

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI ELM və TƏHSİLNAZİRLİYİ

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

İNNOVASİYALI İQTİSADİYYAT VƏ MENEJCMENT

№ 1 2025

Baş redaktor:

Yaşar Adil oğlu Ömərov, dosent

Redaksiya heyəti

Baş redaktorun müavini:

Raif Tofiq oğlu Hüseynov i.f.d., dos.

Prof. Dr. Patrick Siegfried, Trier Tətbiqi Elmlər
Universiteti, Almaniya

Prof. Dr. Anikó Khademi-Vidra, Macarıstan Kənd
Təsərrüfatı və Təbiət Elmləri Universiteti,
Macarıstan

Prof. Dr. Alina Daniłowska, Varşava Təbiət
Elmləri Universiteti, Polşa

Prof. Dr. Murat Kızıldağ, Mərkəzi Florida
Universiteti, ABŞ

Prof. Dr. Andrei Jean, Rumıniya Milli Elmlər
Akademiyası, Rumıniya

Prof. Dr. Julia Galchynska, Ukrayna Milli Təbiət
və Ətraf Mühit Elmləri Universiteti, Ukrayna

Prof. Dr. Ercan Özen, Uşak Universiteti, Türkiyə

Məsul katib:

Qalibə Rza qızı Məmmədova t.f.d., dos.

Rəsmiyyə Abdullayeva, prof., ETN, İqtisadiyyat
İnstitutu

Şahin Xurşudov, dos., GDU

Afəddin Həmidov, dos., GDU

Məhərrəm Hüseynov, prof., ADAU

Veysəl Eyyubov, prof., MDU

Fizuli Məmmədov, prof., ATU

Yusif Hümbətov, prof., ATU

Sakit Yaqubov, prof., UNEC

Şaiq Əsgərov, dos., UNEC

Kərimov Mehman İlham o.,i.f.d.(xarici dil üzrə
mütəxəssis)

Azərbaycan Respublikası Ədliyyə Nazirliyində qeydiyyatda alınıb: Reyestr №4155

Azərbaycan Texnologiya Universitetinin Elmi Şurasının qərarı ilə çap olunur

Jurnal aşağıdakı Beynəlxalq elmi məlumat bazalarına daxildi:

International Scientific Indexing (ISI), International Institute of Organized Research (I2OR), Journal factor, Cite factor, Academic Scientific Journals, Scientific Indexing Services



Print – 2616-8626

Innovasiyali iqtisadiyyat və menecment №1, 2025, 169 - səh.

MÜNDƏRİCAT– СОДЕРЖАНИЕ - CONTENTS

| | |
|--|------------|
| S. E.Məhərrəmov, F.A.Məmmədova İqtisadi artımda investisiyaların əhəmiyyəti | 4 |
| K. R.Həsənova «LEAN PRODUCTION» mikrologistik konsepsiyasının mahiyyəti..... | 13 |
| M.İ.Hüseynov, A.A.Hüseynov, Z.A. Müşkiyev, E.B.Müseybli Biznes münasibətlərinin inkişafında menecment sisteminin effektivlik meyarları..... | 20 |
| Y.F. Əlifov, V.Y. Əlifov, F.Ş. Vəliyev Rəqabət qabiliyyətli kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının zəruriliyi və onu təmin edən amillər | 26 |
| F.C. Kərimov, U.S. Süleymanov Yüngül sənayedə innovasiya marketinqinin mahiyyəti və əhəmiyyəti..... | 34 |
| X.N. Cavadzadə Aqrar bazarın təşkili və regional inkişaf problemləri..... | 39 |
| R.C. Muradov Kənd təsərrüfatı sektoruna investisiyaların təkmilləşdirilməsi üçün maliyyə mexanizmlərinin gücləndirilməsi..... | 49 |
| C.M. Cəfərov, M.C. Hüseynov Biznes sferasında kiçik sahibkarlıq subyektlərinin inkişaf perspektivləri..... | 53 |
| A.V. Hacıyev Müasir əmək bazarı ölkə iqtisadiyyatının islahatı kontekstində | 59 |
| G.Z. İsmayılova, B.İ. Abbasova, M. İ. Hüseynov, Z.A.Müşkiyev Mübadilə sferasında marketinq xidmətindən istifadənin effektivliyi | 66 |
| X.F.Abdullayeva Azərbaycan-Türkiyə ticarət-iqtisadi əlaqələrinin müasir təkmilləşdirilməsində dövlət tənzimlənməsi | 72 |
| E.N. Əhmədova Yaşıl vergi təşviqləri və ətraf mühitin qorunması arasında dinamik əlaqəlilik | 80 |
| E.B. Məmmədova Yaşıl maliyyə innovasiyasının ətraf mühitin keyfiyyətinə təsiri: COP29 aspektindən..... | 90 |
| N.Z. Mehdiyeva Azərbaycan Respublikasında kiçik sahibkarlığın inkişafı: innovativ yaşıl turizm aspektindən..... | 100 |
| N.Ə. Cavadov, N.Q. Mirzəzadə, U.S. Süleymanov Azərbaycanın ixrac potensialının genişləndirilməsi perspektivləri..... | 110 |
| S.Məmmədov, R.Çobanov Dış gigiyenası vasitələrinin bazar marketinqi və onlardan əhali tərəfindən istifadə vəziyyəti | 117 |
| E.A. Fərzaliyev Ərzaq təminatı və ərzaq təhlükəsizliyinin təminində aqrar sahənin innovasiyalı inkişafının rolu | 123 |
| R.K. Məmmədov, C.E.Cəfərli Aktiv əməliyyat anlayışının mahiyyəti və hesabatlarda tanınması . | 130 |
| H.E.Quliyeva Debitor əməliyyatlarla bağlı mühasibat uçotu proseslərinin inventarizasiyası | 136 |
| C.A. Аббасова, Б.Ф. Новрузов Методические аспекты аудита учета затрат производства в строительных организациях..... | 141 |
| Ş.N. Nəbiyeva, F.Ə. İbrahimova Maliyyə göstəricilərinin ekonometrik təhlili üsulları | 150 |
| K.S.Dadaşova, İ.İsmayılov Qeyri-bərabər ölçmələrin nəticələrinin rəqəmləndirilməsi metodunun köməyi ilə işlənilməsi..... | 155 |
| E.R. Cəbrayilzadə, M.A. Allahverdiyeva Firmanın imicinin formalaşmasında ictimaiyyətlə əlaqələrin rolu | 160 |

UOT 657

DOI 10.30546/JIECM.2025.1.004

İQTİSADİ ARTIMDA İNVESTİSİYALARIN ƏHƏMİYYƏTİ

¹Səkinə Etibar qızı Məhərrəmovə, ²Firuzə Aftandil qızı Məmmədova

Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti

¹sekine.1989@mail.ru, ²firuzamammadova91@gmail.com

Xülasə: *İnvestisiya, iqtisadi inkişafın əsas faktoru olaraq, fərdlər, bizneslər və hökumətlər üçün resursların (vaxt, pul, səy) gələcək gəlirlər əldə etmək məqsədilə ayrılmasını ifadə edir. Bu, böyümə, innovasiya və sabitliyin əsasını təşkil edir.*

Maliyyə investisiyaları iki əsas kateqoriyaya bölünür: səhmlər, potensial kapital artımı və dividendlər təqdim edir; istiqrazlar isə sabit faiz ödənişləri ilə daha az riskli seçimdir. Daşınmaz əmlak investisiyaları kirayə gəliri və yenidən satış məqsədilə mülkiyyət alımını əhatə edir, biznes investisiyaları isə sahibkarlığı və vençur kapitalını dəstəkləyərək iqtisadi aktivliyi stimullaşdırır.

Alternativ investisiyalar, məsələn, kriptovalyutalar və incəsənət kolleksiyaları yeni imkanlar təqdim edir. Bu sahələrdə risklərin idarə edilməsi önəmlidir; diversifikasiya, investisiyaların müxtəlif aktiv sinifləri üzrə yayılması ilə itkiləri azaltmağa kömək edir. Faiz dərəcələri, inflyasiya və hökumət siyasətləri investisiya qərarlarına təsir edir.

Son illərdə texnoloji irəliləyişlər investisiya mühitini dəyişdirib; onlayn platformalar və fintech alətləri investisiya proseslərini asanlaşdırır. Eyni zamanda, ESG (Ətraf Mühit, Sosial və İdarəetmə) investisiyalarının artması, etik mülahizələrin maliyyə məqsədləri ilə uyğunlaşdırılmasını əks etdirir. Ümumilikdə, investisiya iqtisadi artımı dəstəkləyən, iş yerləri yaradan və cəmiyyətə geniş təsir göstərən mühüm bir sahədir.

Açar sözlər: *investisiya, iqtisadi inkişaf, resursların ayrılması, maliyyə investisiyaları, səhmlər, istiqrazlar, biznes investisiyaları.*

Giriş: *İnvestisiya, iqtisadi inkişafın əsasını təşkil edir və maliyyə resurslarının səmərəli istifadəsini tələb edir. Bu proses yalnız maddi gəlir əldə etmək məqsədini daşımır; eyni zamanda cəmiyyətin rifahını artırmaq, yeni iş yerləri yaratmaq və innovasiyaları dəstəkləmək baxımından da vacibdir. Müasir dövrdə investisiya strategiyaları və alternativ imkanlar artmaqdadır.*

Məqalədə investisiyanın növləri, risklərin idarə edilməsi, bazar trendləri və gələcək perspektivlər müzakirə olunacaq. İnvestisiya yalnız fərdi sərmayəçiləri deyil, həm də dövlətlərin iqtisadi strategiyalarını formalaşdırır. Bu, innovasiyaların tətbiqi, istehsalın genişləndirilməsi və sosial rifahın artırılması məqsədilə həyata keçirilir.

İnvestisiya növləri birbaşa, portfel, qeyri-maddi və sosial investisiyaları əhatə edir. Hər biri öz risk və mükafatlarına malikdir. Eyni zamanda, iqtisadi böhranlar, maliyyə dalğalanmaları və texnoloji irəliləyişlər investisiya qərarlarına təsir edir.

Məqalə, investorların daha məlumatlı qərarlar verməsinə və dinamik bazar şəraitində uğur qazanma imkanını artırmasına yönəlmiş analiz təqdim edir. İnvestorların strateji yanaşmaları və informasiyaya əsaslanan qərar qəbul etmə bacarıqları müasir investisiya mühitində uğurun açarıdır.

Mövzunun aktuallığı: *İnvestisiya, mühüm bir amil olaraq, iqtisadi inkişafı dəstəkləyir və fərdlər, bizneslər və hökumətlər üçün resursların (vaxt, pul, səy) gələcək gəlir əldə etmək məqsədilə ayrılmasını nəzərdə tutur. Bu, əsasını böyümə, innovasiya və sabitlik təşkil edir.*

Maliyyə investisiyaları iki əsas kateqoriyaya bölünür: kapital artımı və dividendlər təqdim edən səhmlər; daha az riskli seçim olan istiqrazlar isə sabit faiz ödənişləri təqdim edir. Kirayə gəliri və

yenidən satış üçün mülkiyyət alımını əhatə edən daşınmaz əmlak investisiyaları, iqtisadi aktivliyi artıraraq sahibkarlığı və vençur kapitalını dəstəkləyən biznes investisiyaları ilə birləşir.

Yeni imkanlar təqdim edən alternativ investisiyalar, məsələn, kriptovalyutalar və incəsənət kolleksiyaları, risklərin düzgün idarə olunmasını vacib edir; investisiyaların müxtəlif aktiv sinifləri üzrə yayılması ilə itkiləri azaltmağa kömək edən diversifikasiya da bu kontekstdə önəmlidir. Faiz dərəcələri, inflyasiya və hökumət siyasətləri investisiya qərarlarını təsir edir.

Son illərdə, investisiya mühitini dəyişdirən texnoloji irəliləyişlər, prosesi asanlaşdıran onlayn platformalar və fintech alətləri təqdim edir. Eyni zamanda, etik prinsiplərin maliyyə məqsədləri ilə birləşməsinə nümayiş etdirən ESG (Ətraf Mühit, Sosial və İdarəetmə) investisiyalarının artması müşahidə olunur. Beləliklə, iqtisadi artımı dəstəkləyən, iş yerləri yaradan və cəmiyyətə geniş təsir edən vacib bir sahədir investisiya.

Tədqiqatın məqsədi: Tədqiqatın məqsədi, müasir investisiya mühitində investorların qarşılaşdıqları əsas meyilləri, riskləri və imkanları anlamaqdır. Bu çərçivədə aşağıdakı spesifik məqsədlər müəyyən edilmişdir:

1. **Maliyyə Bazarlarının Analizi:** Müxtəlif investisiya növlərinin (səhmlər, daşınmaz əmlak, kriptovalyutalar və s.) cari vəziyyəti və tendensiyalarını dərinlən tədqiq etmək.
2. **Risk İdarəetmə Strategiyalarının İnkişafı:** İqtisadi, siyasi və ekoloji riskləri aşkar etmək və bu risklərin səmərəli idarə olunmasına dair planlar təqdim etmək.
3. **Sürdürülebilir İvestisiya Prinsipləri:** ESG (mühit, sosial, idarəetmə) prinsiplərinin investisiya qərarlarında necə tətbiq olunduğunu öyrənmək və bu yanaşmanın investorların maliyyə nəticələrinə təsirini qiymətləndirmək.

Bu məqsədlərlə tədqiqat, investisiya mühitinin dinamikasını və investorların daha məlumatlı qərarlar vermələrini təmin etməyə yönəlmişdir.

Tədqiqatın obyektı: Tədqiqatın obyektı müasir investisiya mühiti və investorların davranışlarıdır. Bu çərçivədə aşağıdakı aspektlər əhatə olunur:

1. **Maliyyə Bazarları:** Səhmlər, obligasiyalar, daşınmaz əmlak, kriptovalyutalar və digər investisiya alətlərinin cari vəziyyəti və meyilləri.
2. **İnvestorların Davranışları:** Fərdi və institusional investorların qərar vermə prosesi, psixoloji amillər və risk yanaşmaları.
3. **Risk və İdarəetmə:** İvestisiya risklərinin identifikasiyası, qiymətləndirilməsi və idarə olunma metodları.
4. **Sürdürülebilir İvestisiya Prinsipləri:** ESG meyarlarının investisiya qərarlarına inteqrasiyası və təsiri.
5. **Maliyyə Proqnozları və Analizlər:** İqtisadi göstəricilər, bazar dinamikaları və gələcək investisiya imkanları.

Bu obyektlər tədqiqatın investisiya mühitinin kompleksliyini və investorların fəaliyyətlərini anlamağa yönəldiyini göstərir.

Tədqiqatın metodları: Tədqiqatın metodları aşağıdakı əsas yanaşmalardan ibarətdir:

1. **Kəmiyyət Analizi:**
 - o **Statistik İcmal:** İqtisadi göstəricilər və maliyyə məlumatları üzərində statistik analiz.
 - o **Anketlər:** İvestorların davranışlarını öyrənmək üçün anketlər həyata keçirmək.
2. **Keyfiyyət Analizi:**
 - o **İntervyular:** Müxtəlif investorlarla dərin müsahibələr keçirmək.
 - o **Fokus Qrupları:** İvestor qruplarının fikirlərini müzakirə etmək üçün görüşlər təşkil etmək.
3. **Maliyyə Modeli Qurmaq:**
 - o **Proqnoz Modelleri:** Bazar meyillərini analiz etmək üçün iqtisadi modellər qurmaq.
 - o **Simulyasiya:** Müxtəlif investisiya ssenarilərinin təsirini qiymətləndirmək.
4. **Literatura və Təhlil:**
 - o **Ədəbiyyat İcmalı:** Mövcud tədqiqatları araşdıraraq məlumat toplamaq.

- **Hesabatlar:** Maliyyə bazarları ilə bağlı rəsmi məlumatların analizini aparmaq.

Bu metodların birgə tətbiqi tədqiqatın dərinliyini artıraraq müasir investisiya mühitini daha yaxşı anlamağa imkan tanıyır.

MATERİALLAR VƏ MÜZAKİRƏLƏR

İnvestisiyaların müxtəlif növlərini araşdırarkən, müəyyən edilən bir neçə kateqoriya maliyyə sərmayələrini əhatə edir. Bunlar, borc qiymətli kağızları ilə sabit faiz təmin etməklə yanaşı, dividendlər və potensial kapital artımı təklif edən səhmləri də daxil edir. Şirkətlərdə mülkiyyət paylarını təmsil edən istiqrazlar, adətən, qarşılıqlı fondlara və səhmlərə nisbətən daha az riskli hesab edilir. Bu kateqoriyada birləşdirilmiş sərmayələr peşəkarlar tərəfindən idarə olunur, beləliklə, azaldılmış risk axtaran sərmayədarlara diversifikasiya imkanı təqdim edilir.

Eyni zamanda, daşınmaz əmlak sərmayələri də mühüm rol oynayır. Bu, sərmayədarların yaşayış əmlaklarını kirayə gəliri və ya yenidən satış məqsədilə aldıqları, daha yüksək gəlirlər vəd edən ofis binaları və pərakəndə satış yerləri kimi kommertiya obyektlərini əhatə edir, eyni zamanda artan risklərlə birlikdə. [1]

Bundan əlavə, biznes sərmayələri, fərdlərin öz müəssisələrinə və ya startaplara investisiya qoyması baxımından sahibkarlıq kontekstində mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Vençur kapitalı, yüksək inkişaf potensialına malik ilkin mərhələdəki şirkətlərin maliyyələşdirilməsi üçün əsas mexanizmə çevrilir, bu da innovasiya və iqtisadi aktivliyi təşviq edir.

İncəsənət və kolleksiya əşyaları ilə yanaşı, kriptovalyutalar – məsələn, Bitcoin – dəyişkənliyi ilə tanınan alternativ investisiyalar təqdim edir. Bu aktivlər, ənənəvi sərmayə formalarından kənar diversifikasiya etmək istəyən investorlar üçün unikal imkanlar və risklər yaradır.

Uğurlu investisiya üçün risklərin idarə edilməsinin rolu vacibdir, çünki bütün investisiyalar müəyyən dərəcədə risk daşıyır. Bu, bazar dəyişkənliyi, iqtisadi dəyişikliklər və spesifik aktiv risklərini qəbul etməyi tələb edir. Investorlar, kəmiyyət təhlili və keyfiyyət qiymətləndirməsi kimi müxtəlif metodlardan istifadə edərək riskləri analiz edirlər.

Riskin idarə edilməsində əsas strategiya diversifikasiyadır; bu, investisiyaların müxtəlif aktiv sinifləri üzrə yayılması ilə riskləri azaltmağı və gəlirləri artırmağı hədəfləyir. Nəticədə, investorlar daha balanslaşdırılmış portfeller yaratmaq imkanı əldə edirlər. [2]

Bir sıra iqtisadi amillər, investisiya qərarlarına əhəmiyyətli təsir göstərir. Xüsusilə, faiz dərəcələri borclanma xərcləri ilə investisiya fəaliyyəti arasında birbaşa bağlılıq yaradır. Məsələn, aşağı faiz dərəcələri borc almağı asanlaşdıraraq investisiyaların artmasına səbəb ola bilər. İnflyasiya, alıcılıq qabiliyyətinə və investisiya strategiyalarına təsir edərək, bəzi aktivlərin inflyasiya dövründə daha yaxşı nəticə göstərməsini təmin edir. Hökumət siyasətləri, vergi güzəştləri və tənzimləmələr vasitəsilə investisiyaları təşviq edə və ya çəkinə bilər.

