqin büdcəsinin planlaşdırılmasının əməliyyat metodu marketinq əməliyyatının (bazarın tədqiqatı, reklam və s.) hər biri üzrə xərclərin əvvəlcədən hesablanması əsaslanır və onların sonradan toplanılmasına bərabərdir.

Elementlər üzrə hesablama qəbul edilmiş planlaşdırma sisteminə və istehsal xərclərinin uçotuna və məhsulun reallaşdırılmasına əsasən qurulur və işdə əsaslandırılır.

7.Mənzil tikintisi bazarında yeniliyin işlənməsinin əsas mərhələləri, innovasiya kommunikasiyası sistemi və şirkətin innovasiya strategiyasının formalaşması əsaslandırılmışdır.

İnnovasiya sahibkarlığı daimi yeniliklərin axtarışını nəzərdə tutur: yeni ideyaların, yeni məhsulun, yeni xidmətlərin, habelə yeniliklərin yaradılmasının və tətbiqinin təşkilat formalarını. Yenilik üçün yeni təşkilat forması, məhsulun buraxılış və xidməti üçün isə, əksinə mühafizəkar təşkilat forması lazımdır.

Mənzil bazarında yeniliyin işlənməsinin əsas mərhələləri sxem şəklində verilir. Mənzil tikintisi bazarında innovasiya kommunikasiyası yeniliyin maddiləşdirilməsinə yönəldilən fəaliyyətdir.

İnnovasiya kommunikasiyasının mahiyyəti üç əsas tərkib hissədən ibarətdir: kommunikasiyanın fəaliyyət sferasından; kommunikasiyanın

texnoloji aspektindən; ideyaların reallaşdırılması və sahibkarın hərəkətindən.

Baxılan işdə əsas etibarını ilə ölkəmizdə yeniliklər üzrə ixtisaslaşan təşkilatların və müəssisələrin dörd nəslə göstərilmişdir.

Onların rolu yenilik bazarının bu günkü şəraitində formalaşır. Ümumi formada işdə innovasiya kommunikasiyası sistemi sxem şəklində verilir. İnnovasiya strategiyasının formalaşması üçün ümumi sosial-iqtisadi məqsəd və şirkətin innovasiya məsələləridir (cədvəl 2).

Cədvəl 2

Mənzil bazarında tikinti şirkətinin innovasiya strategiyasının formalaşması

Şirkətin məqsədi	Şirkətin vəzifəsi	Şirkətin innovasiya strategiyasının mahiyyəti
Mənzil bazarında payın artırılması	Qarşılıqlı əlaqəli tikinti məhsulun istehsalı; İstehsal həcmının artırılması, mənzil bazarında rəqabətçilərin sıxışdırılması	İstehsalın texniki səviyyəsinin yüksəldilməsi Rəqabətliyə nisbətən tikinti məhsulunun istehsal xərclərinin daima aşağı salınması, innovasiyanın işlənilməsi
Mənzil bazarında vəziyyətin sabitləşməsi	Tikinti məhsulunun həyat tsiklinə riayət edilməsi, məhsulun vaxtında bazara çıxarılması; Tikinti məhsulunun maya dəyərinin aşağı səviyyədə saxlanılması	Tikinti məhsulunun yüksək səviyyəsinə və texnologiyasına nail olmaq; Tikinti məhsulunun həyat tsiklinin elmi-tədqiqat və konstruksiya tsiklinə uyğunluğunu təmin etmə
Yeni mənzil bazarlarının mənimsənilməsi	Müxtəlif mənzil bazarlarının tələbini təmin edən yeni məhsul istehsalını mənimsəmək; Müxtəlif planlı məsələləri həll etmək üçün qabiliyyətli mobil elmi-texniki potensialın mövcudluğu	Differensiallaşdırılmış məhsulların və proseslərin işlənilməsi; Mənzil bazarına məhsulun çıxarılmasının elmi-texniki təminatı.

