

UOT 338.46

*Ədalət Məhyəddin oğlu ƏSƏDOV*  
*Azərbaycan Kooperasiya Universiteti,*  
*İqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent*

## XİDMƏT SAHƏLƏRİNDƏ ÖZƏL SEKTORUN FORMALAŞMASI VƏ BU SAHƏDƏ DÜNYA TƏCRÜBƏSİ

### *Xülasə*

Məqalədə xidmət sahələrinin sosial-iqtisadi mahiyyəti izah edilmiş və bu sahədə sahibkarlığın inkişafı məsələləri nəzərdən keçirilmişdir. Müəlliflər xidmət sahələrinin inkişafına dair dünya təcrübəsini araşdırmışlar. Məqalədə Azərbaycanda xidmət sahələrinin inkişafı etdirilməsi zəruriliyi əsaslandırılmışdır. Müəlliflər xidmət sahələrində sahibkarlığın inkişafını nəqliyyat sektoru, konkret olaraq avtomobil nəqliyyatı təmsalində araşdırmışlar. Məqalədə bazar münasibətləri şəraitində sahibkarlığın inkişafı üçün zəruri amillər sadalanmışdır. Müəlliflər rəqabət anlayışı və rəqabət mühitini sahibkarlığın inkişafı üçün mühüm amillərdən biri kimi izah etmişdir. Məqalədə dünyada və Azərbaycanda xidmət sektorunun ümumdaxili məhsulda, məşğulluqda xüsusi çəkisi verilmişdir. Müəlliflər, ölkəmizdə xidmət sahibkarlığının hansı istiqamətlərdə inkişaf etdirilməsinin daha zəruri olduğunu da göstərmişlər. Məqalədə xidmət sahələrində sahibkarlığın inkişafı istiqamətində müəyyən təklif və tövsiyələr verilmişdir.

*Açar sözlər: xidmət sahələri, sahibkarlıq, rəqabət, rəqabətqabiliyyətlik, nəqliyyat, daşıma xidmətləri.*

### *Giriş*

#### **Xidmət sahələrinin inkişaf zəruriliyi və bu sahədə dünya təcrübəsi**

Müasir dövr bazar münasibətlərinin inkişafı ilə xarakterizə edilir. Bazar münasibətləri isə özəl sektorun inkişafına əsaslanır. Bazar iqtisadiyyatı sahibkarlığın inkişafını, bazarda daha çox rəqibin olmasını tələb edir. Daha doğrusu, bazar münasibətlərinin inkişafı bunu zəruri edir. Bu baxımdan da, ayrı-ayrı sahələrdə sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi, bazarda aparıcı mövqenin dövlətdən sahibkara doğru irəliləyişi bir zərurətə çevrilmişdir. Bazar münasibətlərinin mövcud olduğu dünya ölkələrinin təcrübəsi də sübut edir ki, sivilizasiyalı bazar iqtisadiyyatının formalaşmasının zəruri şərtlərindən biri də azad sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsi, genişləndirilməsidir. Ona görə ki, bazar iqtisadiyyatının əsas hərəkətverici qüvvəsi olan sahibkar, rəqabət mühitində fəaliyyətini davam etdirmək və öz təklifləri ilə çıxış edə bilmək üçün həmişə çalışır ki, mövcud imkanlardan daha səmərəli istifadə edərək müasir standartlara uyğun yüksək keyfiyyətli məhsul və ya xidmətlərin həcmi artırсын və daha çox mənfəət əldə etsin. Bununla da o, həm də ölkənin iqtisadi inkişafına tökan vermiş olur. Bu baxımdan səmərəli bazar münasibətlərini formalaşdırmaq və ölkənin iqtisadi inkişafını sürətləndirmək məqsədilə iqtisadiyyatın bütün sahələrində, o cümlədən xidmət sahələrində də azad sahibkarlığın inkişafına xüsusi diqqət yetirilməsi zəruridir. Nəqliyyat və rabitə kimi xidmət sahələrində azad sahibkarlığın inkişafına tökan verilməsi bir tərəfdən xidmət bolluğu yaratmaqla müasir xidmətlər bazarının və sağlam rəqabət mühitinin formalaşmasına səbəb olar, digər tərəfdən isə məşğulluq probleminin həllinə və dövlət büdcəsi gəlirlərinin artmasına kömək edə bilər [1, s. 23-31; 4].