Son illərdə texnoloji inkişaf investisiya mühitini əhəmiyyətli dərəcədə dəyişdirib. Onlayn ticarət platformaları, fiziki şəxslərin maliyyə bazarlarına çıxışını asanlaşdıraraq sərmayə qoymağı demokratikləşdirir. Fintech yenilikləri, investisiyaların izlənməsi, büdcənin tənzimlənməsi və ticarət proseslərini asanlaşdıraraq istifadəçi təcrübəsini artırır. Data analitikası, investorların böyük məlumatlardan və proqnozlaşdırıcı modellərdən istifadə edərək daha effektiv qərarlar verməsinə imkan tanıyır.

İnvestisiya, iqtisadi inkişafın əsas amili kimi fəaliyyət göstərir, artım, innovasiya və sabitlik üçün katalizator rolunu oynayır. Bu məqalə investisiyanın çoxşaxəli xarakterini, onun növlərini, risklərin idarə edilməsini, iqtisadi təsirlərini, texnoloji irəliləyişləri və cəmiyyətə geniş təsirini araşdırır. İnvestisiya, gələcək gəlirlərin əldə edilməsi məqsədilə kapital, vaxt və səy kimi resursların ayrılmasıdır. Bu gözlənti, fərdlər, bizneslər və hökumətlər üçün qərar qəbul etmə prosesini yönləndirir. Tarixən, sərmayələr aqrar cəmiyyətlərdən sənaye müəssisələrinə keçmişdir. İnvestisiya təcrübələrinin təkamülü, cəmiyyətlərin böyüməyə dəstək vermək üçün kapitalın bölüşdürülməsinə üstünlük verdiyini göstərir. [4]

Diversifikasiya, riski idarə etmək üçün əsas strategiyadır. Müxtəlif aktiv sinifləri üzrə investisiyaları yaymaqla, investorlar spesifik sahələrdəki potensial itkiləri azalda bilər. Bu bölmədə, müxtəlif diversifikasiya strategiyaları və onların bazar şəraitindəki effektivliyi müzakirə olunur. Faiz dərəcələrinin investisiya qərarları ilə əlaqəsi vacibdir; aşağı faiz dərəcələri borclanmanı asanlaşdıraraq investisiyaları artırır, yüksək faiz dərəcələri isə borc almağı çətinləşdirir və iqtisadi inkişafı ləngidir.

İnflyasiya, alıcılıq qabiliyyətinə və investisiya strategiyalarına təsir göstərir. Bu bölmədə, inflyasiya dövrlərində müxtəlif aktiv siniflərinin fəaliyyəti və inflyasiya gözləntilərinin investisiya qərarlarına daxil edilməsinin əhəmiyyəti müzakirə olunur.

Hökumət siyasətləri, məsələn, vergi güzəştləri və fiskal siyasətlər, investisiya mühitini əhəmiyyətli dərəcədə təsirləndirə bilər. Uğurlu hökumət təşəbbüslərinin nümunələri, dəstəkləyici siyasət çərçivələrinin vacibliyini göstərir.

Rəqəmsal broker firmalarının yüksəlişi, maliyyə bazarlarına çıxışı asanlaşdıran alətlərlə sərmayə qoyma metodlarını dəyişdirmişdir. Robinhood kimi platformalar bu dəyişikliyi nümayiş etdirir.

İnnovativ alətlər və proqramlar, investisiyaların izlənməsi, büdcələşmə və ticarəti asanlaşdırır. Fintech həlləri, xüsusilə gənc investorlar üçün investisiyaları daha əlçatan və istifadəçi dostu edir.

Böyük məlumat və analitika investisiya qərarlarında əhəmiyyətli rol oynayır. Məlumatlara əsaslanan strategiyalar təqdim edərək bazar tendensiyalarını proqnozlaşdıran maşın öyrənmə texnikaları istifadə olunur. İntestisiyalar, iqtisadi sağlamlığa töhfə verərək biznesin genişlənməsinə və iş yerlərinin yaradılmasına kömək edir; statistik məlumatlar, investisiya və məşğulluq artımı arasındakı əlaqəni aydınlaşdırır. İnnovasiyaları təşviq edən investisiyalar, tədqiqat və inkişaf üçün tələb olunan kapitalı təmin edir, texnoloji irəliləyişlərə və həyat keyfiyyətinin yüksəlməsinə səbəb olur. Sərvət bölgüsündəki fərqlər, maliyyə savadlılığının artırılmasının əhəmiyyətini ortaya qoyur. İnkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatda, investisiya imkanları risklər və yüksək artım potensialı ilə birlikdə gəlir; spesifik bazarların analizi bu mürəkkəblikləri açıq şəkildə göstərir. ESG (Ətraf Mühit, Sosial və İdarəetmə) investisiyalarının artması, maliyyə məqsədlərinin etik mülahizələrlə uyğunlaşmasının vacibliyini vurğulayır. Yeni imkanlar və problemlər təqdim edən süni intellekt, maşın öyrənməsi və blokçeyn texnologiyaları, investisiya strategiyalarında inqilab etməyə hazırlaşır.

Davamlılığa və texnologiyaya üstünlük verən gənc nəsillər, investisiya strategiyalarına təsir göstərir.

İntestisiya yalnız maliyyə fəaliyyəti deyil; iqtisadi inkişafın mühüm komponenti olaraq artım, innovasiya və sabitlik üçün katalizator rolunu oynayır. Bu məqalə investisiyanın çoxşaxəli təbiətini, növlərini, risklərin idarə edilməsini, iqtisadi təsirləri və ictimai təsirlərini incələyir.

İntestisiya, kapital, vaxt və ya səy kimi resursların gələcək gəlirlər əldə etmək məqsədilə müəssisələrə ayrılmasıdır. Bu, fərdlərin, bizneslərin və hökumətlərin qərar qəbul etməsinə təsir edir. Tarixən sərmayələr, sənaye inqilabı dövründə aqrar cəmiyyətlərdən mürəkkəb sənaye müəssisələrinə keçid edib. Müxtəlif iqtisadi nəzəriyyələr investisiya davranışını izah edir. Məsələn, Keynes iqtisadiyyatı investisiya qərarlarında məcmu tələbin rolunu vurğulayır, neoklassik model isə kapitalın yığılması və resursların optimal bölüşdürülməsinə diqqət yetirir.

Maliyyə investisiyaları sərvət yığmaq üçün vacibdir və bir neçə kateqoriyaya bölünür: səhmlər, dividendlər və istiqrazlar. İstiqrazlar sabit faiz ödənişləri təqdim edərək mühafizəkar investorlar üçün populyardır. Bu investisiya vasitələri peşəkarlar tərəfindən idarə olunur, investorlara isə geniş bazar biliyi olmadan portfellerini diversifikasiya etməyə imkan tanıyır. Qarşılıqlı fondlar idarəetmə haqqı alır, ETF-lər isə daha aşağı ödənişlərlə sərfəli alternativlərdir. **[8]** İntestitorlar tez-tez kirayə gəliri və ya yenidən satış üçün ev alırlar. Kirayə bazarı sabit pul axını təmin edə bilər, əmlakın bahalaşması isə əhəmiyyətli uzunmüddətli mənfəət gətirə bilər. Ofis binalarına və ya pərakəndə satış sahələrinə investisiyalar adətən daha yüksək gəlirlər vəd edir, lakin onlar bazarın dəyişməsi və iqtisadi tənəzzül kimi riskləri artırır.

İqtisadi innovasiya və iş yerlərinin yaradılması üçün biznes investisiyaları həyati əhəmiyyət kəsb edir:

Sahibkarlıq: Öz resurslarını yüksək risklərlə üzləşərək, lakin əhəmiyyətli mükafat potensialı ilə startaplara yatıran sahibkarlar iqtisadi artıma təkan verən yeni məhsul və xidmətlərin inkişafına səbəb ola bilərlər.

Müəssisə Kapitalı: Yüksək inkişaf potensialı olan erkən mərhələdəki şirkətlərə maliyyə təminatı verən müəssisə kapitalistləri, yalnız maliyyə resursları təqdim etməklə qalmır, həm də mentorluq və strateji rəhbərliklə startap ekosisteminə əhəmiyyətli dərəcədə təsir edirlər.

Kriptovalyutalar: Dəyişkənliyi və yüksək gəlirlilik potensialı ilə xarakterizə olunan Bitcoin kimi rəqəmsal valyutalar, maliyyə mənzərəsinə yeni dinamikalar gətirərək, həm spekulyativ investorları, həm də uzunmüddətli sərvətini qorumaq istəyənləri cəlb edir.

İncəsənət və Kolleksiya: Zamanla əhəmiyyətli dərəcədə qiymətləndirilə bilən maddi aktivlərdir. İncəsənət və kolleksiya əşyalarına investisiya qoymaq, onların dəyərini və potensial gəlirlərini dəqiq qiymətləndirmək üçün xüsusi bilik tələb edir. [9]

İnvestisiya, bazar dəyişkənliyi, iqtisadi dalğalanmalar və spesifik aktiv riskləri əhatə edən bir prosesdir. Bu risklərin tanınması, effektiv investisiya strategiyalarının inkişafında mühüm rol oynayır. Kəmiyyət təhlili, statistik metodlar vasitəsilə potensial zərərləri proqnozlaşdırır; Riskli Dəyər (VaR) kimi üsullar, investorların portfellerində itki ehtimalını dəyərləndirməyə kömək edir.

Keyfiyyətli təhlil isə, investisiya performansına təsir edən qeyri-rəqəmli amilləri qiymətləndirir. Diversifikasiya, investisiyaların müxtəlif aktiv sinifləri, sektorlar və coğrafi bölgələr arasında yayılması ilə risklərin idarə edilməsində əsas rol oynayır.

Faiz dərəcələri investisiya qərarları ilə sıx əlaqəlidir; aşağı faiz dərəcələri borc almağı təşviq edir, yüksək faiz dərəcələri isə borclanmanı azaldır. İnflyasiya alıcılıq qabiliyyətini təsir edir və investisiya strategiyalarına da əhəmiyyətli təsir göstərir. Məsələn, daşınmaz əmlak və əmtəələr inflyasiya dövrlərində daha üstün performans nümayiş etdirə bilər, buna görə də investorlar inflyasiya gözləntilərini nəzərə almalıdır.

Dövlət siyasəti, vergi stimulları və tənzimləyici çərçivələr investisiyaların formalaşmasında əhəmiyyətli rol oynayır. Bərpa olunan enerji sahəsindəki vergi güzəştləri bu sektorda artıma təkan verə bilər.

Onlayn ticarət platformaları yeni başlayan investorlar üçün maliyyə bazarlarına giriş imkanı yaradır, fintech yenilikləri isə investisiya proseslərini daha səmərəli edir.

Böyük verilənlər və analitika, investisiya qərarlarının qəbulunda artan əhəmiyyət kəsb edir. Maşın öyrənməsi və proqnozlaşdırıcı modelləşdirmə, investorların məlumatları daha təsirli şəkildə təhlil etmələrinə imkan tanıyır. İnkişaf etməkdə olan bazarlar, yüksək artım potensialı təqdim etsə də, siyasi və iqtisadi qeyri-sabitlik də müşahidə olun. [10]

İnvestisiya, bazar dəyişkənliyi, iqtisadi dalğalanmalar və spesifik aktiv risklərini əhatə edən bir fəaliyyət növüdür. Bu risklərin müəyyənləşdirilməsi, effektiv investisiya strategiyalarının yaradılmasında əhəmiyyətli rol oynayır.

Diversifikasiya, investisiyaların müxtəlif aktiv sinifləri, sektorlara və coğrafi bölgələrə yayılması yolu ilə risklərin idarə edilməsində vacib bir strategiyadır. Faiz dərəcələri investisiya qərarları ilə sıx bağlıdır; aşağı faiz dərəcələri borc almağı təşviq edərkən, yüksək faiz dərəcələri borclanmanı azaldır.

İnflyasiya alıcılıq qabiliyyətini təsir edir və investisiya strategiyalarına da mühüm təsir göstərir. Məsələn, daşınmaz əmlak və əmtəələr inflyasiya dövründə daha yaxşı performans göstərə bilər, buna görə investorlar inflyasiya gözləntilərini nəzərə almalıdırlar.

Dövlət siyasəti, vergi stimulları və tənzimləyici çərçivələr investisiyaların formalaşmasında mühüm rol oynayır. Bərpa olunan enerji sektoru üçün vergi güzəştləri bu sahədə artıma stimullaşdırma bilər.

Onlayn ticarət platformaları yeni başlayan investorlar üçün maliyyə bazarlarına daxil olma imkanı təqdim edir, fintech yenilikləri isə investisiya proseslərini daha səmərəli edir.

Kəmiyyət təhlili, statistik metodlardan istifadə edərək potensial itkiləri proqnozlaşdırır; məsələn, Riskli Dəyər (VaR) kimi yanaşmalar investorların portfellerindəki itki ehtimalını qiymətləndirməyə kömək edir. Keyfiyyətli təhlil isə investisiya performansına təsir edən qeyri-rəqəmsal amilləri araşdırır.

Böyük verilənlər və analitika investisiya qərarlarının qəbulunda daha da əhəmiyyət kəsb edir. Maşın öyrənməsi və proqnozlaşdırıcı modelləşdirmə investorların məlumatları daha səmərəli təhlil etmələrini təmin edir. İnkişaf etməkdə olan bazarlar yüksək artım potensialı təqdim etsə də, siyasi və iqtisadi qeyri-sabitlik də mövcuddur.

Bundan əlavə, qarşılıqlı fondlar və birja ticarəti fondları (ETF-lər) investorlara peşəkarlar tərəfindən idarə olunan birləşdirilmiş investisiyalar vasitəsilə diversifikasiya üstünlüklərini təqdim edir. Qarşılıqlı fondlar adətən idarəetmə haqları tələb edir, lakin ETF-lər daha aşağı ödənişlərlə daha sərfəli seçim təqdim edərək daha geniş investor bazasına cəlbedici olur. Bu maliyyə alətləri yalnız investisiya imkanlarına çıxışı demokratikləşdirmir, həm də fərdlərə investisiya seçimlərini riskə dözümlülük və maliyyə məqsədləri ilə uyğunlaşdırmağa imkan tanıyır.

Daşınmaz əmlak uzun müddət etibarlı bir investisiya sahəsi kimi tanınır və müxtəlif əmlak növlərini əhatə edir. Məsələn, yaşayış obyektləri investorların icarə gəliri əldə etməsinə və ya yenidən satışdan sonra kapital artırmasına imkan verir, bu da aktivlərin dəyərinin artımından ikiqat fayda əldə etməyə şərait yaradır. Eyni zamanda, ofis binaları və pərakəndə satış yerləri daxil olan kommersiya əmlakları adətən daha yüksək gəlir vəd etsə də, bazar dəyişiklikləri və iqtisadi tənəzzül ilə bağlı artan risklər də təqdim edir. [11]

Nəticə. Nəticə etibarilə, investisiya yalnız maliyyə fəaliyyəti ilə məhdudlaşmır; müxtəlif investisiya növləri, risklərin idarə edilməsinin əhəmiyyəti və maliyyənin mürəkkəb mənzərəsində naviqasiya etmək üçün investorları səlahiyyətləndirən iqtisadi və texnoloji amillərin təsiri anlayışı ilə iqtisadi inkişafın və stabilliyin mühüm tərkib hissəsidir. Gələcəyə nəzər saldıqda, investisiya təcrübələrində davam edən inkişaf həm fərdlər, həm də bütövlükdə iqtisadiyyatlar üçün imkanlarla dolu bir mənzərə təqdim edir və daim dəyişən maliyyə mühitində davamlı öyrənmə və uyğunlaşma ehtiyacını vurğulayır.

Tədqiqatın elmi yeniliyi: Tədqiqatın elmi yeniliyi aşağıdakı aspektlərdə özünü göstərir:

1. **İnvestisiya Davranışının Yenidən Qiymətləndirilməsi:**

- Investorların davranışlarının iqtisadi və psixoloji amillərlə necə formalaşdığını yeni bir baxışla araşdırır.

2. **Maliyyə Psixologiyası və İqtisadi Mühit:**

- İqtisadi qərarların psixoloji aspektlərini birləşdirərək, investorların qərar qəbul etmə prosesindəki qeyri-müəyyənlikləri anlamağa kömək edir.

3. **Yeni Metodların Tətbiqi:**

- Statistika və məlumat analizi üçün innovativ metodlar, investisiya mühitindəki dəyişikliklərin dəqiq qiymətləndirilməsinə imkan tanıyır.

4. **Kontekstə Xüsusi Uyğunluq:**

- Müxtəlif ölkələrdə investor davranışlarının araşdırılması, lokal investisiya mühitini daha yaxşı başa düşməyə kömək edir.

5. **Praktik İstifadə:**

- Nəticələrin praktik tətbiqi, investorların daha məqsədyönlü qərarlar qəbul etmələrini təmin edə bilər.

Tədqiqat işinin tətbiqi əhəmiyyəti: Tədqiqat işinin tətbiqi əhəmiyyəti aşağıdakı aspektlərdə özünü göstərir:

1. **Praktiki Tətbiq:**

- Nəticələr investorların qərar qəbul etmə prosesinə birbaşa təsir edərək, investisiya strategiyalarını daha səmərəli edir.

2. **Maliyyə Təhsili:**

- Araşdırma, investorların maliyyə savadlılığını artıraraq, daha bilinçli qərarlar vermələrinə kömək edir.

3. **Sənaye İnkişafı:**

- Nəticələr müxtəlif sektorlarda investisiya mühitinin inkişafını stimullaşdıraraq, iqtisadi artıma müsbət təsir göstərə bilər.

4. Politika Formalaşdırma:

- Tədqiqatın nəticələri, dövlət və maliyyə institutlarının investisiya siyasətlərini formalaşdırmasında əhəmiyyətli rol oynaya bilər.

5. Beynəlxalq Müqayisə:

- Fərqli ölkələrdəki investisiya mühitlərinin müqayisəsi, qlobal maliyyə bazarlarını daha yaxşı anlamağa kömək edir.

6. Gələcək Tədqiqatlara İstiqamət:

- Tədqiqat, gələcək araşdırmalar üçün yeni suallar irəliləyərək, investor davranışlarının daha geniş şəkildə öyrənilməsinə imkan tanır.

Beləliklə, tədqiqatın tətbiqi əhəmiyyəti akademik müstəvidən daha geniş praktiki və iqtisadi təsir sahəsinə malikdir.

Tədqiqat işinin iqtisadi səmərəsi: Tədqiqat işinin iqtisadi səmərəsi aşağıdakı aspektlərdə özünü göstərə bilər:

- 1. Səmərəli Resurs İstifadəsi:** Investorlar maliyyə vəsaitlərini daha effektiv istifadə edərək, az risklə yüksək gəlir əldə edirlər.
- 2. Investisiya Strategiyalarının İnkişafı:** Nəticələr investisiya yanaşmalarını optimallaşdıraraq, daha yaxşı nəticələr əldə etməyə kömək edir.
- 3. Rəqabət Üstünlüyü:** Tədqiqat, investorların bazar mühitində üstünlük qazanmasına imkan yaradır.
- 4. İqtisadi İnkişaf:** Yaxşı investisiya mühiti yeni iş imkanları açır və iqtisadi diversifikasiyanı təşviq edir.
- 5. Risk İdarəetməsi:** Təqdim olunan məlumatlar, investorların riskləri daha yaxşı qiymətləndirməsinə kömək edir.
- 6. İnformasiya Axını:** Tədqiqatlar, maliyyə bazarları haqqında məlumatın artmasını təmin edərək, daha məlumatlı qərarlar qəbul etməyə şərait yaradır.
- 7. Sosial və İqtisadi Fayda:** Yaxşı investisiya mühiti cəmiyyətin iqtisadi rifahını artırır.

Beləliklə, tədqiqat işinin iqtisadi səmərəsi investorlar və bütövlükdə iqtisadi sistem üçün müsbət təsir göstərə bilər.