Bazar şəraitində mənfəətin alınması və onun maksimuma çatdırılması şirkətin əsas məqsədidir. Buna nail olmaq üçün şirkət konkret məqsədlərini çox az qaydada müəyyən edir. Ümumi sosial-iqtisadi məqsəd daxilində ikinci səviyyəni qeyd etmək lazımdır: istehsalın miqyasının artmasını; mənzil bazarının payının artmasını; mənzil bazarında vəziyyətin sabitləşməsinə.

Tədqiqatın gedişində müəllif tərəfindən mənzil bazarında sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşması və inkişafına yönəldilən elmi-əsaslandırılmış və ümumiləşdirilmiş yeni nəticə və tövsiyələrin bəziləri aşağıda verilir.

1. Mənzil bazarı inkişaf etdikcə dövlətin bəzi funksiyaları tədricən tənzimləmənin iqtisadi mexanizminə keçirilir. Hər bir iqtisadi sistem kimi, mənzil bazarının xüsusi infrastrukturu olur. Onun ayrıca elementlərinə aiddir: maliyyə sistemi, kredit müəssisələri, investisiya agentlikləri, ipoteka kreditləşdirilməsi, dövlət və bələdiyyə idarə edilməsi və tənzimlənməsi, bazarın informasiya təminatı və s. Mənzil bazarının özü milli iqtisadiyyatın infrastrukturunun bir hissəsi hesab olunur, yəni insanın həyat fəaliyyətini normal təmin edən. Mənzil bazarının infrastrukturu yeni yaşayış evlərinin tikintisini, yəni əsas istehsalı təmin edir.
2. Mənzil bazarı mənzil fondu və mənzil xidmətləri bazarının qarşılıqlı əlaqəli təsiri təsəvvür edilir. Mənzil fondunun yaradılması mexanizmi isə mənzil bazarı, mənzil xidmətləri bazarı və mənzil tikintisinin əmələ gəlməsini müəyyən edir. Onların məcmusu mövcud mənzil fondunun istifadə edilməsi parametrləri ilə birlikdə bazarın sahibkarlıq fəaliyyəti mexanizmini formalaşdırır. İşdə qrafiki təhlil metodu ilə mənzil fondunun və mənzil xidmətləri bazarlarının qarşılıqlı təsiri və qarşılıqlı fəaliyyəti müəyyən edilibdir.
3. İşdə mənzil bazarında qiymətlərin bölgüsü və əhalinin gəlirlərinə əsasən minimal yaşayış səviyyəsi, yəni mənzillərin əlverişliliyi müəyyən edilir. Alqoritmik yanaşmaya əsasən mənzillərin ümumi göstəricilərinin hesablanması, bazarda sahibkarların tikdikləri və satdıqları mənzillərin əlverişliliyi müəyyən edilir. Eyni zamanda da bazarda sahibkarların satdıqları və əhalinin əldə etdiyi mənzillərin yaxşılaşdırılmasına təklif edilən təhlilin aparılması metoduna, maliyyə-kredit parametrlərinə, mənzil tikintisinin həcminə, strukturuna və qiymət vasitəsilə münasib həddə əlverişliliyin

göstəricilərinin tənzimlənməsinə, mənzil siyasətinin reallaşdırılmasının sosial yönümlü mexanizminin tətbiq edilməsinə, mənzil bazarında real ödəmə qabiliyyətli tələb və təklifin arasındakı tarazlığa nail olunmasına imkan yaradılmışdır.