Digər tərəfdən, xidmət sahələrinin inkişaf etdirilməsi, həm də müasir dövrün tələblərindən irəli gəlir. Belə ki, təcrübə göstərir ki, hələ XX əsrin ikinci yarısından etibarən inkişaf etmiş ölkələrdə xidmət sektoru istehsal sektorunu geridə qoymağa başlamışdır. 1980-ci illərdən etibarən isə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə baş verən struktur dəyişikliyi xidmət sektorunun həm ümumi iqtisadiyyatda payının, həm də bazar həcminin sürətlə artmasına gətirib çıxarmışdır. Nəticədə, hal-hazırda dünyanın əksər ölkəsində ümumi daxili məhsulun (ÜDM) formalaşmasında, məşğulluğun təmin edilməsində xidmət sektoru daha böyük paya sahibdir. Məsələn, məlumat üçün qeyd

edim ki, ÜDM-in Amerikada 74%-i, Yaponiyada 59%-i, Almaniyada 69,1%-i, Türkiyədə 66%-i, Fransada 77,3%-i, Rusiyada 58,7%-i, Ukraynada 68,4%-i, Qazaxıstanda 55%-i və s. xidmət sahələrinin payına düşür. O cümlədən, Estoniyanın ümumdaxili məhsulunun 71%-ni, Litvada 62%-ni xidmət sektoru formalaşdırır. O cümlədən, Latviyada nəqliyyat sektoru, xüsusilə tranzit daşımlar büdcə gəlirlərinin 30%-ni, ümumi ixracın isə 27%-ni təşkil edir [3; 5].

#### **Xidmət sahələrində sahibkarlığın inkişafının nəzəri əsasları və Azərbaycan təcrübəsi**

Xidmət sektorunun bazar payının artması əslində iqtisadiyyatın şaxələnməsini və sahələr üzrə ixtisaslaşmasını da təmin edir. Klassik iqtisadiyyatda sənayeləşmə, fiziki məhsul istehsalı iqtisadiyyatın qan damarı, istehsal edilən əmtəyə sahib olmaq zənginlik əlaməti sayılırdısa, müasir iqtisadiyyatda eyni fikirlər xidmət sektoru haqqında deyilir. Dövrümüzdə xidmət sektoru perspektiv vəd edən sahə kimi tanınır və dünya iqtisadiyyatının gəlirli sahəsi kimi böyük cəlbədiciliyə malikdir.