ƏDƏBİYYAT

1. Quliyev A. "İnvestisiya və maliyyə bazarları". Bakı: Elm və Təhsil (2018), səh:45-67
2. Məmmədov T. "Maliyyə idarəçiliyi: nəzəriyyə və praktikalar". Bakı: Şərq-Qərb (2020), səh:102-115
3. Rüstəmov F. "İnvestisiya strategiyaları: müasir yanaşmalar". Bakı: İqtisadiyyat Universiteti (2019), səh: 78-92
4. Vəliyev E. "Maliyyə bazarlarının analizi". Bakı: Maarif (2021), səh: 30-45
5. Гусев И. "Инвестиционные стратегии в условиях неопределенности". Москва: Финансовый мир. (2021), 50-72
6. Ларионов А. "Основы анализа финансовых рынков". Санкт-Петербург: Экономика. (2019), 88-105
7. Портнягин В. "Управление инвестициями: теоретические аспекты и практика". Москва: Высшая школа экономики. (2020), 120-135
8. Benjamin D. "Investing Strategies for the Modern Investor". New York: Financial Press. (2020), 106-201
9. Malkiel B. G. A. "Random Walk Down Wall Street". New York: W. W. Norton & Company. (2019).
10. Markowitz H. "Portfolio Selection". Journal of Finance, (1952). 77-91.

11. Sharpe W. F. Capital Asset Prices: A Theory of Market Equilibrium under Conditions of Risk. Journal of Finance, (1964). 425-442.

УДК 657

ЗНАЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

¹Сакина Этибар кызы Магеррамова, ²Фируза Афтандил кызы Мамедова
Азербайджанский Государственный Аграрный Университет
¹sekine_1989@mail.ru, ²firuzamammadova91@gmail.com

Резюме. Инвестиции, как основной фактор экономического развития, подразумевают выделение ресурсов (времени, денег, усилий) отдельными лицами, бизнесом и государствами с целью получения будущих доходов. Это составляет основу роста, инноваций и стабильности.

Финансовые инвестиции делятся на две основные категории: акции, которые предлагают потенциальный прирост капитала и дивиденды; и облигации, которые являются более безопасным вариантом с фиксированными процентными выплатами. Инвестиции в недвижимость охватывают покупку собственности с целью получения арендного дохода и последующей продажи, в то время как инвестиции в бизнес поддерживают предпринимательство и венчурный капитал, стимулируя экономическую активность.

Альтернативные инвестиции, такие как криптовалюты и коллекции искусства, представляют новые возможности. В этих областях важен риск-менеджмент; диверсификация помогает уменьшить потери за счет распределения инвестиций по различным классам активов. Процентные ставки, инфляция и государственная политика влияют на инвестиционные решения.

В последние годы технологические достижения изменили инвестиционную среду; онлайн-платформы и финансовые технологии (финтех) упрощают инвестиционные процессы. В то же время, рост инвестиций ESG (экологические, социальные и управленческие факторы) отражает стремление сочетать этические соображения с финансовыми целями. В целом, инвестиции являются важной сферой, поддерживающей экономический рост, создающей рабочие места и оказывающей широкое влияние на общество.

Ключевые слова: инвестиция, экономическое развитие, выделение ресурсов, финансовые инвестиции, акции, облигации, инвестиции в бизнес

UDC 657

THE IMPORTANCE OF INVESTMENTS IN ECONOMIC GROWTH

¹Sakina Etibar gizi Maharramova, ²Firuz Aftandil gizi Mammadova
Azerbaijan State Agrarian University
¹sekine_1989@mail.ru, ²firuzamammadova91@gmail.com

Summary. Investment, as a key factor in economic development, refers to the allocation of resources (time, money, effort) by individuals, businesses, and governments to obtain future returns. It forms the foundation for growth, innovation, and stability.

Financial investments are divided into two main categories: stocks, which offer potential capital appreciation and dividends; and bonds, which are a less risky option with fixed interest payments. Real estate investments involve the acquisition of properties for rental income and resale purposes, while business investments stimulate economic activity by supporting entrepreneurship and venture capital.

Alternative investments, such as cryptocurrencies and art collections, present new opportunities. Risk management is crucial in these areas; diversification helps reduce losses by spreading

investments across different asset classes. Interest rates, inflation, and government policies impact investment decisions.

In recent years, technological advancements have transformed the investment landscape; online platforms and fintech tools simplify investment processes. Simultaneously, the rise of ESG (Environmental, Social, and Governance) investments reflects the integration of ethical considerations with financial objectives. Overall, investment is a significant domain that supports economic growth, creates jobs, and has a broad impact on society.

Keywords: *investment, economic development, allocation of resources, financial investments, stocks, bonds, business investments*

Redaksiyaya daxilolma: 20.09.2024

Çapa qəbul olunma: 15.04.2025



UOT 657

DOI 10.30546/JIECM.2025.1.006

«LEAN PRODUCTION» MİKROLOGİSTİK KONSEPSİYASININ MAHIYYƏTİ

Könül Rasim qızı Həsənova

Azərbaycan Texnologiya Universiteti

k-qasanova@mail.ru

***Xülasə.** Konsepsiya baxışlar sistemi olub hadisə və proseslərin bu və ya digər dərəcədə başa düşülməsi kimi izah edilir. İqtisadiyyatın logistikləşdirilməsi prosesinin dərk edilməsi, öyrənilməsi material və onlara bərabər tutulan maliyyə və informasiya axınlarının ilkin mənbədən son təyinat məntəqəsinə qədər hərəkətilə bağlı yerinə yetirilən əməliyyatlar logistik yanaşma ideyasının başa düşülməsinə əsaslanır. İstehsal, kommersiya, sahibkarlıq və təsərrüfat fəaliyyətinin digər növləri kimi material axınlarının idarə edilməsi ilə əlaqədar olan fəaliyyət də ilkin inkişaf mərhələsindən başlayaraq müxtəlif dövrlərdə insanlar tərəfindən həyata keçirilmişdir.*

***Açar sözlər:** konsepsiya, logistic proseslər, tədarük.*

Giriş. Sənaye istehsalı sahəsində müəssisələrin iqtisadi fəaliyyətlərini xarakterizə edən mühüm göstəricilərdən biri avadanlıqların optimal yüklənməsi göstəricisidir. Bu hər şeydən əvvəl maşın və aqreqlərin müəssisənin əsas fondlarında böyük xüsusi çəkiyə və ümumi xərclər içərisində istehsal xərclərinin əhəmiyyətli paya malik olması ilə izah edilir. Başqa sözlə, istehsalçı müəssisələrinin fond tutumu göstəricisi fond verimi göstəricisini üstələməməsi üçün mövcud avadanlıqların optimal yüklənməsi mikro-iqtisadiyyatın vacib problemlərindən biri hesab olunur. Buna görə də avadanlıqların tələb olunan səviyyədə yüklənməsi müəssisənin məhsul istehsalı üzrə strategiyasının hazırlanması zamanı ən mühüm məqsədlərdən birini təşkil etməlidir.

İnzibati-amirlik dövründə həm strateji planlaşdırma, həm də müəssisələrin idarə edilməsi aspektindən qeyd edilən bu tələb sifarişlərin yerinə yetirilməsi müddətlərinə yüksək səviyyədə riayət olunması, ehtiyatların tələb olunandan aşağı səviyyədə yaradılması və optimal idarə edilməsi, material resurslarının istehsal mərhələsindən qısa vaxt kəsiyində keçməsi kimi göstəricilərə üstün yer vermək məqsədinə xidmət edirdi.

Buna görə də firma daxilində və ya ondan kənarında cərəyan edən logistik proseslərin mahiyyətini xarakterizə etmək və səciyyələndirmək üçün logistika elmi idarəetmənin bir sahəsi kimi aşağıdakı kateqoriyalara əsaslanır:

- ***Nəqliyyat – tədarükat xərjləri.***
- ***Ehtiyatların yaradılması və saxlanması xərjləri***
- ***Nəqliyyat xərjləri***
- ***Anbar xərjləri***

Son illərdə bir sıra qərb ölkələrinə məxsus firma və şirkətlər istehsalın təşkilində və əməli menecmentdə «*lean production*» logistik konsepsiyasını geniş tətbiq etməyə başladılar. Bu konsepsiya mahiyyət etibarilə «dəqiq vaxtında» konsepsiyasının» inkişaf etməsi nəticəsində meydana çıxıb və özünə KANBAN və «resurslara / tələbatın planlaşdırılması» sistemlərindən ibarət elementləri birləşdirir. «Lean production» istehsal daxili logistik konsepsiyası mahiyyət baxımından bir - birilə qarşılıqlı əlaqədə olan aşağıdakı komponentləri özündə birləşdirir:

- yüksək keyfiyyət;
- məhsul partiyasının kiçik ölçüdə olması;

- ehtiyatların minimum səviyyəsi;
- yüksək ixtisaslı işçi heyətinin mövcudluğu;
- çevik istehsal texnologiyaları.

Kütləvi istehsaldan fərqli olaraq «zəif istehsal» konsepsiyasında istehsalın təşkili adından göründüyü kimi olduqca az həcmdə material resurslarından (minimum səviyyədə istehsal ehtiyatları, vahid məhsulun istehsalına az vaxt sərfi) istifadəyə əsaslanır. Bu da öz növbəsində istehsalçı firmalara (müəssisələrə) imkan verir ki, minimum istehsal ehtiyatlarına əsaslanan çevik istehsal texnologiyalarından məhsuldar istifadə etməklə istehlakçıları yüksək keyfiyyətli məhsullarla təmin etmək mümkün olsun, məhsulların hazırlanması zamanı texnoloji itkilər aradan qaldırılsın və zay məhsul istehsalına yol verilməsin. Beləliklə, bu konsepsiya kütləvi (aşağı maya dəyəri ilə böyük həcmdə məhsul istehsalı) və kiçik seriyalı (müxtəlif çeşidli və çevik məhsul istehsalı) istehsalın bütün imkanlarını özündə birləşdirir. Logistik nöqtəyi – nəzərdən «zəif istehsal» konsepsiyasının əsas məqsədi:

- istehsal olunan məhsulların yüksək keyfiyyət standartlarına uyğun gəlmə-sinə;
- istehsal xərclərinin aşağı olmasına;
- istehlakçı tələbinin dəyişməsinə çevik reaksiya verilməsinə;
- kiçik zaman kəsiyində texnoloji avadanlıqların sazlanmasına nail olmaqdan ibarətdir.

Bu konsepsiyadan istifadə etməklə əməli menecmentdə logistik məqsədlərin reallaşdırılması üçün əsas elementlər aşağıdakılar hesab edilir:

- hazırlıq müddətinin azaldılması;
- istehsal olunan məhsul partiyasının kiçik həcmi;
- istehsal dövrünün qısamüddətliyi;
- məhsul istehsalı zamanı yerinə yetirilən bütün proseslərin keyfiyyətinə nəzarət;
- istehsal sahələrinin zəruri material resursları ilə vaxtı – vaxtında ümumi təminatı;
- etibarlı məhsulgöndərənlərlə işgüzar əməkdaşlıq;
- axın proseslərinin elastikliyi;
- informasiya sistemlərinin «dartma» prinsipi üzrə fəaliyyət göstərməsi və s.

İstehsaldaxili logistik sistemlərdə «zəif istehsal» konsepsiyasının reallaşması üçün istehsal tsiklinin bütün səviyyələrində keyfiyyətə ümumi nəzarətin aparılması böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bir qayda olaraq bir sıra qərb firmaları öz məhsullarına nəzarət edən zaman keyfiyyətin ümumi idarə edilməsi konsepsiyasından və ISO 9000 seriyalı standartdan aktiv istifadə edirlər. «Zəif istehsal» sisteminin tətbiqlə hazır məhsul istehsalını və material axınlarının idarə edilməsi prosesində yerinə yetirilən əməliyyatları adətən beş əsas tərkib elementlərinə (biz onları simvolla işarə edəcəyik) bölürlər:

- - material resurslarının hazır məhsula çevrilməsi - transformasiyası;
- ★ - istehsal tsiklinin hər bir mərhələsində keyfiyyətə nəzarət;
- ⇒ - material resursları, bitməmiş istehsal ehtiyatları və hazır məhsulların nəql edilməsi;
- ▲ - material resursları, bitməmiş istehsal ehtiyatları və hazır məhsulların anbarlaşdırılması;
- - istehsal tsiklində gecikmələr.

Bu komponentlərin logistik baxımdan idarə edilməsi «Zəif istehsal» sisteminin qarşısında duran məqsədlərin reallaşdırılmasını nəzərdə tutur, ona istiqamətlənib. Buna görə də «anbarlaşdırma və «gecikmələr» kimi axırncı iki elementlə müqayisədə transformasiya və nəqliyə əsas element hesab olunur və keyfiyyətin idarə edilməsi konsepsiyası baxımından məhsulların keyfiyyətinə nəzarət işinin mütəmadi olaraq həyata keçirilməsini tələb edir. Başqa sözlə, «zəif istehsal» konsepsiyasının məhəl prinsipi faydasız əməliyyatları aradan qaldırmaqdan ibarətdir.

| Əməliyyatlar | Adi prosesləri | | | | | LP prosesləri | | | | |
|--|----------------|---|---|---|---|---------------|---|---|---|---|
| | □ | ★ | ⇒ | ▲ | ○ | □ | ★ | ⇒ | ▲ | ○ |
| Material resurslarının alınması | | | ● | | | | | | | ○ |
| Sınaq | | ● | | | | | | | | |
| Girişə nəzarət | | | | ● | | | | | | |
| Anbara daşınma | | | ○ | | | | | | | ○ |
| Material resurslarının anbarlaşdırılması | ○ | | | | | | | | | |
| Yığım üçün daşınma | | | | | | | | | | |
| Gözləmə | ○ | | | | | | | | | |
| Məhsulların yığılması | | | | | | | | | | |
| Keyfiyyətə nəzarət | | | | | | | | | | |
| Qablaşdırmaya daşınma | | | | | | | | | | |
| Gözləmə | | | | | | | | | | |
| Məhsulların qablaşdırılması | | | | | | | | | | |
| Anbara daşınma | | | | | | | | | | |

Şəkil 5.1. «Zəif istehsal» sistemində istehsal prosesinin transformasiyası

İstehsal prosesinin material resursları ilə təminatı zamanı praktikada intensiv tətbiq edilən adi axın proseslərini LP axın prosesləri əvəz edir. «Zəif istehsal» sisteminin mühüm elementindən biri də yuxarıda nəzərdən keçirilən «dartma» sisteminin prinsipidir. Bu konsepsiyada «dartma» sisteminin prinsipinin tətbiqi anbarların olmamasını və bütün növ ehtiyatların iş yerlərində yerləşdirilməsini nəzərdə tutur. Yəni, istehlakçı sifarişlərinin ödənilməsi üçün yalnız və yalnız məhsul istehsalına lazım olan komponentlərdən daha faydalısının (istehsalda tətbiq olunma ardıcılığı nəzərə alınmaqla) istifadə olunması məqsəduyğundur. Belə sistemlərdə tədarük edilmiş material resursları ənənəvi sistemdən fərqli olaraq aralıq mərhələlərdən keçmədən birbaşa yığım sahəsinə nəql edilir. Burada material resursları üzərində müvafiq texnoloji əməliyyatlar aparıldıqdan, yəni, material resursları hazır məhsula çevrildikdən sonra keyfiyyətə nəzarət baxışından keçirilərək qablaşdırma (taralaşdırma) sahələrinə ötürülür. Burada məhsullar taralaşdırılır və malyeridilişi kanalları vasitəsilə satış bazarlarına çıxışını təmin etmək üçün hazır məhsul anbar-larında anbarlaşdırılır.

Beləliklə, sxemdən də görüldüyü kimi bir – birilə üzvi vəhdətdə olan on üç əməliyyatın yerinə yetirilməsini nəzərdə tutan ənənəvi sistemlə müqayisədə tətbiqi iqtisadi cəhətdən əlverişli olan bu sistemdən istifadə olunması yalnız ardıcıl dörd lokanik sadə əməliyyatın icrasını nəzərdə tutur. Bu konsepsiya bazar tələbi ilə şərtləşən istehsal ehtiyatlarının səviyyəsini azaltmaqla istehsal sahələri üçün sifarişlərin icra edilməsini avtomatik surətdə dispetçerləşdirir, məhsulgöndərənlərlə əks əlaqələrin təşkilini optimallaşdırır və sifarişlərin dövriyyəsini aktivləşdirir.

Materiallar və müzakirələr

İstehsal və tədavül sahəsində material axınlarının idarə edilməsində təsərrüfat fəaliyyətinin yeni istiqaməti və ya material axınlarının iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsilə əlaqədar yeni imkanların axtarılması üçün fənlər arasındakı elm hesab olunan logistika aşağıdakı tələbləri yerinə yetirməklə firmaların (şirkətlərin) maliyyə nəticələrinin yaxşılaşdırılmasını təmin edir.

1. Logistika ilə korporativ strategiyalar arasında əlaqələr yaratmaq.

Təsərrüfat subyektləri logistikanın tətbiqilə yüksək bazar mənfəətinin təmin edilməsi üçün hər bir logistik əməliyyatları ayrı-ayrı aspektlər üzrə strateji planlarla üzvü surətdə əlaqələndirməlidir. Logistikanı öz müəssisələrində tətbiq edən təsərrüfat rəhbərləri material axınlarının və bütün fəaliyyətin idarə edilməsinə, eləcə də idarəetmənin təkmilləşdirilməsi məsələlərinə logistik prizmadan yanaşırlar. Bu yanaşma hər şeydən əvvəl firma qarşısında duran ümumi məqsədlərin reallaşdırılması üçün başlıca amil hesab olunan məsrəflərin azaldılması və xidmətlərin differensiallaşdırılması yolu ilə rəqabət qabiliyyətinin təmin edilməsinə istiqamətlənmiş strategiyaların işlənilməsi və yerinə yetirilməsinə köməklik göstərən bütün logistik əməliyyatların idarə edilməsindən ibarətdir. Odur ki, belə təsərrüfat rəhbərləri firmanın ümumi mənfəətinin yüksəldilməsini təbiiçiliklərində olan bölmələrin (şöbələrin) fəaliyyətini funksional əlaqələndirməklə «logistik əməliyyatlar məqsəd bazarında rəqabət qabiliyyətini təmin etməlidir» prinsipinin tətbiq edilməsində görürlər. Başqa sözlə, firma rəhbərləri üçün daha çox bazar segmentlərinin ələ keçirilməsi və sabit bazar mövqelərinin qorunub saxlanması ümumi qəbul edilmiş konsepsiyası ondan ibarətdir ki, məhsulların tələb olunan yüksək keyfiyyətini (və ya logistik əməliyyatların icra edilməsini) təmin etməklə «istehlakçılara maksimum yaxınlaşmaq» lazımdır. Bu baxımdan firmaların logistik menecerləri logistik fəaliyyət ilə korporativ strategiya arasında birbaşa əlaqəni nəzərdə tutan idarəetmənin prinsiplərini işləyib hazırlamalıdır. Belə sxemin tipik nümunəsi şəkil 5.9-da verilmişdir.

2. Material axınlarının hərəkət istiqamətlərini təkmilləşdirmək.

Bu tələb tədarükə, nəqliyyat, anbarlaşdırma, ehtiyatların saxlanması və hazır məhsulların fiziki bölüşdürülməsi ilə əlaqədar vəzifələrin yerinə yetirilməsində logistik əməliyyatların elə təşkilini nəzərdə tutur ki, bu zaman bütün funksiyalara nəzarət etmək mümkün olsun. Başqa sözlə, bütün logistik funksiyalar effektiv idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsi baxımından (əgər firmanın ayrı - ayrı xüsusi şöbələri bir - birilə bağlı olan logistik funksiyaların yerinə yetirilməsinə cavabdehlik məsuliyyəti daşıyarsa) mərkəzləşdirilmiş və ya əks mərkəzləşdirilmiş idarəetmə aparatı tərəfindən həyata keçirilən nəzarətə uyğun olaraq əlaqələndirilməli və birləşdirilməlidir.