4. Aparılan tədqiqata əsasən müəyyən edilib ki, bazarın seqmentlərə bölünməsi aşağıdakılardır: sosial-demoqrafik əlamətlər; iqtisadi amillər; coğrafi əlamətlər; psixoloji əlamətlər; istehlak əlamətləri. Bazarın seqmentlərə bölünməsinin prioritet metodu qruplaşdırma metodudur, yəni ən əhəmiyyətli əlamətləri üzrə obyektlərin cəminin qruplara ardıcıl bölünməsinin ciddi üsulunun işlənməsi verilir. Tikinti şirkətinin fəaliyyəti üçün ideal şəraitin təmin edilməsini heç bir seqment təmin etmir, ona görə də o seqmenti seçmək lazımdır ki, şirkətin xüsusiyyətlərinə çox dərəcədə cavab versin və özünün qiymətli tərəfini göstərməyə imkanı olsun.
5. Mənzil bazarında sahibkarlıq mühitinin formalaşması üçün strateji-planın işlənməsində təhlükənin və imkanların müəyyən edilməsi yeddi sahə üzrə qruplaşdırılır: iqtisadi amillər; siyasi-hüquqi amillər; bazar amilləri; beynəlxalq amillər; rəqabət amilləri; sosial davranış amilləri; xarici təhlükənin və imkanların təsirinin qiymətləndirilməsi. Strategiyanı işləmək üçün SWOT matrisasının istifadə edilməsi təklif olunur. Həmin matrisa strateji alternativlərin öyrənilməsi və strategiyanın seçilməsi prosesində tikinti şirkətinə köməklik edər.
6. Aparılan araşdırmalar göstərdi ki, ölkəmizdə yeniliklər üzrə ixtisaslaşan şirkətlərin və müəssisələrin dörd nəslini göstərmək olar: birinci nəslə layihə təşkilatlarını və texnoloji institutları; ikinci nəslə – elmi-istehsal birliklərini; üçüncü nəslə – sahələr arasında yaradılan innovasiya təşkilatlarını; dördüncü nəslə isə – müasir innovasiya müəssisələrini. Burada dörd nəslin bütün elementləri öz aralarında rəqabətə girirlər. Onların rolu yenilik bazarının bu günkü şəraitində yaranır.

Dissertasiya işinin əsas məzmunu dərc olunmuş aşağıdakı materiallarda əks etdirilmişdir:

1. Mehralıyev R.İ. «Mənzil bazarında sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşmasının və inkişafının təhlili». AMEA İqtisadiyyat İnstitutu, Elmi əsərləri, №3, Bakı, 2009 s. 226-230

2. Mehraliyev R.İ. «Mənzil bazarında əmtənin irəli çəkilməsi». Prof.H.O.Ocaqovun 70 illik yubileyinə həsr olunmuş Beynəlxalq Elmi – Praktiki Konfrans, Bakı- 2009. s. 39-41
3. Mehraliyev R.İ. «Mənzil tikintisində sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafı problemləri». Turan Stratejik Arısdırmalar Mərkəzi Uluslararası Bilimsel Dergi №4. Türkiyə, 2009 s. 58-62
4. Мехралыев Р.И. Связь предпринимательского характера строительной компании с инновациями на рынке жилищного строительства. «Вопросы экономических наук», №6(39), Москва, 2009 г с. 79-83
5. Mehraliyev R.İ. «Mənzil tikintisi bazarında sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafının iqtisadi şəraiti». AMEA Xəbərləri. İqtisadiyyat, Elmi əsərləri, №1, Bakı- 2010 s. 235-238
6. Mehraliyev R.İ., Məmmədov M.A. “Mənzil bazarında işləyən tikinti şirkətləri”. AzMİU-nun professor-müəllim heyətinin və aspirantların elmi konfransı, Bakı-2010 s. 112-113
7. Mehraliyev R.İ. «Mənzillərin birinci və ikinci bazarlarında sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafının təhlili». AMEA Xəbərləri. İqtisadiyyat, Elmi əsərləri, №1, Bakı - 2010 s. 313-317
8. Mehraliyev R.İ. «Mənzil tikintisi bazarında sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşması və inkişafının ayrıca elementləri». AzMİU-nun Bina və qurğuların dayanıqlılığı mövzusunda beynəlxalq elmi-praktiki konf. materialları. Bakı – 2010, s. 117-1119
9. Мехралыев Р.И. «Государственное регулирование предпринимательства на жилищном рынке Азербайджана». Санкт-Петербургский гос. Политехн. Университет. Экономические науки 6(112)2010, с.219-222.
10. Mehraliyev R.İ. «Bazarda sahibkarların tikdikləri və satdıqları mənzillərin əlverişliliyinin müəyyən edilməsinə metodoloji yanaşmalar». AMEA Xəbərləri (İqtisadiyyat seriyası) №4, Bakı- 2014, s. 98-102
11. Mehraliyev R.İ. «Mənzil bazarında sahibkarlıq fəaliyyəti mexanizminin formalaşması». AMEA İqtisadiyyat İnstitutu, “Elmi əsərlər” toplusu №1, Bakı- 2015 0,6 ç.v.