Statistik araşdırmalar göstərir ki, Azərbaycan Respublikasında müxtəlif xidmət sahələrinin inkişafı istiqamətində genişmiqyaslı və çəşidli tədbirlər kompleksinin həyata keçirilməsinə baxmayaraq, müasir dövrdə xidmət sahələrinin payı ÜDM-də 26%, məşğulluqda isə 46% təşkil edir. Nəzərə alsaq ki, Azərbaycan Respublikasının əlverişli coğrafi mövqeyi, zəngin təbii-iqtisadi potensialı, qədim tarixi ənənələri və s. amillər əksər xidmət sahələrinin sürətli və uzunmüddətli inkişafı üçün geniş imkanlar yaradır, onda yuxarıda qeyd edilən rəqəmlərin kifayət qədər az olduğunu görürük. Bu isə o deməkdir ki, ölkəmizdə xidmət sahələrinin inkişafı istiqamətində mövcud potensial imkanlardan tam və səmərəli istifadə təmin edilməmişdir. Bütün bunları nəzərə alaraq, Azərbaycanda ayrı-ayrı xidmət sahələrinin müasir dünya təcrübəsinə və cəmiyyətin müasir tələblərinə uyğunlaşdırılması, bu sahədə dinamik və davamlı inkişafın təmin edilməsi məqsədilə ilk növbədə nəzərə almaq lazımdır ki, təklif edilən xidmətlərin insanların zövqünə, dünyagörüşünə və psixoloji baxışlarına uyğun olması vacibdir, hansı ki, tələbat da bütün bunların əsasında formalaşır. Bu baxımdan da, xidmətləri təklif edən subyektlərin fərqli psixologiyalarla uzlaşmağı bacaran kadrlara malik olması zəruridir. Bu isə o deməkdir ki, kadr təminatı xidmət sahələrinin inkişafının ən mühüm şərtlərindən biridir. Təcrübə göstərir ki, xidmət sahələrində "müşəri məmnunluğu"nun başlıca şərtlərindən biri xidmətləri təklif edən tərəfin səmimiyyətidir. Başqa sözlə desək, xidmət subyekti "olduğu kimi görünməyi və göründüyü kimi olmağı" bacarmalıdır, hansı ki, bu da işi heyətindən çox asılıdır. Eyni zamanda, xidmət sahələrinin dinamik inkişafının zəruri şərtlərindən biri də insanların inamını qazana bilməsidir. Başqa cür ifadə etsək, heç bir insan keyfiyyətinə, səmimiyyətinə, təhlükəsizliyinə və s. inanmadığı bir xidmətin sifarişçisi (istehlakçısı) olmaz. Bu baxımdan da, xidmət sahələri müxtəlif metodlardan (reklam, piar, sorğu və s.) istifadə etməklə cəmiyyətin inamını (etibarını) qazanmağı bacarmalıdır. Onu da qeyd edək ki, istehsal sahələrindən fərqli olaraq, xidmətlər birbaşa insanlarla bağlıdır və onların gözləri qarşısında təşkil edilir. Bu baxımdan da, istehsaldan fərqli olaraq, xidmət sahələrində istismar edilən texnika və texnologiya da insanların diqqətini daha çox cəlb edir. Bunları nəzərə alaraq, xidmət sahələrində ETT nailiyyətlərinin sürətli və genişmiqyaslı tətbiqi məqsədəuyğun olardı [3; 9].

Aydındır ki, xidmətlərdən istifadənin mühüm şərtlərindən biri də əhali gəlirlərinin həcmidir. Təbii ki, gəlir çox olduqca daha çox xidmət istehlakçısı formalaşır ki, bu da nəticədə xidmət sahələrinin inkişafını təmin edir. Təbii ki, əhali gəlirlərinin artırılması istiqamətində də düşünmək lazımdır. Bütün hallarda isə, gəlirlərdə mövcud olan fərqlər, xidmət sifarişində də özünü göstərəcəkdir. Bunları nəzərə alaraq, hər bir gəlir səviyyəsinə uyğun insanların əldə edə biləcəyi xidmətlər təklif edilməlidir. Bu istiqamətdə qardaş Türkiyə dövlətinin təcrübəsindən yararlanmaq məqsədəuyğun olardı.

Ümumilikdə isə, istənilən formada xidmətdən danışarkən, ilk növbədə, istehlakçılar, onların göstərilən xidmətə münasibəti nəzərdə tutulur. Təbii ki, bu zaman istehlakçı istək və arzuları, onların tələbləri və bu tələbləri formalaşdıran amillər diqqətlə araşdırılmalı və tədqiq olunmalıdır. Bu isə, müvafiq marketing fəaliyyətinin təşkilini tələb edir. Ona görə ki, marketing xidmətləri həm rəqabət mühitini, rəqabət mübarizəsini müəyyənləşdirməyə, həm də istehlakçıların

zövqünü, tələbatını öyrənməyə imkan verir. Bütün hallarda isə, hər bir sahədə, o cümlədən xidmət sahələrində sahibkarlığın inkişafında rəqabət və rəqabət mühiti olduqca ciddi rol oynayır [8; 10, s. 18-27].