3. Logistik qərarların hazırlanması üçün zəruri informasiyaları qəbul etmək və mütərəqqi texnologiyalara əsaslanmaqla onları emal etmək (işləmək).

Aydındır ki, ayrı-ayrı logistik əməliyyatların və ya bütün logistik sistemin normal fəaliyyəti hər şeydən əvvəl zəruri informasiyaların və bu əsasda logistik qərarların vaxtı – vaxtında qəbul edilməsindən birbaşa asılıdır. Logistik sistemlər çərçivəsində qeyd edilən bu tələbin yerinə yetirilməsi bütün təsərrüfat subyektləri üçün elə bir şərait yaradır ki, onlar öz istehsal maliyyə imkanlarını nəzərə almaqla proqnozlaşdırdıqları bazar mənfəətini əldə edə bilsinlər. Bunun üçün bazarda normal fəaliyyət göstərən logistik sistemin iştirakçıları ayrı-ayrı logistik əməliyyatların yerinə yetirilməsi zamanı müasir hesablama texnikasından istifadəyə (kompyuterləşdirməyə), mənfəətin artırılması və logistikanın potensial imkanlarının reallaşdırılması mənbəyi kimi baxırlar. Məhsul göndərənlər və ya istehsalçılar arasında logistik məlumatların elektron şəbəkələrinin tətbiqilə geniş mübadilə edilməsi istehlakçı firmaların bazar tələblərinə çevik reaksiya vermək qabiliyyətinin yüksəldilməsinə və bazar paylarının artırılmasına əsaslı köməklik göstərir. Buna görə də «istehlakçı şahdır» prinsipindən çıxış edən, fərdi elektron hesablama maşınları əsasında informasiya mübadiləsinin həyata keçirilməsinə yaradıcı yanaşan firma və şirkətlər öz müştərilərinə göstərilən xidmətin keyfiyyətinin yüksəldilməsinə hər vasitə ilə çalışırlar.

Bunun üçün isə onlar müvafiq informasiya təminatına malik olmalıdırlar. İnformasiya təminatının tələb olunan səviyyəsini əldə etmək məqsədilə firma və şirkətlər adi və ənənəvi sistemlərlə müqayisədə məsrəflərin azaldılmasını nəzərdə tutan informasiya idarəetmə sistemlərinin layihələş-

dirilməsi və ya yenidən qurulması üçün lazım olan maliyyə vəsaitlərinin həcminə (investisiya siyasətinin hazırlanmasına) xüsusi diqqət yetirirlər. Məsələn, firma və şirkətlər idarəetmə heyətini, logistik bölmələri və məhsulgöndərənləri bir – birilə əlaqələndirən informasiya sistemlərinin təkmilləşdirilməsinə xüsusi maliyyə vəsaitləri yönəltməklə xammal və material ehtiyatlarının səviyyəsinin əhəmiyyətli dərəcədə (bəzi hallarda 15-20 dəfə) azaldılmasına nail olurlar. Başqa sözlə, mükəmməl informasiya sistemləri ehtiyatların optimal idarə edilməsinə əlverişli şərait yaradır.

Firma və ya şirkətlər isə çoxsaylı logistik məsrəflərin uçota alınması və onlara nəzarət edilməsi üçün özlərinin maliyyə resurslarını müasir rabitə vasitələrinə əsaslanan kompyüter şəbəkələrinin yaradılmasına yönəldirlər. Praktiki təcrübəyə istinadən qeyd etmək olar ki, belə təyinatla malik olan maliyyə resursları sistemin tətbiqindən 3 - 4 ay keçdikdən sonra özünü ödəməyə başlayır.

4. Əmək resurslarından istifadəni səmərəli idarə etmək.

Material axınlarının idarə edilməsi prosesində mühüm əhəmiyyət kəsb edən elementlərdən biri də məhz əmək resurslarının idarə edilməsidir. Əgər firmaların (şirkətlərin) yüksək peşə yönümlü və yüksək ixtisas dərəcələrinə malik işçi heyəti varsa təbii ki, belə firmalar (şirkətlər) logistik sistemin effektiv fəaliyyətinə nail ola bilirlər. Məhz buna görə də firma və şirkətlərin rəhbərləri işçi heyətinin seçilməsi, onların professional hazırlığı və peşə yönümü və ya ixtisas dərəcələrinə müvafiq iş yerləri ilə təminatı məsələlərini mütəmadi olaraq diqqət mərkəzində saxlayırlar.

Müasir iqtisadi şəraitdə logistik idarəetmə aparatının yüksək təbəqələri aydın şəkildə başa düşürlər ki, yaxşı hazırlanmış və təcrübəli menecerlər firmaların strateji planlarının müvəffəq reallaşdırılmasının bir növ təminatçısı kimi çıxış edirlər. Başqa sözlə, hazırlıqlı kadr potensialına malik firmalar (müəssisələr) ayrı-ayrı logistik əməliyyatların yerinə yetirilməsində heç bir çətinlik çəkmədən logistik sistemlərin bütün tələb və iradələrinə çevik reaksiya vermək qabiliyyətinə malik olurlar və sistemin effektivliyinin artırılmasına köməklik göstərirlər. Daha doğrusu, alıcıların bütün tələblərinin dolğun ödənilməsinə qarşısına məqsəd qoymuş və satış bazarında kəskin rəqabət mühitinin mövcudluğundan xəbərdar olan istehsalçı və ya məhsulgöndərən firmalar özlərinin bazar dayanıqlılıqlarını məhz yüksək istehsal və korporativ mədəniyyətə malik işçi heyəti hesabına möhkəmləndirirlər.

5. Ümumi strategiyaların hazırlanması üçün digər firmalarla qarşılıqlı təsərrüfat əlaqələri qurmaq və onu inkişaf etdirmək logistikanın təkmilləşdirilməsinə qoyulan ən mühüm tələblərdən biridir. Firmaların (müəssisələrin) mikromühitinə aid edilən bölmələr bu və ya digər səpkili logistik əməliyyatları yerinə yetirən zamanı brokerlər, məhsulgöndərənlər, topdansatış firmaları, istehlakçılar və s. bu kimi logistik vasitəçilərlə təsərrüfat əlaqələri qurur və onu inkişaf etdirirlər. Daha doğrusu, istehsalçı firmalar istehsal proqramının zəruri vaxtda yerinə yetirilməsi və hazır məhsulların istehlakçılara lazımi vaxtda çatdırılmasını həyata keçirmək məqsədilə ümumi logistik strategiyanın hazırlanması zamanı diqqət yönəldikləri əsas məsələ material resurslarının nomenklaturasının (iri və ya təsnif edilmiş) və onların alış bazarının müəyyənləşdirilməsidir. Aydındır ki, məqsəd (alış) bazarının təyin edilməsində təcrübəsi olmayan və maliyyə çətinlikləri ilə üzləşən logistik firmalar başqasının adından başqasının hesabına fəaliyyət göstərən vasitəçilərə, brokerlərə müraciət etmək məcburiyyətində qalırlar. Odur ki, müvafiq bazar fəaliyyəti konsepsiyasına malik olan vasitəçilər özlərinin logistik strategiyalarını uzunmüddətli təsərrüfat əlaqələri yaratmış logistik firmaların strategiyalarına və ya əksinə uyğunlaşdırmalıdırlar. Bu proses hazır (əmtəlik) məhsulların satış siyasətinin formalaşması zamanı da həyata keçirilir.

6. Maliyyə göstərijiləri sistemində logistik əməliyyatlar hesabına daxil olan mənfəət və gəlirlərin uçotunu aparmaq.

Nəqliyyat, anbarlaşdırma, informasiya, tədarükət, satış və digər logistik əməliyyatların yerinə yetirilməsi nəticəsində firmanın mənfəətli olub-olmaması onun müvafiq uçot – kalkulyasiya, təsərrüfat fəaliyyətinin təhlili, iqtisadiyyat, mühasibatlıq və digər struktur bölmələri tərəfindən hesablanır. Belə bir praktika Amerika firmalarına məxsusdur. Onlar fərdi formada logistik sifarişləri qəbul edir və bu əsasda yüksək xidmət göstərilməsini təmin etməklə məhsul satışı zamanı əhəmiyyətli dərəcədə mənfəətə malik olurlar. Bu zaman firmaların logistik bölmələri idarəetmə aparatının tələb etdiyi

səviyyədə servis xidmətinin göstərilməsinə zəmanət verir. Nəticə etibarlı ilə bu da logistik əməliyyatların yerinə yetirilməsi zamanı logistik aktivliyə görə mənfəətin artırılmasına səbəb olur. Qərb şirkətlərində isə maliyyə fəaliyyətinin mühüm indikatoru kimi aktivlər üçün mənfəət norması göstəricisindən geniş istifadə edirlər. Əksər amerikan firmaları buna əsaslanaraq logistik aktivlərin hər biri üçün mənfəəti ayrıca hesablayırlar. Əgər logistik dövrünün hansı bir mərhələsində logistik xərclərin səviyyəsi yüksəkdirsə bu mərhələdə və ya o aktiv üçün mənfəətin hesablanmasına ehtiyac yoxdur. Daha doğrusu, ümumi logistik dövrünün bu mərhələsinin xərc tutumlu olması burada ayrı-ayrı xərc elementlərinin ayrılıqda təhlil və təftiş edilməsini nəzərdə tutur. Çünki, belə işin aparılması növbəti logistik əməliyyatların yerinə yetirilməsi zamanı təkrarlanmaların qarşısını alır və çəkilən xərclərin minimumlaşdırılmasına imkan verir.

7. Rentabelliyyənin yüksəldilməsi üçün logistik xidmətlərin optimal səviyyəsini müəyyənləşdirmək. Bu tələb firma və şirkətlərin strateji siyasətinin mühüm elementi hesab olunur. Logistik xidmətin optimal səviyyəsinin aşkar edilməsi üçün yüksək səviyyəli servis xidmətinin göstərilməsi nəticəsində əldə edilən əlavə gəlirin həcmi təyin edilir və bu zaman belə yüksək səviyyənin qorunub saxlanılmasına çəkilən xərclərlə alınan mənfəət nəticə etibarlı ilə müqayisə olunur. Bunun üçün isə logistik xidmətin səviyyəsini səciyyələndirən və bazara istiqamətlənmiş konkret proqram işlənilib hazırlanır. Bu proqramda müxtəlif qruplara aid edilən ayrı-ayrı istehlakçıların ümumi satışın həcmində xüsusi çəkiləri, xidmətin səviyyəsi və eləcə də sifarişlərin yerinə yetirilməsi müddəti nəzərə alınmaqla logistik xidmətin necə həyata keçirilməsi (planlaşdırılması) göstərilir. Başqa sözlə, mikrologistik xidmətin verdiyi iqtisadi səmərə makrologistik xidmətin həyata keçirilməsi üçün əlverişli mühit formalaşdırır, firmanın beynəlxalq bazarlarda imicinin yüksəldilməsinə köməklik göstərir və ümumi logistik dövrünün məhsuldarlığını artırır.

8. Logistik əməliyyatların yerinə yetirilməsinə ciddi nəzarət etmək.

Nəticə. Qeyd edilən bütün tələblərin ən əsas məqsədi logistik xərclərin azaldılması hesabına logistik sistemin iqtisadi səmərəliliyinin yüksəldilməsindən ibarətdir. Buna görə də ayrı-ayrı fundamental problemlər, məsələn sahibkarlığın strategiyası firmaların istər makro, istərsə də mikro səviyyədə logistik strategiyaları ilə əlaqələndirilməlidir. Deməli, ümumən sahibkarlıq fəaliyyətinin normal gedişi bilava-sitə logistik strategiyanın düzgün seçilməsindən və burada logistik əməliyyatların tələb olunan səviyyədə minimal xərclərlə zəruri vaxtda və lazımı yerdə həyata keçiril-məsindən asılıdır. Odur ki, əgər firmanın idarəetmə aparatı böyük iş təcrübəsi və dərin elmi biliklərə malikdirsə, yəni praktika elmi nəzəriyyə ilə vəhdət təşkil edərsə, onda bu qeyd edilənləri reallaşdırmaq mümkündür. Bu isə öz növbəsində logistik menecerdən, eləcə də logistik idarəetmə aparatından logistik əməliyyatların yerinə yetirilməsi ardıcılığının müəyyənləşdirilməsi və onların ciddi surətdə həyata keçirilməsinə nəzarət edilməsini tələb edir.

ƏDƏBİYYAT

1. T.İ.İmanov "Logistikanın əsasları" 2005.
2. T.B.Qocayev, M.H.Urkayev. Nəqliyyatda kommertiya işi. Dərs vəsaiti Gəncə 2017.
3. Ə.Ə.Cavadov. Avtomobil yükdaşımaları. Bakı: 2009-412 s.
4. T.Ə.Quliyev "İdarəetmənin əsasları". Bakı "Maarif". 1993, 333 səh.

УДК 657

СУТЬ МИКРОЛОГИЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ «LEAN PRODUCTION»

Конуль Расим кызы Хасанова
Азербайджанский Технологический Университет
k-qasanova@mail.ru

Резюме. Понятие представляет собой систему взглядов и объясняется как понимание событий и процессов в той или иной степени. Понимание и изучение процесса экономической

логистики основано на понимании логистического подхода, операций, выполняемых в связи с движением материальных и приравненных к ним финансовых и информационных потоков от первоначального источника к конечному пункту назначения. Деятельность, связанная с управлением материальными потоками, такими как производство, торговля, собственность и другие виды экономической деятельности, осуществлялась людьми в разные периоды, начиная с начального этапа развития.

Ключевые слова: концепция, логистические процессы, доставка.

UDC 657

THE ESSENCE OF THE MICROLOGISTICS CONCEPT OF "LEAN PRODUCTION"

Konul Rasim Hasanova
Azerbaijan University of Technology
k-qasanova@mail.ru

Summary. *The concept is a system of views and is interpreted as an understanding of events and processes to one degree or another. Understanding and studying the process of logistics of the economy is based on understanding the idea of the logistics approach, which is the operation of moving material and equivalent financial and information flows from the initial source to the final destination. Activities related to the management of material flows, such as production, commerce, entrepreneurship and other types of economic activity, have also been carried out by people at different times, starting from the initial stage of development.*

Keywords: *concept, logistic processes, supply.*

Redaksiyaya daxilolma: 25.10.2024

Çapa qəbul olunma: 15.04.2025



UOT: 338

DOI 10.30546/JIECM.2025.1.020

BİZNES MÜNASİBƏTLƏRİNİN İNKİŞAFINDA MENECEMENT SİSTEMİNİN EFFEKTİVLİK MEYARLARI

¹ Müşviq İsmayıl oğlu Hüseynov, ² Anar Arif oğlu Hüseynov
³ Zaur Arif oğlu Müşkiyev, ⁴ Emin Bakir oğlu Müseyibli

Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti
Gəncə şəh., Atatürk prospekti, 450

¹mushviq.huseynov@adau.edu.az, ²anar.huseynov@adau.edu.az
³zaur.mushkiyev@adau.edu.az, ⁴emin.museyibli@adau.edu.az

***Xülasə:** Tədqiqatda biznes subyektlərinin inkişafında menecment sisteminin əhəmiyyəti vurğulanmışdır. Həmçinin biznes subyektlərində proseslərin idarə edilməsi vəzifələri, idarəetmənin effektivliyinin növləri göstərilmişdir. İdarəetmənin effektivliyinin qiymətləndirilməsində nəzərə alınmalı meyarlar təhlil edilmişdir. Biznes münasibətlərinin inkişafında kəmiyyət və keyfiyyət göstəriciləri ayırd edilərək, onların əhəmiyyəti əks olunmuşdur. İdarəetmə səmərəliliyini artırmaq üçün ümumi istiqamətlər müəyyən edilmişdir.*

***Acar sozlər:** menecment, biznes, effektivlik, məhsuldarlıq, innovasiya*

Giriş: Biznes subyektlərinin fəaliyyəti əsasən menecment sisteminin effektivliyi ilə müəyyən edilir. Müasir şəraitdə iqtisadiyyatın idarə edilməsi sistemlərinin dəyişdirilməsinin prioritet istiqamətlərindən biri, effektiv menecment sistemi üçün əsaslı nəzəri və metodoloji müddəaların hazırlanmasıdır. Menecmentin səmərəliliyinin yüksəldilməsi yekun nəticələrin yaxşılaşdırılmasının əsas şərtidir. Menecment sisteminin yüksək səmərəliliyinin təmin edilməsi onun qiymətləndirilməsinin obyektivliyindən və etibarlılığından əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır. Düzgün qiymətləndirmə əminlik gətirir, real tendensiyaları üzə çıxarır, biznes subyektlərində menecment sisteminin səmərəliliyinə təsir edən əsas amilləri və aşkar etməyi təmin edir, subyektlərin nəticələrini müəyyən etməyə, ölçməyə və qiymətləndirməyə imkan verir. Buna görə də hazırda biznes sferasında iqtisadi fəaliyyət praktikasının tələb etdiyi problemlər arasında menecment sisteminin əsas xüsusiyyətlərini, qarşılıqlı əlaqələrin xarakterini və dərəcəsini müəyyən etməklə, onun səmərəliliyinin qiymətləndirilməsinin təkmilləşdirilməsi problemləri aktuallığı ilə özünü göstərir.

Mövzunun aktuallığı. Bazar münasibətlərinin inkişafı iqtisadiyyatın bütün sahələrində, o cümlədən biznes sferasında sosial – iqtisadi proseslərə adekvat olan menecment sistemlərinin formalaşdırılmasını və inkişaf etdirilməsini tələb edir. Bu baxımdan əmtə-pu münasibətlərinin obyektivi olan, geniş iqtisadi müstəqilliyə və istehsal-təsərrüfat fəaliyyətinin nəticələrinə görə məsuliyyət daşıyan biznes subyektləri yüksək məhsuldarlığı, rəqabət qabiliyyətini və bazarda sabit mövqe tutmanı təmin edən menecment sistemini formalaşdırmaqda maraqlıdırlar.

Tədqiqatın məqsədi. Tədqiqatın məqsədi biznes münasibətlərinin inkişafı baxımından menecment sisteminin səmərəliliyi ilə bağlı elmi-praktiki məsələləri araşdırmaqdan, bu istiqamətdə praktiki əhəmiyyətli tədbirlər müəyyən etməkdən ibarətdir. Tədqiqatın məqsədlərinə daxildir:

- biznesin idarə edilməsi ilə bağlı elmi-nəzəri aspektlərin öyrənilməsi;
- idarəetmədə menecment sisteminin effektivliyi meyarlarının müəyyən edilməsi;
- biznes idarəetməsi ilə bağlı mövcud vəziyyətin təhlili;
- menecment sisteminin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi;
- idarəetmənin effektivliyinin yüksəldilməsi istiqamətlərinin müəyyən edilməsi;

- menecment sisteminin təkmilləşdirilməsinin yollarının müəyyən edilməsi.

Tədqiqat obyektı. Tədqiqatın obyektı biznes sferasında fəaliyyət göstərən subyektlər müəyyən edilmişdir.

Tədqiqat metodları. Tədqiqat prosesində sistemli və müqayisəli təhlil metodlarından istifadə olunmuşdur.

MATERİALLAR VƏ MÜZAKİRƏLƏR

İstənilən biznes son nəticədə mənfəət üçün yaradılır. Eyni zamanda, biznesin mövcudluğu təkcə bu məqsədlə məhdudlaşmır və onun effektivliyini təmin etmək ən vacib məsələlərdən hesab edilir. Bu baxımdan biznesin inkişafı strategiyasını hazırlamaq və biznes sisteminin bir vəziyyətdən digərinə necə və hansı dinamika ilə keçməsinə nəzarət etmək vacibdir [8, s.280]. Biznesin inkişafını xarakterizə edən göstəriciləri düzgün müəyyən etmək üçün menecer təkcə müəssisənin keçmişdə əldə etdiyi nəticələri nəzərə almamalı, həm də yeni meyarlar müəyyən etməlidir.