РАЗВИТИЕ И ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА РЫНКЕ АЗЕРБАЙДЖАНА

Резюме

На современном этапе развития в социальной сфере приоритетное место принадлежит улучшению жилищных условий населения. Решение этой ключевой проблемы предполагает прежде всего динамичное развитие предпринимательской деятельности на рынке жилья. Необходимость решения указанных проблем, и социальная и экономическая значимость предопределили актуальность выбора темы диссертационной работы.

Цель исследования заключается в постановке и решении следующих задач: формирование предпринимательской деятельности на жилищном рынке и определение ее инфраструктуры; действие механизма предпринимательской деятельности на рынке жилья; определение доступности жилья на рынке; анализ развития предпринимательской деятельности на первичном и вторичном рынках жилья и т.д.

Научная новизна работы. Уточнены сущность жилищного рынка как сферы предпринимательской деятельности и формирование ее инфраструктуры; определено взаимодействие рынков жилищного фонда и жилищных услуг, т.е. разработан механизм предпринимательской деятельности на рынке жилья; обоснованы методологические подходы к определению доступности жилья построенного и проданного предпринимателями на рынке; дано комплексное исследование и выделение четырех блоков логических взаимосвязей процесса управления маркетингом на жилищном рынке; проведен анализ развития предпринимательской деятельности на первичном и вторичном рынках жилья, уточнены преимущества и недостатки рынков, определены виды, структуры, формирование этапов; проведен анализ распределения жилищного рынка на сегменты в предпринимательской деятельности и т.д.

Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, 9 параграфов, выводов, списка использованной литературы.

**DEVELOPMENT AND FORMATION OF ENTREPRENEURIAL
ACTIVITY IN AZERBAIJAN MARKET**

Summary

Improvement of population's living conditions is the priority in the social sphere of modern development. The solution of this key problem assumes first of all dynamic development of entrepreneurial activity in housing market. Solution necessity of indicated problems, both the social and economic importance predetermined relevance of subject choice of a dissertation work.

The research objective involves organization and solving of following tasks: formation of entrepreneurial activity in housing market and its infrastructure definition; action mechanism of entrepreneurial activity in housing market; determination of housing accessibility in the market; development analysis of entrepreneurial activity in on primary and secondary housing markets etc.

Scientific novelty of works. The essence of the housing market is specified as spheres of entrepreneurial activity and formation of its infrastructure; interaction of the markets of housing fund and dwelling services are defined, i.e. the mechanism of entrepreneurial activity is developed in housing market; methodological approaches to determination of availability of the house of build and sold by businessmen in the market are grounded; complex research and emphasizing the four blocks of logical interconnectivity of market management process in the dwelling market are noted; the analysis of entrepreneurial activity development in primary and secondary housing markets is carried out, the advantages and shortcomings of the markets are specified, types, structures and formation of stages are defined; the analysis of distribution of housing market on segments of entrepreneurial activity is carried out etc.

Dissertation work consists of introduction, three titles, 9 paragraphs, conclusions, and the list of the used literature.

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ
РЕСПУБЛИКИ
АЗЕРБАЙДЖАНСКИЙ АРХИТЕКТУРНО-СТРОИТЕЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

На правах рукописи

МЕХРАЛЫЕВ РАФАИЛ ИСА оглы

**РАЗВИТИЕ И ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА РЫНКЕ АЗЕРБАЙДЖАНА**

5304.01 – *«Виды экономической деятельности»*

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т

диссертации на соискание научной
степени доктора философии по экономике

БАКУ – 2015