Aydındır ki, rəqabət bazarda daha yaxşı mövqe tutmaq, daha çox istehlakçı cəlb etmək uğrunda bəhsləşmə, mübarizədir. Təcrübə göstərir ki, tarixin bütün mərhələlərində ədalətli rəqabət qədər sahibkarlığın inkişafına təkan verən ikinci bir göstərici çox azdır. Hətta, sahibkarın lazımı qədər maliyyə ehtiyatları olduğu halda belə, əgər rəqabət mühiti normal deyilsə, ədalətli rəqabət mübarizəsi üçün şərait yoxdursa, onda uzunmüddətli və dinamik fəaliyyət qeyri-mümkündür. Rəqabətin yaranması tarixən ömək bölgüsünün təsiri altında mülkiyyət münasibətlərinin yarandığı dövrə təsadüf edir. İstehsal vasitələri üzərində xüsusi mülkiyyət rəqabətin mövcudluğunu şərtləndirən əsas amildir. Qeyd etmək lazımdır ki, rəqabət bazarın təbiətinə daxilən xas olan ünsür olub, iqtisadiyyatı inkişaf etdirən başlıca amillərdən biri kimi çıxış edir. Rəqabət bazarın iştirakçıları arasında əlaqələrə cəlb olunmuş xüsusi formada təzahür edən münasibətləri ifadə edir. O, bir tərəfdən istehsalçılar arasında, digər tərəfdən isə istehlakçılar arasında münasibətlərinin reallaşması uğrunda mübarizəni əks etdirir. Onlar öz aralarında rəqabət mübarizəsi yolu ilə istehsalda, alqı-satqıda əlverişli şəraitə nail olmağa çalışırlar. Bu mübarizə isə həmişə onları istehsal və ya xidməti təkmilləşdirməkdə, genişləndirməkdə maraqlıdır, çünki rəqabət nəticəsində iflasa uğramaq təhlükəsi var [6, s. 98-114; 7, s. 116-129].

İqtisadiyyatda rəqabəti bazar mexanizminin mühüm elementlərindən biri kimi tədqiq edən iqtisadçılar həmişə onun bazarda iqtisadi fəaliyyətin bütün tərəflərinə təsir imkanını diqqət mərkəzində saxlamışlar. Rəqabət təsərrüfat subyektlərinin, nəinki bazar əlaqələrinə, həmçinin onların bazarda üstünlük əldə etmələri üçün istehsal prosesinə fəal təsir göstərir. Rəqabətin fəaliyyəti bazar təsərrüfatının bütün iştirakçılarını əldə etdikləri nəticə ilə qonaqlanmamaq, yeni imkanlar axtarmağa, yeni texnologiya, istehsalın və idarəetmənin təşkilinin yeni üsullarının tətbiqinə məcbur edir. Ona görə də rəqabət bazar subyektlərindən daima çevik olmağı, iqtisadi dəyişikliklərə uyğunlaşmağı tələb edir.

Rəqabət bir tərəfdən istehsalın kifayət dərəcədə çevik olmasında istehsalçıları stimullandırır, digər tərəfdən bu iqtisadi mübarizəyə tab gətirməyənlərin iflasa uğramasına səbəb olur. O, elmi-texniki tərəqqinin nailiyyətlərinin istehsalda tətbiqinin sürətləndirilməsini, əməyin təşkilinin mütərəqqi formalarının tətbiqini, eyni zamanda iqtisadiyyatda müvafiq təşkilati və struktur dəyişikliyini aparılmasını zəruri edir. Rəqabət nəticəsində məhsulun keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasına və dünya bazarına rəqabət qabiliyyətli məhsulla çıxmağa imkan yaranır. Bunun təsiri ilə məhsul vahidinə material məsrəfləri istehsalçı tərəfindən aşağı salınır və nəticədə, həm istehsalın, həm də bütövlükdə iqtisadiyyatın səmərəliliyi yüksəlir [6; 7].