Biznesin uğuru və səmərəliliyi subyektin strateji məqsədlərinə nə qədər tez və hansı resurslarla nail olması ilə müəyyən edilir [3, s.112]. Bu məqsədlə hədəf idarəetmə sistemini qurmaq üçün biznes subyekti öz məqsədlərini başa düşmək və rəsmiləşdirmək mərhələsindən keçməlidir. Növbəti addım, biznes subyektinin məqsədlərinə uyğun olaraq fəaliyyət standartlarının hazırlanması, tapşırıqların və təşəbbüslərin formalaşdırılması, məqsədlərə çatmaq üçün zəruri olan səlahiyyətlərin müəyyənəşdirilməsidir. Hədəf idarəetmə sisteminin qurulmasının son mərhələsi hazırlanmış məqsədlərə istinad edərək kadrların motivasiyası və həvələndirilməsi məsələlərini həll etməkdir [9, s.390].

Biznesin inkişafı strategiyalarının həyata keçirilməsi çərçivəsində biznes proseslərinin idarə edilməsinə dair elmi fikirlərin nəzəri ümumiləşdirilməsi və inkişafı hazırda iqtisadiyyatın aktual məsələlərindən hesab edilir [10, s.54]. Biznesin idarə edilməsinə yanaşmalar istehlakçılarla onların tələbatlarının hərtərəfli müəyyən edilməsi və ödənilməsinə əsaslanan proses yönümlü modeldən istifadənin məqsədəuyğunluğunu göstərir [7, s.79]. Hazırda sürətli iqtisadi transformasiyalar, yüksək rəqabət səviyyəsi, qloballaşmanın iqtisadiyyata təsiri, xarici mühitdə baş verən dəyişikliklər biznes sferasında daha effektiv alətlər və metodlar axtarmağı tələb edir. Bu baxımdan bazarda rəqabət üstünlüklərinin əldə edilməsinə və uzunmüddətli artıma yönəldilmiş menecment sisteminə ehtiyac var. Belə mühüm vəzifə ilə əlaqədar olaraq subyektlərdə biznes proseslərinin inkişafının və təkmilləşdirilməsinin innovativ modelinə yenidən istiqamətlənmə zərurəti yaranır. Onun həlli yolu strateji idarəetmə çərçivəsində əldə edilir.

Məhz inkişaf strategiyasının həyata keçirilməsi çərçivəsində biznes proseslərinin idarə edilməsi optimallaşdırma yollarını tapmağa və müəyyən edilmiş hədəflərə nail olmağa imkan verir. Buna görə də elmi-metodiki müddəaların təkmilləşdirilməsi və onların praktiki fəaliyyətdə sonrakı istifadəsi məqsədi ilə biznes prosesinin idarə edilməsinin nəzəri aspektlərinin öyrənilməsi öz əhəmiyyətini göstərməkdədir [5, s.278].

Biznes subyektlərində proseslərin idarə edilməsində aşağıdakı vəzifələri yerinə yetirilməsi vacibdir [12, s.402]:

- müəssisənin idarə edilməsi ilə bağlı yanaşmaların əsaslandırılması, onun üstünlüklərinin müəyyən edilməsi;
- biznes münasibətlərinin əsas xüsusiyyətlərinin müəyyən edilməsi və biznes prosesinin idarə edilməsinin səmərəliliyini təmin etmək məqsədilə “biznes prosesi” kateqoriyasının mahiyyətinin şərhı;
- sahibkarlığın strateji idarə olunması çərçivəsində biznes proseslərinin idarə edilməsinin və idarəetmə qərarlarının qəbulunun konseptual modelinin hazırlanması;
- biznesin inkişafı strategiyası çərçivəsində biznes prosesinin optimallaşdırılmasının faktiki yollarının müəyyən edilməsi;

• iqtisadi transformasiya müəssisələrin müasir idarəetmə şərtlərinə cavab verəcək idarəetməyə yeni, adekvat yanaşmalar tələb edir.

Hazırda bir çox iqtisadi hadisələr var ki, onların hər biri biznes fəaliyyətinin müəyyən aspektini vurğulayır [2, s.68]. Müasir biznes münasibətləri şəraitində bu münasibətlərin idarə edilməsi prosesini əsaslandırmaq üçün aşağıdakılara diqqət yetirmək əhəmiyyətlidir:

- müxtəlif idarəetmə üsullarının tətbiqinə yanaşmalar müəyyən bir vəziyyətlə əlaqədardır və qərar qəbulu müəyyən edilmiş iş səviyyələrinə uyğun deyil, müəyyən edilmiş qaydada həyata keçirilir. Biznes subyektlərinin fəaliyyətinə, onun rəqabət qabiliyyətinə əsaslı təsir göstərən potensial problemlərin müəyyən edilməsi bu baxımdan xüsusilə vacibdir;

- sistemli yanaşma biznesin mahiyyətini müəyyən edən bir-biri ilə əlaqəli, qarşılıqlı əlaqədə olan elementlərin - tapşırıqlar, resurslar, proseslər məcmusu kimi qəbul edilir. Eyni zamanda, biznes subyektlərinin fəaliyyətinin effektivliyi onun ayrı-ayrı komponentlərindən asılı deyil;

- idarəetməyə funksional yanaşmaya görə ona qarşıya qoyulan vəzifələrə nail olmaq üçün yerinə yetirilməli olan funksiyaların məcmusu kimi qəbul edilir. Funksional idarəetmə xüsusi bacarıqların gücləndirilməsinə yönəldilir, idarəetmə strukturunun əyilməzliyi, informasiya təminatının məhdudlaşdırılması, ayrı-ayrı müəssisələrin fəaliyyətinin təhlili və nəzarəti, qayda və prosedurların standartlaşdırılması istəyi, daha yüksək idarəetməyə yönəldilməsi və s. ilə xarakterizə olunur. Funksional idarəetmə prinsipləri əsasında qurulan təşkilatlar şaquli topologiyaya, funksional ixtisaslaşmaya və sərt şaquli iyerarxiyaya malikdir. Bu, təşkilatların səmərəli fəaliyyətinə mane olan informasiya və digər maneələrin yaranmasına gətirib çıxarır. Hazırda biznesdə uzunmüddətli müvəffəqiyyəti hədəfləyən müəssisələr üçün effektivliyi təmin etmək məsələsi aktuallaşmaqdadır;

- idarəetməni biznes məqsədlərinə çatmağa yönəlmiş davamlı, bir-biri ilə əlaqəli vəzifələrin məcmusu kimi nəzərdən keçirmək olar. Bu prinsiplər idarəetmənin səmərəliliyini yüksəldir, çünki o, məhsulların (xidmətlərin) müştərisinə yönəlir və buna görə də onun tətbiqi rəqabət qabiliyyətli istehsala nail olmağa imkan verir.

Biznes subyektlərində idarəetmənin effektivliyinin bir çox növləri mövcuddur:

- təsir vasitəsi ilə - hədəf, strateji və taktiki, planlı, proqnozlaşdırıcı, programlı, konseptual, motivasiya və stimullaşdırıcı, resurs və potensial;

- təsirin məzmununa görə - iqtisadi, sosial, innovativ, təşkilati, ekoloji;

- effektin təzahür səviyyəsinə görə - milli iqtisadi, regional, sahəvi, xarici iqtisadi;

- səmərəliliyin formalarına görə - menecerin fəaliyyəti, idarəetmə aparatı, idarəetmə prosesi, idarəetmə sistemi, idarəetmə innovasiyaları;

- idarəetmə sistemlərinin növləri üzrə - marketing, innovasiya, istehsal, maliyyə.

İdarəetmənin effektivliyinin qiymətləndirilməsi kifayət qədər mürəkkəbdir, ona görə də qiymətləndirmə üçün səmərəliliyə təsir edən müxtəlif amilləri nəzərə alan çoxlu sayda meyar və üsullar mövcuddur. İdarəetmənin effektivliyinin qiymətləndirilməsində aşağıdakılar nəzərə alınmalıdır [11, s.85]:

- idarəetmənin nəticəsi həmişə mənfəətlə olmur;

- belə qiymətləndirmə birbaşa və dolaylı nəticəyə gətirib çıxarır ki, bu da onun əldə edilməsində rəhbərliyin rolunu gizlədir;

- idarəetmənin nəticəsi təkcə iqtisadi deyil, həm də sosial, sosial-iqtisadi ola bilər.

Biznes subyektlərinin idarə edilməsinin səmərəliliyini müəyyən edərək idarəetmə xərclərinin tərkibini düzgün müəyyən etmək vacibdir. Bu məsələlərə aşağıdakılar daxildir:

• müəssisənin idarəetmə aparatının və onun bölmələrinin hesablamalarla əsas və əlavə əmək haqqı;

• idarəetmənin əsas vəsaitlərinin;

• idarəetmə otaqlarının işıqlandırılması, bütün növ enerjinin dəyəri;

• müxtəlif köməkçi vasitələrin dəyəri materialları və s.

Sadalanan elementlərə münasibətdə idarəetmə xərclərinin strukturu və onun dinamikası müəyyən edilir [1, s.600]. İdarəetmənin effektivliyinin qiymətləndirilməsində mühüm göstəricilər subyektlərin

yekun nəticələrini və deməli, idarəetmənin effektivliyini tam xarakterizə edən mənfəət və rentabellikdir. Eyni zamanda, bu təsərrüfat vahidinin fəaliyyəti ilə əlaqəli olmayan amillərin mənfəətə təsirini istisna etmək lazımdır [4, s.171]. İdarəetmənin effektivliyini qiymətləndirərkən bütün ümumiləşdirmə sistemindən və xüsusi göstəricilərdən kompleks şəkildə istifadə etmək lazımdır. İdarəetmə fəaliyyətinin idarəetmə subyektinə münasibətdə effektivliyini kəmiyyət və keyfiyyət göstəriciləri ilə xarakterizə etmək olar.

İdarəetmə sisteminin fəaliyyətinin kəmiyyət göstəricilərinə aşağıdakılar daxildir [6, s.130]:

- əmək göstəricilərinin məcmusu - idarəetmə sahəsində canlı əməyin qənaəti və s.;
- idarəetmə sisteminin maliyyə fəaliyyətinin göstəriciləri;
- vaxta qənaət göstəriciləri və s.

İdarəetmənin sosial səmərəliliyinin göstəriciləri xüsusi əhəmiyyət kəsb edir:

- idarəetmənin elmi-texniki səviyyəsinin yüksəldilməsi;
- idarəetmə proseslərinin inteqrasiya səviyyəsi;
- menecerlərin peşəkar inkişafı; qəbul edilmiş qərarların etibarlılıq səviyyəsinin artırılması;
- təşkilati mədəniyyətin formalaşdırılması;
- sistemin idarə olunması;
- işdən məmnunluq;
- ictimai etimad qazanmaq; təşkilatın sosial məsuliyyətinin gücləndirilməsi;
- ekoloji nəticələr.

Bu göstəricilərin effektivliyi əmək şəraitinin asanlaşdırılması və yaxşılaşdırılması, kollektivdə psixoloji vəziyyətin yaxşılaşdırılması, menecerlərlə ifaçılar arasında normal münasibətlərin qurulması və s. ilə xarakterizə oluna bilər. Əgər idarəetmənin səmərələşdirilməsi nəticəsində qeyd edilən göstəricilərin yüksək səviyyəsinə nail olmaq mümkün olarsa, o zaman idarəetmə sisteminin təşkilində müsbət dəyişiklik baş verir və iqtisadi effekt əldə edilir. Təşkilatın idarə edilməsinin təkmilləşdirilməsi, kompüter informasiya texnologiyalarının tətbiqi müəyyən kapital qoyuluşları, investisiyalar tələb edir ki, bu da layihələrin idarə olunmasının qiymətləndirilməsini tələb edir.

Nəticə. Beləliklə, ümumiləşdirilmiş formada idarəetmənin effektivliyi üçün aşağıdakı meyarları ayırd etmək olar:

1. Səmərəlilik - təşkilatın məqsədlərinə çatma dərəcəsi.
2. Mənfəətlilik - resursların zəruri və faktiki istehlakının nisbəti.
3. Keyfiyyət - məhsulların (xidmətlərin) xüsusiyyətlərinin istehlakçıların standartlarına və tələblərinə uyğunluğu.
4. Məhsuldarlıq - müəyyən dövr üçün istehsal olunan məhsulların (xidmətlərin) həcmnin fiziki, maya dəyəri və digər göstəricilərdə və verilmiş istehsalın həcminə uyğun gələn resursların dəyərinə nisbəti.
5. İş həyatının keyfiyyəti – işçilərin iş şəraiti.
6. İnnovativ fəaliyyət - təşkilatın müxtəlif funksional sahələrində yeniliklərin tətbiqi.

Səmərəlilik kateqoriyasının, onu müəyyən edən amillərin, idarəetmə işinin məzmunu və nəticələrinin təhlili belə nəticəyə gəlməyə imkan verir ki, səmərəliliyin adekvat məzmunu və təzahür formaları bir tədbir, səmərəlilik meyarı kimi çıxış edə bilən göstəricilər qruplarıdır. İdarəetmə sisteminin hər bir variantı səmərəlilik kriteriyasının müəyyən dəyərinə uyğundur və nəzarətin vəzifəsi müvafiq meyarın ən sərfəli qiymət aldığı idarəetmə variantını tapmaqdır. İdarəetmə səmərəliliyinin artırılması hər hansı bir müəssisənin uğurlu fəaliyyətinin zəruri komponentidir. Hal-hazırda idarəetmənin effektivliyini artırmağın bir çox yolu var, onların hər biri ya liderin özünə, onun şəxsi və peşəkar keyfiyyətlərinə, ya da idarəetmə fəaliyyətinin hər hansı elementinə yönəlmişdir. İdarəetmə səmərəliliyinin artırılması üzrə iş hər hansı bir elementdən başlaya bilər, onun təkmilləşdirilməsi təşkilat üçün ən aktualdır. Yalnız elementlərin bir-biri ilə əlaqəsini yadda saxlamaq vacibdir. İdarəetmə səmərəliliyini artırmaq üçün ən ümumi istiqamətlər aşağıdakılardır:

1. İdarəetmə strukturunun təkmilləşdirilməsi, onun maksimum sadələşdirilməsi, əksər funksiyaların qeyri-mərkəzləşdirilməsi, ixtisas və şəxsi keyfiyyətlər nəzərə alınmaqla idarəetmə səlahiyyətlərinin müəyyən edilməsi.

2. Təşkilatın güclü və zəif tərəflərinin təhlili əsasında inkişaf strategiyasının hazırlanması.

3. Qərar qəbuletmə sisteminin, idarəetmə qaydaları və prosedurlarının, həvəsləndirmə sistemlərinin işlənilib hazırlanması.

4. Kadr seçiminin ən səmərəli üsullarının tətbiqi və s.

Müasir bazar şəraitində idarəetmə prosesinin səmərəliliyi üçün hər bir menecerin dərin və çoxşaxəli biliyə malik olması ilə yanaşı, həm də operativliyi ilə seçilən, yeniliyi dərk edən, daim təşəbbüskar olması zəruridir. İşçinin əmək fəaliyyətinin, o cümlədən idarəetmə sahəsində səmərəliliyinin inkişafına təsir göstərə bilər. İdarəetmə səmərəliliyinin artmasına istehsalatda təkmilləşdirmə sistemi kömək edir. Təkmilləşdirmə işçinin müəyyən bir fəaliyyət növü üzrə bilik və bacarıqlarını təkmilləşdirməyə və dərinləşdirməyə yönəldilir.

İdarəetmə səmərəliliyinin yüksəldilməsinin ən vacib yollarından biri təşkilatda innovasiyaların aktiv şəkildə dəstəklənməsi hesab olunur. İnnovasiyanı dəstəkləyən amillər bunlardır: innovasiyanın inkişaf etdirilməsində lazımi sərbəstliyin təmin edilməsi, innovatorların lazımi resurs və avadanlıqla təmin edilməsi; işçilər arasında qarşılıqlı anlaşmanın dərinləşdirilməsi.

Tədqiqatın elmi yeniliyi: Aparılan tədqiqat işinin elmi yenilikləri aşağıdakılardan ibarətdir:

- biznesin idarə edilməsi ilə bağlı elmi-nəzəri aspektlərin öyrənilməsi əsasında menecmet sisteminin effektivliyi meyarlarının müəyyən edilmişdir;

- menecmet sisteminin səmərəliliyi qiymətləndirilməklə idarəetmənin effektivliyinin yüksəldilməsi istiqamətləri müəyyən edilmişdir;

- menecmet sisteminin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı tədbirlər müəyyən edilmişdir;

- biznes münasibətlərinin inkişafının prioritetləri müəyyənləşdirilmişdir.

ƏDƏBİYYAT

1. Abbasov A.B. Biznesin əsasları. Bakı, 2005, 656 s.
2. Abbasov A.B. Biznesin təşkili və idarə edilməsi /Dərslük. Bakı: "İqtisad Universiteti" nəşriyyatı, 2011. 464 s.
3. Abbasov İ.M., Sadıqov R.F. Menecment (dərs vəsaiti) – Bakı Biznes Universitetinin nəşri, 2013. 205 s.
4. Nuriyev Ə.X. Regional siyasət və idarəetmə. Bakı, «Elm», 2004, 348 s.
5. İmanov Ə.S. Kiçik sahibkarlıq. Bakı, "Elm" nəşriyyatı. Bakı, 2009, 363s.
6. Байкулова А. Н. Рабочее общение // Проблемы речевой коммуникации : межвуз. сб. науч. тр. / под ред. М. А. Кормилицыной. Саратов : Изд-во Сарат. ун-та, 2012. Вып. 12. С. 127-138.
7. Боголюбов, С.А. Этические и правовые вопросы предпринимательства: Практическое пособие / С.А. Боголюбов, Г.М. Волков, Б.А. Геренрот. М.: Норма, 2008. – 240 с.
8. Горбашко Е. А. Управление конкурентоспособностью : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под редакцией Е. А. Горбашко, И. А. Максимцева. Москва : Издательство Юрайт, 2019. 447 с.
9. Кибанов, А.Я. Этика деловых отношений: Учебник. 2-е изд., испр. и доп. / А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров, В.Г. Коновалова. М.: Инфра-М, 2008. – 432 с.
10. Кормилицына М.А. Семантически осложненное (полипропозитивное) простое предложение в устной речи. 3-е изд. М. : Книжный дом «ЛИБРО-КОМ», 2011. 152 с.
11. Ширяев В.И. Управление предприятием: Моделирование, анализ, управление / В.И. Ширяев, И.А. Баев, Е.В. Ширяев. - М.: КД Либроком, 2015. 272 с.

№ 1/2025

səh.20-25

12. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. 6-е изд. СПб.: Питер, 2011. 448 с.

УДК: 338

КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ СУБЪЕКТОВ БИЗНЕСА

¹ Гусейнов Мушви́г Исмаил оглы, ² Гусейнов Анар Ариф оглы
³ Заур Ариф оглы Мушкиев, ⁴ Эмин Бакир оглы Мусейбли
Азербайджанский Государственный Аграрный Университет
г. Гянджа, проспект Агатюрка, 450

¹ mushviq.huseynov@adau.edu.az, ² anar.huseynov@adau.edu.az
³ zaur.mushkiev@adau.edu.az, ⁴ emin.museyibli@adau.edu.az

Резюме: В исследовании подчеркнута важность системы управления в развитии субъектов предпринимательства. Также обозначены задачи управления процессами в субъектах хозяйствования, виды эффективности управления. Проанализированы критерии, которые необходимо учитывать при оценке эффективности управления. Выделены количественные и качественные показатели в развитии деловых отношений и отражена их значимость. Определены общие направления повышения эффективности управления.

