

Alman İqtisadi Gücünün Sirri

Alman İqtisadiyyatının inkişaf templəri bugün Avropa ittifaqı ölkələri ilə müqayisədə (27 ölkə) iki dəfədən çoxdur. 2009-cu ildə bütün Avropanı bürüyən böhrandan Alman iqtisadiyyatı 3% artım ilə çıxdı. Maraqlı məqəm burasındadır ki, məhz böhrandan sonra bu ölkə öz iqtisadi gücünü dahada artırmağa başlamışdır. Bəs nədir bu iqtisadi əfsanənin sirri?! Bu yazıda mən Alman İqtisadiyyatı barədə danışacam.

Alman iqtisadiyyatının uğur səbəblərini mən 3 faktorun üzərində qurulduğunu hesab edirəm. Bunları nəzərdən keçirək:

Faktor №1. Orta sahibkarlıq. Almanlar buna *Mittelstand* deyirlər və bu məsələ Alman iqtisadiyyatının həqiqətəndə əsasını təşkil edir. Almaniyada 3 mln. çox orta şirkət mövcuddur, Almanların 70%-ən çoxu məhz orta və kiçik şirkətlərdə çalışırlar. ÜDM (Ümumi daxili məhsul – ölkədə istehsal edilən əmtəə və xidmətlərin pulla ifadəsi) bu şirkətlərin payı 48% təşkil edir və bu göstərici Avropa ölkələri arasında ən üstün göstəricidir. Beləliklə Almaniya iqtisadiyyatının 48%, işləyən əhalinin isə 70% məhz ortalama işçi sayı 9 nəfərdən ibarət olan şirkətlər təşkil edir. Dövlət orta və kiçik şirkətləri sözün həqiqi mənasında dəstəkləyir, məsələn:

- Kreditləşdirmə şərtləri. İldə 16 mlr. Evro səviyyəsində ortalama dəyəri 25000 Evro olan kreditlər verilir. Kredit faizi illik 6-8% olur və dövlət risklərin 50% öz öhdəsinə götürür. Müqayisə üçün bizdə yeni layihələrə kredit almaq şərtləri son dərəcə çətin olması ilə yanaşı illik kredit faizi ən yaxşı halda 18% olur.
- Almaniya İqtisadiyyat Nazirliyinin dəstəyi ilə yaradılan [xidmət nəticəsində](#) orta biznes üçün məsləhət təklif edilir.
- Dövlət tərəfindən bir-başa yardımlar. Məsələn Dövlət kiçik sahibkarların biznesini müəyyən vaxt çərçivəsində

subsidiyalaşdırıla bilər. Konkret olaraq bu proses üçün fond yaradılmışdır.

Orta sahibkarlıq bugün yalnız iqtisadi göstəricilər nöqtəyi nəzərdən deyil, həmçinin ixtisaslaşma hesabına istehsal edilən məhsulların keyfiyyətinin artırılmasına və maya dəyərinin aşağı olmasına müsbət təsir göstərir.

Faktor №2. Əmək bazarında islahatlar. Əlbətdə uğurun sahibi çox olar deyə bir misal var və bugün Alman iqtisadiyyatının uğur səbəblərindən söhbət açdığımız zaman danışılacaq məsələlər çox ola bilər. Lakin Alman hökumətinin böhran dövründə apardığı əsas işlərdən biridə əmək bazarının tənzimlənməsi oldu. Böhran dövründə Almaniyada iş vaxtının qısaltılmasına dair qərar qəbul edildi (Kurzarbeit). Bunun əsasında dövlət şirkətlər üçün kvalifikasiyalı işçilərin işdən azad edilməməsi üçün çox milyardlıq subsidiyalar tətbiq etməyə başladı. İlk əvvəl qısaltılmış iş rejimi ilə işləyən işçilərin sayı Almaniyada üzrə 1,5 mln. nəfər idi. Bu cəmi 6 ay davam etdi. Hal-hazırda ölkədə məcburi əsaslarla qısa müddətli çalışan işçilər yoxdur. Dövlət tətbiq etdiyi sistem nəticəsində Alman şirkətləri öz kadrlarını qısaltılmış iş vaxtı prinsipi ilə işdə saxladı və bu sifarişlər olduğu müddətdə çevik reaksiya verərək əvvəlki işləmə qrafikini təmin etdi. Beləliklə, tətbiq edilən prinsip nəticəsində ölkə böhranda iki vacib məsələni həll etmiş oldu: böhran dövründə işsizlik minimuma endirildi və şirkətlər kvalifikasiyalı işçilərini işdə saxlaya bildi.

Faktor №3. Made in Germany. Alman iqtisadi modelinin əsasını eksporta yönəlmə təşkil edir. Məhz bu amil üçün "Made in Germany" ölkədə istehsal edilən məhsullara rəqabət üstünlüyü yaradır. Sözü gedən "brendin" yaranması üçün Alman hökuməti böyük investisiyalar qoyur və bu investisiyalar ölkədə istehsal prosesini aparan bütün şirkətlərdə biznes-proseslərin düzgün tətbiq edilməsinə yönəlir. Alman hökuməti şirkətlərdə məhsulların yaradılması, keyfiyyət laboratoriyaları ilə təhciz edilməsi və ümumi keyfiyyətin qaldırılması istiqamətində sahibkarlarla apardığı işlər nəticəsində bugün "Made in

Germany” brendi ən dəyərli ölkə brendlərinin başında dayanır.

MARAQLI YAZI: [UĞURLU REKLAM NƏDƏN ASILIDIR?](#)