#### **Xidmət sahələrində özəl zektorun formalaşma dinamikası (nəqliyyat xidmətləri təmsilində)**

Qeyd edildiyi kimi, Azərbaycan Respublikasında xidmət sahələrinin müxtəlif istiqamətlərinin inkişafı üçün zəngin potensial imkanlar və əlverişli coğrafi şərait mövcuddur. Ölkəmizin Avropa və Asiya arasında strateji-coğrafi məkanda yerləşməsi, əsrarəngiz təbiət aləmi, rəngarəng iqlim ehtiyatları və s. xüsusilə nəqliyyat və turizm kimi xidmət sahələrinin inkişafı üçün əlverişli şərait formalaşdırmışdır. Bütün hallarda isə, hər bir sahənin inkişafında nəqliyyat xidmətləri qaçılmazdır. Başqa sözlə desək, bütün sahələrin fəaliyyətində, xidmətlərin tərkibində bu və ya digər dərəcədə nəqliyyat xidmətləri mövcuddur. Ona görə də, xidmət sahibkarlığının inkişafının nəqliyyat sektoru təmsilində araşdırılması daha məqsədəuyğun olardı. Bu məqsədlə nəqliyyat sektoru üzrə makroiqtisadi göstəricilərə nəzər salaq.

**Nəqliyyat üzrə əsas makroiqtisadi göstəricilər**

	2000	2010	2012	2014	2016	2017	2018
Əlavə dəyər, min manat	453	2369	2942	2656	4076	4719	5033
Ümumi mənfəət, min manat	327	1961	2313	1963	3281	3860	4078
Xalis mənfəət, min manat	229	1576	1874	1386	2162	2935	3071
Muzdlu işçilərin orta illik sayı, min nəfər	79.2	112.2	117.3	120.2	123.8	126.1	126.8
Orta aylıq nominal əməkhaqqı, manat	52	395	512	530	649	734	807
Əsas fondlar (ilin sonuna), min manat	2064	5700	7662	9124	11582	12404	12944
Əsas kapitala investisiyalar, min manat	440	2435	2610	2432	1391	1774	1923

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

Cədvəldə verilmiş makroiqtisadi göstəricilərdən görüldüyü kimi, nəqliyyat sektoru üzrə bütün makro göstəricilər dinamik olaraq artmışdır ki, bu da sahədə inkişaf dinamikasını ifadə edir. Konkret göstəricilərə nəzər salsaq, yalnız 2010-2018-ci illər ərzində nəqliyyat sektorunda əlavə dəyərin 2.1 dəfə və ya 2664 min manat, ümumi mənfəətin 2,1 dəfə və ya 2117 min manat, xalis mənfəətin 2,0 dəfə və ya 1495 milyon manat, muzdlu işçilərin orta illik sayı 1,1 dəfə və ya 14,6 min nəfər, orta aylıq nominal əməkhaqqının 2,0 dəfə və ya 412 manat, əsas fondların 2,3 dəfə və ya 7244 min manat artmış, əsas kapitala investisiyalar isə 1,3 dəfə və ya 512 min manat azalmışdır. Bütün bunlar, ümumilikdə nəqliyyat sektorunun dinamik tərəqqidə olduğunu və bu sahəyə yatırılan vəsaitlərin hissə-hissə özünü doğrultduğunu ifadə edir. Əlbəttə, bu o demək deyildir ki, artıq sahədə hər bir problem öz həllini tapmışdır. Əksinə, ölkəmizin potensial imkanları nəqliyyat sektorundan dəfələrlə çox gəlir əldə etməyə imkan verir. Ona görə də bu istiqamətdə həyata keçirilən proqram və layihələr davamlı xarakter daşımali, nəqliyyat sahəsində beynəlxalq əməkdaşlıq gücləndirilməli və nəqliyyat əməliyyatlarının təşkili daha da təkmilləşdirilməlidir.