Ключевые слова: менеджмент, бизнес, эффективность, производительность, инновации

UDC: 338

EFFECTIVENESS CRITERIA OF THE MANAGEMENT SYSTEM IN THE DEVELOPMENT OF BUSINESS SUBJECTS

¹ Mushvig Ismayil oglu Huseynov, ² Anar Arif oglu Huseynov
³ Zaur Arif oglu Mushkiyev, ⁴ Emin Bakir oglu Museyibli
Azerbaijan State Agrarian University
Ganja city, Ataturk avenue, 450

¹ mushvig.huseynov@adau.edu.az, ² anar.huseynov@adau.edu.az
³ zaur.mushkiyev@adau.edu.az, ⁴ emin.museyibli@adau.edu.az

Summary: The importance of the management system in the development of business entities was emphasized in the study. Also, tasks of managing processes in business entities, types of management effectiveness are indicated. The criteria to be taken into account in the assessment of management effectiveness were analyzed. Quantitative and qualitative indicators are distinguished in the development of business relations and their importance is reflected. General directions for improving management efficiency are defined.

Keywords: management, business, efficiency, productivity, innovation

Redaksiyaya daxilolma: 29.11.2024

Çapa qəbul olunma: 15.04.2025



UOT 330.13.6

DOI 10.30546/JIECM.2025.1.026

RƏQABƏT QABİLİYYƏTLİ KƏND TƏSƏRRÜFATI MƏHSULLARI İSTEHSALININ ZƏRURİLİYİ VƏ ONU TƏMİN EDƏN AMİLLƏR

¹Yaqub Feyzulla oğlu Əlifov, ²Vüsal Yaqub oğlu Əlifov
³Fərid Şakir oğlu Vəliyev

Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti

¹yaqubalifov @ gmail.com , ²alifovvüsal @ gmail.com,
³ferid.veliyev.89@mail.ru

Xülasə: Ölkə daxilində və dünya bazarında rəqabət qabiliyyətli kənd təsərrüfatı məhsulları istehsal etmək hər bir dövlətin qarşısında duran basılıca vəzifədir. Beləki, rəqabətqabiliyyətli kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalı məhsulların keyfiyyətinin yüksəlməsinə, müasir texnika və texnologiyalardan istifadə etməklə məhsul istehsalına cəkilən xərclərin azalmasına səbəb olur. Məqalədə indiki dövrdə respublikamızda kənd təsərrüfatının inkişafının iqtisadi imkanları nəzərə alınaraq istehsalın mövcud vəziyyəti tədqiq edilmişdir. Məqalədə rəqabətin mahiyyəti və ona dair nəzəri baxışlar, kənd təsərrüfatında rəqabət qabiliyyətliliyin qiymətləndirilməsi istiqamətləri, rəqabət qabiliyyətli aqrar istehsalın ekoloji təmiz məhsulların hesabına formalaşmasının vacibliyi, kənd təsərrüfatı məhsullarının rəqabət qabiliyyətliliyinin artırılmasında resurslardan səmərəli istifadə strategiyası, rəqabətqabiliyyətli məhsul istehsalı və istehsalın təhlükəsizliyi üçün dövlət səviyyəsində həyata keçiriləsi vacib olan tədbirlər, aqrar marketinqin rəqabət qabiliyyətli məhsul istehsalında əhəmiyyəti və s. araşdırılmışdır. Araşdırmanın sonunda rəqabət qabiliyyətli kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalı ilə bağlı təkliflər irəli sürülmüşdür.

Acar sözlər: infrastruktur, qiymət elastikliyi, bazar tələbi, logistika şəbəkəsi, resurs, ixrac.

Tədqiqatın nəticələri: Azərbaycan Respublikasında rəqabət qabiliyyətli kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalı ilə bağlı təklif və tövsiyələr irəli sürülmüş, kənd təsərrüfatında yüksək rəqabətqabiliyyətli məhsullar istehsalının formalaşması üçün vahid bir mexanizmin formalaşdırılmasının vacibliyi qeyd edilmişdir.

Giriş. Müasir iqtisadi inkişafın rəngarəngliyi, beynəlxalq iqtisadi inteqrasiyanın dərinləşdiyi, cəmiyyətin iqtisadi sisteminin təkmilləşdirildiyi bir şəraitdə milli iqtisadiyyatın təhlükəsizliyi məsələləri xüsusilə aktualıq kəsb edir. Milli iqtisadiyyatın təhlükəsizliyi əhalini ərzaqla, məaledici sənayeni xam maldə təmin edən kənd təsərrüfatı istehsalının rəqabət qabiliyyətliliyindən bilavasitə asılıdır. Bazar iqtisadiyyatı şəraitində kənd təsərrüfatı istehsalının rəqabət qabiliyyətliliyi təklif olunan kənd təsərrüfatı məhsullarının keyfiyyəti, eləcə də qiymət, xərc, istehsalın həcmi kimi göstəricilərlə xarakterizə edilir. Rəqabət bazar iqtisadiyyatının ən vacib elementi olmaqla onun inkişaf səviyyəsi iqtisadi subyektlərin inkişaf perspektivlərini müəyyənləşdirir. Bazar institutlarının əksəriyyəti özünütəşkil, özünü inkişaf və sabitlik xüsusiyyətlərinə malikdir. Bu baxımdan ərzaq bazarı institutunun digər bazar qurumlarından əsas fərqi, onun qeyri-sabit olması ilə bağlıdır və buna görə də ərzaq bazarının qorunmasında məqsədyönlü dövlət siyasəti olmadan rəqabət imkanları uzun müddət mövcud ola bilməz. Ərzaq bazarında rəqabət mühitinin inkişaf meyilləri daxili və dünya bazarlarında uzunmüddətli rəqabət üstünlüklərinin formalaşmasına imkan verməklə müəssisələrin mövcud daxili potensialı tam şəkildə reallaşdırmasına zəmin yaradır.

Mövzunun aktuallığı. Müasir iqtisadi inkişafın rəngarəngliyi, beynəlxalq iqtisadi inteqrasiyanın dərinləşdiyi, cəmiyyətin iqtisadi sisteminin təkmilləşdirildiyi bir şəraitdə iqtisadiyyatın bütün sahələrində, o cümlədən aqrar sahədə rəqabət qabiliyyətli kənd təsərrüfatı məhsulları istehsal etmək iqtisadi subyektlərin inkişafının əsas amili olmaqla hər bir dövlətin qarşısında duran basılıca vəzifədir.

Bütün bunlar bazar münasibətlərinin təkmilləşməsinə təkan verərək, elmi-texniki tərəqqi meyillərinin genişlənməsi və artmasında əks olunur. Rəqabət qabiliyyətlilik iqtisadiyyatın ayrı-ayrı sahələrində, o cümlədən kənd təsərrüfatında müxtəlif istehsal texnologiyaları və idarəetmə metodlarının təkmilləşməsinə də mühüm təsir göstərir.

Respublikamızda ardıcıl olaraq aparılan aqrar iqtisadi islahatlar aqrar sahibkarlığın sürətli və dayanıqlı inkişafına şərait yaratmaqla, ərzaq təhlükəsizliyinin daha da gücləndirilməsini təmin edən, ixrac potensialının artırılmasına və kənd yerlərində rifahın yüksəldilməsinə töhfə verən rəqabətqabiliyyətli kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı və emalı sənayesinin formalaşdırılmasına səbəb olmuşdur. Rəqabət qabiliyyətli aqrar istehsalın formalaşması və inkişafı əsasən intensiv amillərdən səmərəli istifadə edilməklə həyata keçirilmişdir.

Tədqiqatın məqsədi.Bazar iqtisadiyyatı şəraitində kənd təsərrüfatında rəqabət qabiliyyətli məhsul istehsalının zəruriliyini əsaslandırmaq və onu təmin edən amilləri tədqiq etmək.

Tədqiqatın obyekti.Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalını həyata keçirən sahibkarlıq qurumları.

Tədqiqatın metodları. Tədqiqat zamanı müşahidə, müqayisəli təhlil, məntiqi ümumiləşdirmə, məqsədli sistemli yanaşma, qruplaşdırma və digər üsullardan istifadə olunmuşdur.

MATERİALLAR VƏ MÜZAKİRƏLƏR

Rəqabətin mahiyyəti və ona dair nəzəri baxışlar. Rəqabət qabiliyyətlilik əmtə və xidmətlərin alıcılar tərəfindən axtarıldığı yerdə və formada, digər potensial tədarükçülərin qiymətləri qədər və ya onlardan daha yaxşı qiymətlərlə, ən azı fürsət dəyərini qazanmaqla təmin etmək qabiliyyətinin göstəricisidir. Rəqabət bazar əlaqələrinə cəlb olunmuş bazanın iştirakçıları arasında xüsusi formada təzahür edən münasibətləri ifadə edir. Rəqabət bir tərəfdən istehsalın kifayət dərəcədə çevik olmasında istehsalçıları stimullaşdırır, digər tərəfdən bu iqtisadi mübarizəyə tab gətirməyənlərin iflasa uğramasına səbəb olur. Rəqabət bazar subyektləri arasında əmtə və xidmətlər istehsal etməklə daha çox mənfəət əldə etmək uğrunda mübarizədir. Məhsulun rəqabət qabiliyyəti bazar səviyyəsində və ya konkret təsərrüfat üzrə qiymətləndirilə bilər.

Klassik burjua siyasi iqtisadın nümayəndəsi A.Smitə görə rəqabət satıcıların uzunmüddətli perspektivdə bazarda nəzarəti bərqərar etmək üçün bir-biri ilə əlaqəli cəhdlərinin məcmusudur. Buna görə də rəqabət yeni qüvvəyə reaksiya prosesi və yeni tarazlığa nail olmaq yoludur, onun mahiyyəti rəqiblərin nisbi üstünlüklər uğrunda mübarizəsidir. Rəqabətin əsas üsulu qiymətlərin dəyişməsidir [2 s. 28]. O, azad rəqabət üçün müəyyən şərtlərin olmasını: rəqiblərin müstəqil hərəkət etməlidirlər, potensial rəqiblərin sayı olmasını, iqtisadi vahidlərin bazar haqqında informasiyaya malik olmasını, fəaliyyət azadlığı təmin edilməsini və s. vacib hesab edir.

Beynəlxalq səviyyədə iqtisadiyyatın xarici rəqabət qabiliyyəti, uzunmüddətli perspektivdə əlavə dəyər əldə etmək üçün əlverişli olan sosial və elmi mühiti formalaşdırmaq qabiliyyəti kimi qiymətləndirilə bilər [4, s. 67]. Rəqabət qabiliyyətlilik dedikdə firmanın rəqabətlə üzləşmək və rəqabətlə üzləşərkən uğur qazanmaq və bazarda istehlakçı tələblərinə cavab verən məhsulları satmaqla mənfəəti təmin etmək qabiliyyətidir. [3, s.43]. Freebairnə (1986) görə rəqabət qabiliyyətlilik mal və xidmətlərin alıcılar tərəfindən axtarıldığı yerdə və formada, digər potensial təchizatçıların qiymətləri qədər yaxşı və ya daha yaxşı qiymətlərlə təmin etmək qabiliyyətinin göstəricisidir və rəqabətqabiliyyətlilik ən azı istifadə olunan resursların gəlirlərinin imkan dəyərini qazanmaqdır [5, s.102].

Rəqabətlik istehsalçı səviyyəsi düzgün mövqedə, uzunmüddətli yaşayış və iqtisadi cəhətdən dayanıqlı inkişafda özünü göstərir [2, s. 26].

Neoklassik məktəbin nümayəndəsi ingilis iqtisadçısı A.Marşall rəqabəti qıt iqtisadi əmtəələr və təbii ki, istehlakçının pulu uğrunda mübarizə ilə əlaqələndirirdi. Marşall yazırdı ki, azad rəqabət tələb və təklif qüvvələrinin sərbəst hərəkət etdiyi, hər iki tərəfdən tacirlərin möhkəm birliyinin olmadığı, hər birinin müstəqil fəaliyyət göstərdiyi, azad rəqabətin geniş şəkildə inkişaf etdiyi şəraitdə baş verməlidir. Azad rəqabət A.Marşall tərəfindən optimal əmək bölgüsünə aparın, iqtisadiyyatın səmərəliliyini təmin edən təşkilatlanma yolu kimi şərh olunur [1, s. 92].

Yozef Şumpeter deyirdi ki, hər halda iqtisadi artım nöqtəyi- nəzərindən rəqabət köhnə ilə yeninin: yeni əmtəələr, yeni texnologiyalar, tələbatların ödənilməsinin yeni mənbələri, işin təşkilinin yeni növlərinin - rəqabətidir.

M.Y.Porterin rəqabətin beş qüvvəsi modelik adlı nəzəriyyəsində beş rəqabət qüvvəsi fərqləndirilir: biri-biri ilə bəhsləşən satıcılar arasında rəqabət; əvəzləyici olan və qiymət cəhətdən rəqabət qabiliyyətli əmtəələr tərəfdən rəqabət; yeni rəqiblərin meydana gəlməsi təhlükəsi; təchizatçıların iqtisadi irakanları və ticarət qabiliyyətləri; alıcıların iqtisadi imkanları və ticarət qabiliyyətləri

Rəqabət qabiliyyəti daxili və xarici bazarlarda müqayisəli üstünlüklərə malik olan sahələrdə istehsalla məşğul olan və mövcud resursları səmərəli şəkildə bölüşdürməklə normal gəlir əldə edə bilən kənd təsərrüfatı müəssisələrinin həyat qabiliyyətlidir. Deməli, bazarda müəyyən qədər əlavə mənfəət əldə edə bilən kənd təsərrüfatı müəssisələri rəqabət qabiliyyətlidir.

Kənd təsərrüfatında rəqabət qabiliyyətliliyin qiymətləndirilməsi istiqamətləri Məhdud resurslardan səmərəli istifadə digər sahələrdə olduğu kimi aqrar sferada da rəqabət qabiliyyətinin formalaşmasının əsas hissəsidir və istehsal sahələrinin bazarda lider mövqeyini təmin edir. Kənd təsərrüfatı məhsullarının rəqabət qabiliyyətliliyi bazar tələbini və satışın səviyyəsini müəyyən edən bir sıra göstəricilərin mövcudluğunu nəzərdə tutur. Rəqabət qabiliyyətini qiymətləndirərkən uyğun alətlərin seçilməsi anlayışı inkişaf etdirilməlidir. Bununla əlaqədar aşağıdakı məsələlərin nəzərə alınmasına xüsusi diqqət yetirilməsi vacibdir:

- rəqabət qabiliyyətinin qiymətləndirilməsi ilə əlaqədar müxtəlif sayda obyektin olması;

- kənd təsərrüfatı məhsulları ticarətində ixrac-idxal məhdudiyyətlərinin nəzərə alınmasının zəruriliyi;

- keyfiyyətli və müqayisə edilə bilən məlumatların mövcudluğu.

Ərzaq bazarının rəqabət qabiliyyətliliyinin araşdırılmasında bir sıra amillərdən və digər bazarlarla müqayisədə dövlət tənzimlənməsinin artırılmasından qaynaqlanan xüsusiyyətlərin nəzərə alınması xüsusi əhəmiyyət kəsb edir: yüksək qiymət elastikliyinə malik məhsullara qeyri-elastik tələb; investisiya səviyyəsi aşağı olan sahələrdə maddi-texniki bazanın zəif inkişafı və əksinə; infrastrukturun inkişafı üçün kifayət qədər maliyyə resursuna tələb; xarici texniki və iqtisadi dəyişikliklərə uyğunlaşma səviyyəsi və s. Qeyd etmək lazımdır ki, əsas kapitalla yönəldilən investisiyalarda kənd təsərrüfatının payı 2023-cü ildə 2,7% olmuşdur.

İqtisadi ədəbiyyatda kənd təsərrüfatı məhsullarının rəqabət üstünlüklərini təmin etmək üçün əsasən aşağıdakı amillər önə çəkilir: ixtisaslı işçi qüvvəsi, resursların mövcudluğu, inkişaf etmiş infrastruktur və logistika şəbəkəsi, bazarın təbiəti, tələb, müasir texnologiyaların mövcudluğu, korporativ idarəetmənin keyfiyyəti, rəqabətin intensivliyi [7, s.73]. 2023-cü ildə ölkədə mövcud olan 5249,9 min nəfər işçi qüvvəsindən 4963,3 min nəfəri məşğul əhalidir ki, onun da 1777,4 min nəfəri (35,8) kənd təsərrüfatı, meşə və balıqçılıqla məşğul olur.

Araşdırmalara göstərir ki, rəqabət qabiliyyətli kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına qiymətlərin və xarici ticarətin sərbəstləşdirilməsi ilə bağlı yaranan müəyyən şərtlər təsir edir. Bu, ilk növbədə kənd təsərrüfatı məhsulları və kənd təsərrüfatında istehlak olunan sənaye məhsullarının qiymətlərindəki tarazılıqla bağlıdır. Həmçinin kənd təsərrüfatı xammalı və ərzaq bazarında məhsullarının həcmində artması kənd təsərrüfatı istehsalına dövlət dəstəyini, bazar mexanizminin səmərəliliyinin artırılmasını tələb edir.

Qeyd etmək lazımdır ki, təbii-iqlim və resurs şərtləri baxımından müqayisəli üstünlüklərin olmasına baxmayaraq, hazırda yerli kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalının rəqabət üstünlükləri kifayət səviyyədə deyil. Bu isə yerli məhsulların idxal məhsulları ilə müqayisədə rəqabət imkanlarını məhdudlaşdırır və idxaldan asılılığı şərtləndirir. Onu qeyd etmək vacibdir ki, 2023-cü ildə ölkədə idxal ixracı diri heyvanlar və heyvan mənşəli məhsullar üzrə 397734,4 min ABŞ dolları, bitki mənşəli məhsullar üzrə 87111,5 min ABŞ dolları, heyvan və bitki mənşəli piylər və yağlar üzrə 161946,5 min ABŞ dolları, hazır ərzaq məhsulları, alkoqollu və ya alkoqolsuz içkilər, sirkə, tütün və onun əvəzediciləri üzrə 965388,7 min ABŞ dolları üstələmişdir [1, s.574].

Göstərmək lazımdır ki, rəqabət qabiliyyətli aqrar istehsalın ekoloji təmiz məhsulların hesabına formalaşması xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Belə ki, kənd təsərrüfatı məhsulları üzrə genetik dəyişikliklərin aparılması dünyada ciddi narahatlıqla qarşılır. Bu sahədə insan sağlamlığına təhlükə yaradan texnologiyalardan, kimyəvi pereparatlardan, geni dəyişdirilən sort və cinslərdən istifadə olunması əhalinin etibarlı ərzaq təminatına təhlükə yaradır. Əslində ərzaq bazarının rəqabət qabiliyyəti və onun davamlılığı ölkənin ərzaq təhlükəsizliyini təmin etmək üçün əsasdır. Bu baxımdan bazarın fəaliyyətinin səmərəliliyi müvafiq tənzimləmə mexanizmləri ilə müəyyən edilir. Beləliklə, kənd təsərrüfatı məhsullarının rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması aqrar ərzaq bazarının fəaliyyətinin əhəmiyyətli bir elementidir və dövlətin iqtisadi təhlükəsizliyini möhkəmləndirməyə xidmət etdiyi üçün aqrar siyasətin prioritet istiqamətlərindən biri kimi çıxış edir.

Kənd təsərrüfatı məhsullarının rəqabət qabiliyyətliliyinin artırılmasında resurslardan səmərəli istifadə strategiyası. Araşdırmalara əsaslanaraq qeyd etmək olar ki, kənd təsərrüfatı məhsullarının rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün, resursların səmərəli istifadəsi və yeniliklərin tətbiqi strategiyasını tətbiq etmək ən zəruri tədbirlər kimi özünü göstərir. Resurslardan səmərəli istifadə strategiyası istehsal prosesində resurslara qənaəti təmin edən texnologiyaların payının artmasını, resurslardan istifadənin yaxşılaşdırılmasını, optimallaşdırılmasını və stimullaşdırılması metodlarının inkişafını nəzərdə tutur ki, bu da mövcud olan bütün imkanlarından daha səmərəli istifadə etməyə imkan verir.

Göstərilənlərdən məlum olur ki, yerli kənd təsərrüfatı məhsullarının rəqabət qabiliyyətinin formalaşması innovativ yanaşmaya əsaslanmalı və aşağıdakı strategiyalara söykənməlidir:

- yeni texnologiyaların inkişafı, istehsalın və əməyin təşkilinin müasir metodlarının köməyi ilə məhsulların maya dəyərinin aşağı salınması;
- məhsulların qiymətlərinin tənzimlənməsi;
- ərzaq bazarının tələbindən asılı olaraq məhsul istehsalı həcmının tənzimlənməsi;
- məhsulların keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması;
- yeni satış bazarının inkişafı, istehlakçılara göstərilən xidmətin keyfiyyətinin yüksəldilməsi.

İnnovasiyalardan istifadə torpağın keyfiyyətini artırmaq, məhsuldarlığı artırmaq, məhsulun keyfiyyətini yaxşılaşdırmaq, enerji istehlakını azaltmaq, əmək və maddi xərclərə qənaət, təbii mühitin deqradasiya proseslərini aradan qaldırmaq istehsal həcmının artırılmasına yönəldilir. Göstərilənləri nəzərə alaraq innovasiya tətbiqini stimullaşdırmaq üçün aşağıdakı tədbirlərin həyata keçirilməsi vacibdir:

- yeni texnologiyaların istehsalını həyata keçirən istehsalçılara vergi güzəştlərinin tətbiqi;
- yeniliklər, eləcə də mövcud nəticələr və təcrübədən istifadə imkanları barədə informasiya əldə etməyə imkan verən məlumat sisteminin formalaşdırılması;
- yeniliklərin inkişafı və tətbiqini təşviq edən investisiya və innovasiya fondunun yaradılması.

Rəqabət qabiliyyətli məhsulların istehsalını təmin edən tədbirlər. Beynəlxalq təcrübədə rəqabət qabiliyyətli məhsul istehsalı və istehsalın təhlükəsizliyi üçün dövlət səviyyəsində aşağıdakı tədbirlər görülməsi məqbul hesab edilir: standartlaşdırma, sertifikatlaşdırma və fitosanitar qaydaların həyata keçirilməsinə dair qanunvericilik bazasının formalaşdırılması; daxili məhsulların növlərə görə fərqlənən tariflərinin artmasına və rüsumların saxlanılmasına əsaslanan daxili bazarın qorunması üçün effektiv gömrük və tarif mexanizminin yaradılması; ümumi daxili məhsulun formalaşmasına verdiyi töhfəni nəzərə alaraq aqrar sahənin büdcə maliyyələşdirilməsinin artırılması; ixrac subsidiyalarının səviyyəsinin artırılması; güzəştli vergilər və kreditlərin tətbiqi. Son illərdə aqrar sahədə aparılan islahatların ən böyük töhfələrindən biri də istehsal vasitələrinin əldə olunmasına tətbiq olunan güzəştlərdir. Bue ki, bir sıra texnika və texnoloji avadanlıqların ölkəyə idxalı rüsumdan azad edilmiş, satışı subsidiyalaşdırılmışdır. Məsələn, fermer tərəfindən texnikanın ilkin dəyərinin 20% ödənildikdə, büdcə vəsaiti hesabına idxal dəyərinin 40 faizi həcmində güzəşt edilir. Hazırda ölkəyə idxal edilən, həmçinin yerli damazlıq təsərrüfatlardan satılan cins damazlıq heyvanların qiymətinin 60 faizi dövlət büdcəsi hesabına subsidiyalaşdırılır. Son illərdə aqrar sahədə innovativ texnologiyaların tətbiqinin genişləndirilməsi istiqamətində mühüm irəliləyişlər əldə edilmişdir. [8, s.2].

Əməyin təşkili səviyyəsinin aşağı olması kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçılarının rəqabət qabiliyyətinin təmin edilməsi problemini müstəqil həll etmək imkanlarını məhdudlaşdırır. Müəssisələrin inteqrasiya olunmuş strukturlar şəklində əməkdaşlıq prinsipləri üzərində fəaliyyəti, mövcud potensiallarından rəqabətə davamlı istehsalın inkişafı üçün birgə istifadə etmələri məhsuldar qüvvələrin və istehsal vasitələrinin rəqabət bölgüsü üçün əlverişli şərait yaradır. İnteqrasiya prosesi və əlaqələrin genişlənməsi, hər bir inteqrasiya olunmuş subyektin inkişafı üçün bərabər iqtisadi fürsət yaradır və iqtisadi fəaliyyətlərin könüllü şəkildə həyata keçirilməsi tələb edir. İnteqrasiyalı fəaliyyət, kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçılarının azad fəaliyyətini və rəqabət imkanlarını məhdudlaşdırmamalı, iqtisadi müstəqilliklərini azaltmamalı, bərabər əməkdaşlıq üçün şərait yaratmalıdır.

Aqromarketing fəaliyyətinin təkilinin kənd təsərrüfatı məhsullarının rəqabət qabiliyyətliliyində əhəmiyyəti.

Hazırda aqrar-sənaye müəssisələrinin fəaliyyətində marketing, rəqabət üstünlüklərinə nail olmaq üçün səmərəli idarəetmənin əsası olaraq getdikcə daha çox əhəmiyyət kəsb edir. Marketing menecmentinin köməyi ilə istehlakçıların istəklərini və istehsalçıların maraqlarını nəzərə alaraq məhsul çeşidini inkişaf etdirmək, qiymət siyasətini həyata keçirmək və məhsulları tanımaq mümkündür. Bu səbəbdən aqrar-sənaye sferasında marketingin idarə olunması problemi həm nəzəri, həm də praktik baxımdan aktualdır. Marketing fəaliyyətinin təşkili əsasən aşağıdakı vəzifələri həll etmək üçün nəzərdə tutulur:

- kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsal həcmi bərpa etmək;
- əhalinin ən mühüm ərzaq məhsullarına tələbatının (kəmiyyət, keyfiyyət və istehlak xüsusiyyətləri baxımından) və istehlak məhsullarının istehsalı üçün xammala olan ehtiyacların maksimum ödənilməsi;
- aqrar-sənaye sferasında sahələrarası mübadilənin səmərəli şəkildə həyata keçirilməsi;
- ərzaq məhsullarının daha əlverişli daxili və xarici bazarlara çıxışının təmin edilməsi.

Qeyd edilənlər baxımından marketing idarəetmə sisteminin inkişafı kənd təsərrüfatında istehsal olunan məhsulların satışının əsas səviyyələrini əhatə etməli, ərzaq bazarının fəaliyyətinin ərazi və sahə prinsipləri əsasında səmərəliliyini təmin etməlidir. Marketing fəaliyyətinin ilkin səviyyəsi, müəssisələr tərəfindən təmsil oluna bilər. Bu, həm ixtisaslaşma sahələri, istehsal həcmi, müstəqillik dərəcəsi, həm də mülkiyyət formaları və məhsulların reallaşdırılması qabiliyyətləri ilə fərqlənən böyük bir müəssisələr qrupunu əhatə edən marketing fəaliyyətindəki əsas əlaqədir.

Marketing xidmətinin təşki sxemləri və prinsipləri kənd təsərrüfatı sahələrinin xüsusiyyətlərindən asılı olaraq formalaşdırılır. Göstərilənləri nəzərə alaraq aqrar müəssisələrdə marketing xidmətlərinin formalaşması ilə bağlı aşağıdakı mərhələləri ayırmaq mümkündür:

- müvafiq marketing funksiyalarının və fərdi marketing tapşırıqlarının hazırlanması;
- marketing funksiyalarının həyata keçirilməsi ilə məşğul olan peşəkar qrupların yaradılması;
- istehsal və satış funksiyasının aktivləşdirilməsi və marketing fəaliyyətinin gücləndirilməsi;
- müstəqil marketing şöbəsinin funksional şöbələrinin inkişafı.

Marketing fəaliyyəti marketingin idarə olunmasının ikinci səviyyəsidir. Aqrar-sənaye sferası müəssisələrinin bu səviyyədə idarə olunmasında marketingin spesifikliyi ondadır ki, kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçıları istehsalla yanaşı satışın təşkilində də bir sıra problemlərlə qarşılaşır. Ona görə marketing fəaliyyətinin təşkilində başlıca məqsəd mövcud və potensial tələbin, bazar şərtlərinin öyrənilməsi və proqnozlaşdırılması əsasında kənd təsərrüfatı istehsalının səmərəli inkişafını təmin etməkdir. Beləliklə, aqrar sahədə marketing fəaliyyətinin təşkili ilk növbədə aşağıdakı istiqamətləri əhatə edir:

- kənd təsərrüfatı məhsullarının səmərəli satışı üçün yerli istehsalçıların səylərinin koordinasiyası;
- kənd təsərrüfatı məhsullarının satışı üçün effektiv bazar sisteminin müəyyən edilməsi;
- əhalinin ərzaq məhsullarına, qida istehsalı müəssisələrinin xammala olan tələbatlarının daha dolğun şəkildə ödənilməsi;

- marketing sahəsində kənd təsərrüfatı istehsalçılara metodiki və praktik yardımın göstərilməsi.

Marketing fəaliyyətinin təşkilinin növbəti səviyyəsi aşağıdakı vəzifələrlə təmsil oluna bilər: dövlət qurumlarının tərkibində elmi və metodiki marketing mərkəzinin təşkili; ixtisaslaşmış məhsulların istehsalı və satışı üçün respublika miqyaslı strukturların yaradılması və s. Ərzaq məhsullarının istehsalı və satışı üçün nəzərdə tutulan belə təşkilati strukturlar müəyyən məhsul növlərinə ehtiyacları ödəmək məqsədinin vəhdəti ilə birləşən subyektlər sistemidir. Təbii ki, burada yerli və xarici bazarların tələblərinə uyğun kəmiyyət, keyfiyyət, rəqabət üstünlükləri və çeşidləri baxımından istehsal və satışın həyata keçirilməsi nəzərdə tutulur.

Aqrar sahədə marketing sisteminin uğurlu fəaliyyəti üçün əvəzəlməz şərt, əməliyyat məlumat mübadiləsinin təmin edəcək vahid informasiya məkanının yaradılmasıdır. Vahid informasiya məkanı yaratmaq üçün tələb olunan ilkin məlumatların toplanması marketing mütəxəsssləri tərəfindən həyata keçirilir. Bu prosesdə kənd təsərrüfatında, emal müəssisələrində, topdan və pərakəndə ticarət müəssisələrində, bazarlarda toplanan məlumatlar proqram təminatı ilə emal üçün sistenləşdirilir, mütəxəssslər tərəfindən işlənir və marketing mərkəzinə ötürülür.

Beləliklə, bazar iqtisadiyyatının formalaşması kənd təsərrüfatı istehsalçıları tərəfindən məhsul satışının ən səmərəli kanallarını və formalarını seçmələrini, eyni zamanda məhsullarının istehlakçılara təşviq etmələrini tələb edir. Bu işə kənd təsərrüfatı məhsullarının rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması ilə bilavasitə bağlıdır və istehsalçılara yalnız əhalinin ehtiyaclarını ödəmək üçün deyil, həm də istehsalın genişləndirilməsi üçün ehtiyatlar yaratmağa imkan verir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi. Tədqiqat nəticəsində aqrar sahə müəssisələrinin və aqrar-ərzaq məhsullarının rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsinin zəruriliyi və onu təmin edən amillər müəyyən edilmişdir.

Tədqiqatın tətbiqi əhəmiyyəti. Tədqiqatın nəticələrindən aqrar sahədə sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan iqtisadi subyektlər tərəfindən kənd təsərrüfatında istehsal etdikləri məhsulların rəqabət qabiliyyətliliyinin yüksəldilməsində istifadə edilə bilər.

Tədqiqat işinin iqtisadi səmərəsi. Alınmış nəticələrdən, irəli sürülmüş təklif və tövsiyələrdən gələcəkdə kənd təsərrüfatında istehsal etdikləri məhsulların rəqabət qabiliyyətliliyini yüksəltməklə sahibkarlığın daha səmərəli inkişaf etdirilməsində istifadə edilə bilər.

Nəticə. Kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalında yüksək rəqabət qabiliyyətliliyi təmin etmək üçün, funksional vəzifələrin bölüşdürülməsinə və bütün strukturlar arasında qarşılıqlı faydalı iqtisadi əlaqələrin təşkilinə xüsusi diqqət yetirilməsi vacibdir. Bu istiqamətdə aşağıdakı məsələlərin icrası zəruridir: beynəlxalq standartların tələblərinə cavab verən yüksək keyfiyyətli xammal istehsalının həyata keçirilməsi, rəqabət qabiliyyətli istehsalda məhsuldarlığın artması, xərclərin azaldılması, keyfiyyətin yaxşılaşdırılması və s. Göstərilənlər baxımından prioritet sahələr bunlardır: istehsalın yenidən qurulması və texniki yenilənməsi, innovasiyaların tətbiqi və enerjiyə qənaət edən texnologiyaların inkişafı.

Qeyd edilənlərdən məlum olur ki, kənd təsərrüfatında yüksək rəqabətqabiliyyətli məhsullar istehsalının formalaşması üçün vahid bir mexanizmin formalaşdırılması vacibdir. Bu yolla bütün idarəetmə səviyyələrini əhatə etməklə maliyyə, maddi, əmək ehtiyatlarının və məhsulların səmərəli satış sisteminin konsentrasiyasını təmin etmək mümkündür.

ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycanın statistik göstəriciləri. Bakı-2024.
2. Bernuès, A.; Rodriguez Ortega, T.; Alfnes, F.; Clemetsen, M.; Eik, L.O. Quantifying the multifunctionality of fjord and mountain agriculture by means of sociocultural and economic valuation of ecosystem services. *Land Use Policy* 2015, 48, 170–178.
- 3.[10, s.43]. Banse, M., Gorton, M., Hartell, J., Hughes, G., Köckler, J., Möllman, T. and Munch, W. (1999), 'The Evolution of Competitiveness in Hungarian Agriculture: from Transition to Accession',

paper presented *the IXth European congress of Agricultural Economists*, Warsaw, Poland, 24th-28th August.

4. Renting, H.; Rossing, W.A.H.; Groot, J.C.J.; Van der Ploeg, J.D.; Laurent, C.; Perraud, D.; Stobbelaar, D.J.van Ittersum, M.K. Exploring multifunctional agriculture. A review of conceptual approaches and prospects for an integrative transitional framework. *J. Environ. Manag.* 2009, 90, 112–123

5. Köckler, J. AND Quiring, A. (1997), *Perspektiven der agrarsektoralen Entwicklungen in den MOE Staaten; Notwendigkeit eines differenzierten Analyseansatzes*. Paper presented at the Seminar on Achtunddreißigste Jahrestagung der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e. V., Land - und Ernährungswirtschaft in einer erweiterten EU, Freising Weihenstephan, 6-8th October

6. Avdasheva S. B., Shastitko A. E., Kalmychkova E. N. Antiinhişar siyasətinin iqtisadi əsasları: dünya təcrübəsi kontekstində Rusiya təcrübəsi // Ali İqtisadiyyat Məktəbi İqtisadiyyat Jurnalı .2007. V. 11, No 1. S. 89–123.

7. Зверев А.Ф. Формирование и развитие продовольственного рынка с учетом агрозоны специфичности региона: монография / А.Ф. Зверев, А.Д. Громов. – Иркутск: ИрГСХА, - 2007. – 141 с.

8. <https://xalqgazeti.az/az/iqtisadiyyat/146525-azerbaycanda-kend-teserrufati-sahesinin-inkisaf>
Azərbaycanda kənd təsərrüfatı sahəsinin inkişaf tempi dünya üzrə orta göstəricidən yüksəkdir

УДК 330.13.6

НЕОБХОДИМОСТЬ КОНКУРЕНТНОСТЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ И ФАКТОРЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ ЕЕ

¹Якуб Фейзулла оглы Алифов, ²Вусал Ягуб оглы Алифов

³Фарид Шакир оглы Велиев

Азербайджанский Государственный Аграрный Университет

¹yaqubalifov @ gmail.com, ²alifovvusal @ gmail.com,

³ferid.veliev.89@mail.ru

Резюме. Производство конкурентоспособной сельскохозяйственной продукции внутри страны и на мировом рынке является основной задачей каждого государства. Таким образом, производство конкурентоспособной сельскохозяйственной продукции приводит к повышению качества продукции, снижению затрат на производство продукции с использованием современной техники и технологий. В статье изучено современное состояние производства с учетом экономических возможностей развития сельского хозяйства нашей республики. В статье рассмотрены сущность конкуренции и ее теоретические взгляды, направления оценки конкурентоспособности в сельском хозяйстве, значение формирования конкурентоспособного сельскохозяйственного производства за счет экологически чистой продукции, стратегия эффективного использования ресурсов в повышении конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции. важно реализовать его на государственном уровне для производства конкурентоспособной продукции и обеспечения безопасности производства, исследовано значение агромаркетинга в производстве конкурентоспособной продукции и т.д. По итогам исследования были сделаны предложения по производству конкурентоспособной сельскохозяйственной продукции.

Ключевые слова: инфраструктура, ценовая эластичность, рыночный спрос, логистическая сеть, ресурс, экспорт.

UDC 330.13.6

THE NECESSITY OF COMPETITIVE AGRICULTURAL PRODUCTION AND FACTORS THAT ENSURE IT¹Yaqub Feyzulla oğlu Alifov, ²Vusal Yaqub oğlu Alifov³Farid Shakir oğlu Veliyev

Azerbaijan State Agrarian University

¹yaqubalifov @ qmail.com , ²alifovvusal @ qmail.com,[³ferid.veliyev.89@mail.ru](mailto:ferid.veliyev.89@mail.ru)

*Summary.*The production of competitive agricultural products within the country and in the world market is a basilica task facing every state. Thus, the production of competitive agricultural products leads to an increase in the quality of products, a decrease in the costs incurred for product production by using modern techniques and technologies. The article examines the current state of production in our republic, taking into account the economic opportunities for the development of agriculture. The article examines the nature of competition and theoretical views on it, the directions of assessing competitiveness in agriculture, the importance of forming competitive agricultural production at the expense of ecologically clean products, the strategy of efficient use of resources in increasing the competitiveness of agricultural products, measures that must be implemented at the state level for the production of competitive products and the safety of production, the importance of agromarketing in the production of competitive products, etc. At the end of the study, proposals are put forward regarding the production of competitive agricultural products.

Key words: infrastructure, price elasticity, market demand, logistics network, resource, export.