Nəqliyyat sektoru üzrə statistik araşdırmalardan aydın olur ki, sektorun bütün makroiqtisadi göstəricilərində dinamik artım müşahidə edilərsə də, nominal ifadədə nəqliyyat sahəsinin ölkə iqtisadiyyatında payı artsa da, bəzi göstəricilər üzrə xüsusi çəkisinin azalması müşahidə edilmişdir. Bunun isə başlıca səbəbi ölkədə sürətli iqtisadi tərəqqinin təmin olunması və ölkə üzrə tərəqqinin sahənin tərəqqisini üstələməsidir. Yuxarıda nəzərdən keçirilən makroiqtisadi göstəricilər üzrə, sahənin ümumi ölkə göstəricində xüsusi çəkisi aşağıdakı kimidir.

**Ölkə iqtisadiyyatında nəqliyyatın xüsusi çəkisi, faizlə**

	2000	2010	2012	2014	2016	2017	2018
Əlavə dəyər	9.6	5,6	2,5	4.5	6.7	6.7	6.3
Ümumi mənfəət	9,7	6,0	5,6	4.5	7.6	7.4	6.8
Xalis mənfəət	8.2	5,2	4,8	3.4	6.5	6.5	5.6
İşçilərin orta illik sayı	7.1	8,1	7,9	7.9	8.1	8.2	8.1
Orta aylıq nominal əməkhaqqı	116.7	119,2	128,4	119.3	129.9	138.9	148.2
Əsas fondlar	11.3	8,6	9,3	8.2	8.1	6.8	6.7
Əsas kapitala investisiyalar	4.5	24,6	16,9	19.9	8.8	10.2	11.2

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

Statistik məlumatlardan aydın olduğu kimi, nəqliyyat sektoru üzrə əlavə dəyər, ümumi və xalis mənfəət və əsas fondların ölkə üzrə müvafiq göstəricilərin tərkibində xüsusi çəkisi 2000-ci ilə

nisbətən azalsa da, 2010-cu ildən dinamik artım müşahidə edilir. 2010-2018-ci illərdə əsas fondlar və əsas kapitala yönəldilmiş investisiyalarda azalma müşahidə edilir ki, bunun da səbəbi uyğun göstəricilərin ölkə üzrə daha sürətlə artmasıdır.

Ölkəmizdə müxtəlif xidmət sahələrinin sürətli inkişafı, bu sahədə mövcud olan potensial imkanlardan səmərəli istifadə istiqamətində genişmiqyaslı və uzunmüddətli tədbirlər proqramı reallaşdırılmaqdadır. Turizm, rabitə, nəqliyyat və s. xidmət sahələri üzrə silsiləvi olaraq qəbul edilən qərarlar, həyata keçirilən proqram və layihələr belə deməyə əsas verir. Nəzərə alsaq ki, bütün dünyada xidmət sahələrinin inkişafı istehsal sahələrini qabaqlamaqdadır, onda ölkəmizdə də bu sahələrin inkişaf etdirilməsi zəruriliyi aydın olar.

**ƏDƏBİYYAT**

1. Abbasov A.B. "Sahibkarlıq fəaliyyəti: növləri, təşəkkülü və inkişaf problemləri". Bakı, ADİU-nun nəşriyyatı, 1998, s. 212.
2. Allahverdiyev H.B., Qafarov K.S. və b. "İqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsi", Bakı, "Nasir", 2002, 447 s.
3. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində Azərbaycanın milli iqtisadiyyatının dayanıqlı inkişafının əsas istiqamətləri. Bakı, "Elm", 2008, 188.
4. Ə.M.Əsədov. "Xidmət sahələrində sahibkarlığın təşəkkülü və inkişaf istiqamətləri". AKU, "Kooperasiya" jurnalı, 2008, № 2, s. 90-95.
5. Ə.M.Əsədov. "Regionlarda xidmət sahibkarlığının inkişaf etdirilməsi problemləri". AMEA-nın İqtisadiyyat İnstitutu, Elmi əsərlər toplusu, II buraxılış, 2008, s. 192-197.
6. Gənciyev G., Kərimov C. "Sahibkarlığın əsasları". Bakı, "Elm", 1999, 136 s.
7. İbrahimov İ.H. "Sahibkarlıq fəaliyyətinin iqtisadi-hüquqi mexanizmi". Bakı, "Təchizat" MMS, 2004, 279 s.
8. M.H.Zeynalov. "Xidmət sferasında sahibkarlığın xüsusiyyətləri". Bakı, AMEA-nın İqtisadiyyat İnstitutu, "Azərbaycan iqtisadiyyatı yüksəliş yollarında" məqalələr toplusu, 2003, V buraxılış, s. 315-320.
9. M.H.Zeynalov. "Qloballaşma şəraitində respublikanın xidmət sferasında sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişaf tendensiyaları". "Qloballaşma şəraitində davamlı inkişafın aktual problemləri" mövzusunda konfransın materialları. Bakı, Azərbaycan Universiteti, 2011, s. 98-100.
10. M.H.Zeynalova. "Xidmət sferasında sahibkarlıq fəaliyyətinin tənzimlənməsi və inkişafının əsas istiqamətləri" mövzusunda dissertasiya işi. Bakı, AMEA-nın İqtisadiyyat İnstitutunun kitabxanası, 2014, 180 s.
11. Tağıyev A.H. "Bazar iqtisadiyyatının əsasları", Bakı, 2000, 238 s.
12. [www.stat.gov.az](http://www.stat.gov.az)

*Адалят Махьяддин оглы Асадов  
Азербайджанский Университет Кооперации,  
доктора философии по экономике, доцент*

**Формирование частного сектора в сфере услуг и мировой опыт в этой области**

**Резюме**

В статье описывается социально-экономическая природа сферы услуг и обсуждается развитие предпринимательства в этой области. Авторы изучили мировой опыт развития сферы услуг. В статье обоснована необходимость развития сферы услуг в Азербайджане. Авторы исследовали развитие предпринимательства в сфере услуг на примере транспортного сектора. В статье перечислены необходимые факторы развития предпринимательства

в контексте рыночных отношений. Авторы объясняют концепцию конкуренции и конкурентной среды как одного из ключевых факторов развития предпринимательства. В статье приводится удельный вес сферы услуг в мире и Азербайджане в ВВП и занятости. Авторы также подчеркнули необходимость дальнейшего развития сервисного предпринимательства в нашей стране. В статье приведены некоторые предложения и рекомендации по развитию предпринимательства в сфере услуг..

**Ключевые слова:** услуги, предпринимательство, конкуренция, конкурентоспособность, транспорт, транспортные услуги.

*Adalat Makhyaddin Asadov*  
*Azerbaijan Cooperation University,*  
*doctors of philosophy in economics, ass. professor*

### **Formation of the private sector in the service sector and world experience in this area**

#### **Summary**

The article was explained socio-economic issues of service areas and have been considered in the development of entrepreneurship. The authors have investigated the experience of the world for the development of the service sector. The article is based on the necessity of the development of the service sector. Authors investigated enterprise development services in the transport sector, in particular road transport, the case. The article listed the factors necessary for the development of entrepreneurship in the context of market relations. The authors of the concept of competition and competitive environment is one of the important factors for the development of entrepreneurship has explained. The article of the service sector in the gross domestic product in the world and, given the share of employment. Authors, the directions of development of entrepreneurship in the country's service is rendered all the more necessary. The article offers services in the fields of entrepreneurship and to develop recommendations.

**Key words:** services, business, competitive, competitiveness, transport, transport services.