Redaksiyaya daxilolma: 25.10.2024

Çapa qəbul olunma: 15.04.2025



UOT 330.13.6

DOI 10.30546/JIECM.2025.1.034

YÜNGÜL SƏNAYEDƏ İNNOVASIYA MARKETİNQİNİN MAHIYYƏTİ VƏ ƏHƏMİYYƏTİ

¹Fazil Cəmil oğlu Kərimov, ²Uğur Səbuhi oğlu Süleymanov

¹Azərbaycan Texnologiya Universiteti

²Şəki Regional Elm Mərkəzi

f.kerimov@atu.edu.az

***Xülasə.**İnnovasiyalı məhsullar bazarlarında rəqabətin kəskinləşməsi, rəqabətli mövqeləşdirmənin üstün bir amilə çevrilməsi innovasiya fəaliyyətində və eləcə də yüngül sənayedə innovasiyalı məhsullar bazarında marketing konsepsiyasından istifadəni, marketing prinsiplərinin tətbiqini zəruri etmişdir.*

İnnovasiya marketingi innovasiya bazarında fəaliyyət göstərən yüngül sənayenin alt bölmələrinə aid olan müəssisənin marketing fəaliyyətini özündə birləşdirir.

İnnovasiya marketingi həmçinin bazar üçün yeni məhsulun yaradılmasını və kommersializasiyasını nəzərdə tutur.

Məqalədə innovasiya marketinginin mahiyyəti, yüngül sənayenin fəaliyyət sahələrində innovasiya marketinginin tətbiqinin zəruriliyi qeyd olunmuşdur. Yüngül sənayedə istehsal texnologiyasını təkmilləşdirmək və rəqabətqabiliyyətli məhsul yaratmaq məqsədilə daima innovasiyaya meyilli olmağın vacibliyi mövzuda vurğulanmışdır.

***Açar sözlər:** rəqabət, mövqeləşdirmə, marketing-miks, məhsul konsepsiyası, investisiya*

Müasir dövrdə, bazar iqtisadiyyatı münasibətləri şəraitində innovasiyalı məhsullara olan tələbatın təmin edilməsi uğrunda milli iqtisadiyyatın ayrı-ayrı sektorları arasında rəqabət mübarizəsi kəskinləşir. Bu mübarizə əyani şəkildə ölkəmizdə yüngül sənaye sahəsində də özünü göstərir.

Azərbaycanın yüngül sənayesinə xas olan mühüm cəhət - təsərrüfat vəsaitlərinin sürətli dövriyyəsi, sahənin məhsullarına dəyişilməz tələbat, istehsalın dinamik surətdə genişlənməsi, avadanlığın və texnologiyaların operativ yenilənməsidir. Bütün bu amillər yüngül sənayedə innovasiyalı məhsulların yaradılması üçün əsasdır. [1,s.110]

Marketing yenilik, innovasiyalı bir məhsula və xidmətə müsbət təsir göstərən, yeni ideyaları özündə formalaşdıran bir fəaliyyətdir. İnnovasiyalı məhsullar bazarında ənənəvi marketing konsepsiyasından istifadə, marketing – miks çərçivəsində kompleks tədbirlərin həyata keçirilməsini nəzərdə tutur. Belə tədbirlər kompleksi innovasiya məhsulunun realizasiyası məqsədilə qiymət, məhsul siyasəti, səmərəli bölgü və satış kanallarının yaradılması, aktiv stimullaşdırma tədbirlərinin həyata keçirilməsini nəzərdə tutur. [2,s.95]

İnnovasiya marketinginin məqsədi, müəssisənin fəaliyyətində rəqabətqabiliyyətliliyin yüksəldilməsi məqsədilə innovasiya strategiyalarının formalaşmasını və realizasiyasını müəyyənləşdirməkdir. İnnovasiya marketingi yüngül sənayenin bütün fəaliyyət sahələrində yaradıcı yanaşma tətbiq olunmasını nəzərdə tutur, müəssisənin istehsal texnologiyasını təkmilləşdirmək və rəqabətqabiliyyətli məhsul yaratmaq məqsədilə daima yeni ideyaların axtarışına, onların istehsala tətbiqinə istiqamətləndirir.

Yüngül sənayedə innovasiya fəaliyyətində müasir marketing yanaşmaları strateji xarakterə malikdirlər. Bununla əlaqədar innovasiya marketinginin ikili xarakterini qeyd etmək vacibdir. Birinci halda, innovasiya marketingi innovasiyalı məhsullar bazarlarında fəaliyyət göstərən yüngül sənaye müəssisələrinin innovasiya ilə bağlı marketing fəaliyyətini özündə əks etdirir, və daha çox strateji xarakter daşıyır. Bu marketing fəaliyyəti daha geniş miqyası əhatə etməklə, innovasiyalı məhsulun

bazara irəlilədilməsi ilə yanaşı, bazarın tələblərinə uyğun olaraq innovasiyanın yaradılması prosesinin idarəedilməsi ilə də əlaqədardır və eyni zamanda, marketing – MİKS-dən istifadə etməklə innovasiya prosesinin həyata keçirilməsinin taktikasının və strategiyalarının hazırlanmasında iştirakı da nəzərdə tutur. İkinci halda isə, innovasiya marketingi innovasiya bazarında fəaliyyət göstərən innovasiya müəssisəsinin marketing fəaliyyətini özündə birləşdirir, bazar üçün yeni məhsul, yeni texnologiya, yeni idarəetmə sistemlərinin, bir sözlə innovasiyanın yaradılmasını və kommersializasiyasını nəzərdə tutur. [3,s.143]

Hal-hazırda Azərbaycanda yüngül sənaye sahələrinin yenidən təşkil edilməsi nəticəsində məhsul istehsalının həcminin və keyfiyyətinin artımı, innovasiyalı məhsulların bazara çıxarılması prosesinin artması müşahidə olunur. Xammal emalı, toxuculuq və tikiş, dəri və dəridən olan məmulatlar istehsalı sahələrində vəziyyət daha da yaxşılaşmışdır. Respublikada dəri, dəridən olan məmulatlar və ayaqqabı istehsalında mühüm irəliləyişlər olmuşdur, bu imkanlardan daha səmərəli istifadə edilməlidir.

Hazırda xalçaçılıq sahəsində respublikanın şəhər və rayonlarında onlarca müəssisə və sexlər fəaliyyət göstərir. Perspektivdə bu sahənin xammal bazasının möhkəmləndirilməsi, istehsal-texniki səviyyəsinin artırılması, xalçaların keyfiyyətinin və rəqabətqabiliyyətinin yüksəldilməsi, innovasiyalı məhsulların artması istiqamətində tədbirlər görülür.

Yüngül sənayedə innovasiya məhsullar üzrə marketing sisteminin formalaşması bir sıra marketing tədbirlərinin həyata keçirilməsini nəzərdə tutur ki, onlara da əsasən aşağıdakıları aid etmək olar:

- Marketing tədqiqatlarının həyata keçirilməsi.
- İnnovasiya məhsulunun yaradılması və realizasiyası prosesinin planlaşdırılması.
- Məhsul konsepsiyasının hazırlanması.
- Yeni məhsulun rəqabətqabiliyyətliliyinin təmin olunması.
- Yeni məhsulun bazara irəlilədilməsi və kommersiyalaşdırılması.
- İnnovasiyanın investisiya imkanlarının tədqiqi.
- İnnovasiya layihələrinin marketing idarəedilməsi. [4, s.205]

Yüngül sənaye sahələrinə məxsus olan müəssisələrdə innovasiya məhsulu üzrə marketing alətlərinin tətbiqi istiqamətlərindən biri yeni məhsulun və texnologiyanın yaradılması prosesində zəruri informasiyanın əldə edilməsidir. Belə informasiyaya hər şeydən əvvəl, yeni məhsulun potensial alıcıları, kommersializasiya imkanları, rəqiblər, bazarın tələbatı, müəssisənin daxili imkanları və məhdudiyətləri haqqında olan informasiyalar aid edilir. Belə məlumatlar innovasiya məhsulları üzrə marketing qərarlarının qəbulunda xüsusi əhəmiyyətə malik olurlar.

Məlumatların toplanması üsullarına əsasən marketing tədqiqatları, eksperiment və müşahidə metodları aid edilir. İnnovasiyalı məhsulun yaradılması və realizasiyasının bütün mərhələlərində marketing tədqiqatlarından istifadə mühüm əhəmiyyət kəsb edir. İnnovasiya məhsulunun yaradılması və realizasiyası prosesinin planlaşdırılması innovasiya fəaliyyətində marketing sisteminin vacib elementlərindən biri hesab olunur. [5,s.163]

Yüngül sənayedə innovasiya məhsullar üzrə marketing sisteminin elementlərindən biri də məhsul konsepsiyası çərçivəsində məhsul siyasətinin formalaşmasıdır. Marketing tədqiqatlarının həyata keçirilməsi əsasında, məhsul çeşidinin planlaşdırılması, müəssisənin məhsul siyasətini formalaşdırmağa və həyata keçirməyə imkan verir. Məhsul marketing kompleksinin bir elementi kimi müəssisənin fəaliyyətində olduqca mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Məhsul siyasəti digər marketing strategiyalarının hazırlanması və həyata keçirilməsində də olduqca mühüm rol oynayır.

Məhsul siyasəti - əmtənin rəqabətqabiliyyətliliyinin təmin edilməsini nəzərdə tutan, alıcıların tələbini ödəməyə və mənfəət əldə etməyə yönəldilən, məhsul çeşidinin formalaşması və planlaşdırılmasının həyata keçirilməsini nəzərdə tutan, müvafiq marketing strategiyalarının və tədbirlər kompleksinin həyata keçirilməsi istiqamətlərini müəyyənləyən tədbirlər sistemidir. Müəssisənin məhsul siyasətinin formalaşması üzrə qəbul olunan istənilən qərar strateji xarakter daşıyır və qısamüddətli nəticələrin deyil, uzunmüddətli rəqabətqabiliyyətliliyin və rəqabət üstünlüyünün təmin olunmasına istiqamətlənir. Müəssisənin məhsul siyasətinin formalaşması son nəticədə innovasiya

məhsulu üzrə marketing alətlərinin tətbiqi istiqaməti kimi çıxış edir. Müəssisənin innovasiya məhsulu üzrə marketing sisteminin elementlərindən biri də yeni məhsulun rəqabətqabiliyyətliliyinin qiymətləndirilməsindən ibarətdir. [6]

Müəssisənin innovasiya məhsulu üzrə marketing sisteminin elementlərindən biri kimi innovasiya layihələrinin iqtisadi səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi və bu zaman tətbiq olunan marketing metodları hesab olunur. Beləliklə, innovasiya məhsulları üzrə innovasiya layihəsinin effektivliyinin qiymətləndirilməsi innovasiya fəaliyyətində marketingin tətbiqi istiqamətlərindən biri kimi çıxış edir, bu sahəyə çəkilən xərclərin özünü doğrultmasını müəyyənləşdirməyə imkan verir. İnnovasiya məhsulunun bazara irəlilədilməsi və kommersionlaşdırılması prosesində marketingin tətbiq olunması istiqamətlərindən biri də yeni bazarlara çıxış strategiyasının formalaşmasından ibarətdir. [7,s.206]

Marketing innovasiyası prosesi zamanı şirkətlər daha çox araşdırma və inkişaf fəaliyyətinə daha çox investisiya ayırır. Burada həm ixtisaslı kadrlar həm də müasir texnologiyaların cəlb nəzərdə tutulur. Bu qərar şirkətə kifayət qədər maliyyə tələb edə bilər lakin nəticənin şirkət üçün rəqabət üstünlüyü əldə edərək fəaliyyətini uzatması, istehsal edilən məhsul və ya xidmətlərin daha keyfiyyətli olması daha çox müştərinin cəlb olunmasına, mövcud müştərilərin daha keyfiyyətli və yeni məhsul və ya xidmətlərlə təmin edilməsinə, rəqiblərdən önə keçərək fərqli və ya innovasiyalı məhsulla bazar payını artırmaqla yanaşı rəqiblərindən bir neçə addım önə keçə , nəticə etibarilə ölkə iqtisadiyyatının və sosial rəfahının inkişafına müsbət təsir edə bilər. [8]

Məhsulun üzərində müştərilərin fikirləri nəzərə alınaraq edilən müəyyən dəyişikliklər, məhsulun qramında və ya paketlənməsində edilən yenilənmələr, məhsulların müştərilərə müxtəlif və rəqiblərdən fərqli kanallarla çatdırılması, bu kanalların axtarılması, inkişaf etdirilməsi, yeni texnologiya və metodlardan istifadə edərək məhsulun bazarda tanıtımı marketing innovasiyasının bir hissəsidir. Bu strategiyadan istifadə edən şirkətlər müştərilərin diqqətində olur və müştərilər satın alma davranışlarını bu məhsulun üzərində mərkəzləşdirməklə yanaşı bu davranışını dəyişmək ehtimalı çox olur.

Rəqəmsal marketing bu strategiyanın ayrılmaz bir hissəsidir və şirkətlərin istər gələcək istərsə də mövcud vəziyyətdə qərarlarına təsir göstərəcək dərəcədə əhəmiyyət kəsb etməkdədir. Müasir metodla müştərilərin marka, məhsul və ya xidmət barədə reaksiyaları, davranışları izlənilir, müsbət və ya mənfi fikirləri, bu fikirlərin idarə edilməsi, cavablandırılması və müştərinin daha da məmnun edilərək həm marka həm də şirkət üçün əhəmiyyətliyi artırılır

Yüngül sənaye sferasında istehsalın qaydaya düşməsində son dövrdə müəyyən yaxşılığa doğru dəyişikliklər baş versə də, burada həllini tapmamış xeyli sayda problemlər yer alır. Bu problemlərin öz həllini tapması Azərbaycanda təkcə iqtisadi deyil, həm də çoxlu sayda sosial məsələlərin yoluna qoyularaq həlli mümkündür. Yüngül sənayenin canlanmasına nail olmaq lazımdır. Çünki bu, respublikamızın tələb olunan miqdarda istehlak malları ilə təminatına, idxalın aşağı salınmasına və bu sahədə xaricdən asılılığı minimuma endirməyə imkan verəcək. Bununla yanaşı, iş qabiliyyətli əhalinin xeyli hissəsinin iş yerləri ilə təmin olunmasına imkan yaranacaq.

Beləliklə, aydındır ki, ölkəmizdə inkişaf dövrünü yaşayan və daha çox əhəmiyyət kəsb edən marketing innovasiyasının tətbiq olunması halında şirkətlərin rəqiblərini üstələyərək əldə edə biləcəyi faydalar, rəqabət qabiliyyətlilik və ən əsası müştəri məmnuniyyəti uğrunda bazarda uzunmüddətli mübarizə aparmaq qarşısında duran ən mühüm məsələlərdir.

Belə bir şəraitdə rəqabət üstünlüyü və davamlılığını təmin edən şirkətlərin əsas mənbəyinin yenilikçilik olduğu qəbul edilməkdədir. Qloballaşma ilə birlikdə dəyişən rəqabət vəziyyətində müştəri istək və ehtiyaclarının qarşılınması keyfiyyət, maya dəyəri, sürət kimi amillərin yerini alaraq, şirkətləri yeni məhsul və proses inkişaf etdirməyə, təşkilati quruluşlarında dəyişikliklər etməyə məcbur edir.

Respublikamızda son dövrlərdə yüngül sənayenin sürətli inkişafı göstərir ki, innovasiya marketinginin tətbiqi, əhalinin tələb olunan miqdarda innovasiyalı istehlak malları ilə təminatına, idxalın aşağı salınmasına və bu sahədə xaricdən asılılığı minimuma endirməyə imkan verəcək. Bununla yanaşı, iş qabiliyyətli əhalinin xeyli hissəsinin iş yerlərilə təmin olunmasına imkan yaranacaq. Odur ki, yüngül sənaye kimi mühüm bir sahənin inkişaf etdirilməsi dövlət başçımızın ölkəmizin milli iqtisadiyyatının inkişafına istiqamətləndirilən daxili siyasətin prioritetini təşkil edir.

ƏDƏBİYYAT

1. Arif Şəkərəliyev, Qoşqar Şəkərəliyev. Azərbaycan iqtisadiyyatı: reallıqlar və perspektivlər. Bakı 2016.
2. Fikrət Quliyev, Marketingin idarə edilməsi, Bakı 2018.
3. İslam İbrahimov, Kərim Kərimov. Sənayedə investisiya və innovasiya fəaliyyəti, (Dərs vəsaiti), Bakı 2017.
4. Qrem Huley, Con Sonders, Naycel Pirs, Marketing strategiyası və rəqabətli mövqeləşdirmə, Rus dilindən tərcümə - Bakı, İqtisad Universiteti nəşriyyatı, Bakı 2018.
5. Qeyri - neft sənayesinin iqtisadiyyatı, (Dərslik), Bakı 2018.
6. Milli iqtisadiyyat və İqtisadiyyatın əsas sektorları üzrə strateji yol xəritələrinin təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 6 dekabr 2016.
7. Oqtay Məmmədli, Şahin Xurşudov, Fazil İsmaydov, Rəhmiyyə İbrahimova, Gülnarə Turabova, Marketing, (Dərslik), Bakı 2016.
8. <http://economy.gov.az/>

УДК 330

**СУТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА
В ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**¹Фазиль Джамиль оглы Керимов, ²Угур Сабухи оглы Сулейманов¹Азербайджанский Технологический Университет²Шекинский региональный научный центрf.kerimov@atu.edu.az

Резюме. Обострение конкуренции на рынках инновационной продукции и превращение конкурентного позиционирования в доминирующий фактор обусловили необходимость использования концепции маркетинга и применения принципов маркетинга в инновационной деятельности и на рынке инновационной продукции в легкой промышленности.

Маркетинг инноваций охватывает маркетинговую деятельность предприятий, входящих в подразделения легкой промышленности, работающих на рынке инноваций.

Инновационный маркетинг также подразумевает создание и коммерциализацию нового продукта для рынка.

В статье рассматривается сущность инновационного маркетинга и необходимость применения инновационного маркетинга в отраслях легкой промышленности. Тема подчеркивала важность постоянного внедрения инноваций для совершенствования технологий производства в легкой промышленности и создания конкурентоспособной продукции.

UDC 330

**ESSENCE AND MEANING OF MARKETING
OF INNOVATION IN LIGHT INDUSTRY**¹Fazil Jamil oglu Kerimov, ²Ugur Sabuhi oglu Suleymanov¹Azerbaijan University of Technology²Sheki Regional Science Centerf.kerimov@atu.edu.az

Summary. The intensification of competition in the markets of innovative products, the transformation of competitive positioning into a dominant factor, has necessitated the use of the

marketing concept and the application of marketing principles in innovation activities, as well as in the market of innovative products in light industry.

Innovation marketing combines the marketing activities of an enterprise belonging to subdivisions of light industry operating in the innovation market.

Innovation marketing also involves the creation and commercialization of a new product for the market.

The article highlights the essence of innovation marketing, the need to apply innovation marketing in the areas of activity of light industry. The importance of always being inclined to innovation in order to improve production technology in light industry and create competitive products is emphasized in the topic.

Redaksiyaya daxilolma: 25.10.2024

Çapa qəbul olunma: 15.04.2025



AQRAR BAZARIN TƏŞKİLİ VƏ REGIONAL İNKİŞAF PROBLEMLƏRİ

Xəyyam Natiq oğlu Cavadzadə

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti

xayyam1984@mail.ru

Xülasə.*Tədqiqatın məqsədi – aqrar bazarların mövcud vəziyyətinin araşdırılması, onun inkişafına təmin edəcək normativ-hüquqi sənədlərin aqrar bazarların inkişafına təsiri istiqamətlərinin və bu istiqamətdə olan problemlərin müəyyən edilməsidir.*

Tədqiqatın metodologiyası – tədqiqat zamanı analiz, sistemli yanaşma, müqayisəli təhlil, ümumiləşdirmə metodlarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın əhəmiyyəti – aqrar bazarların regionların xüsusiyyətlərinə uyğunlaşdırılması, bu sahədə fəaliyyət göstərən istehsalçıların qarşılaşdıqları problemləri aradan qaldıra və ölkə əhalisinin aqrar sahə məhsulları ilə təminatını yaxşılaşdırmağa imkan yaradır.

Tədqiqatın nəticələri – əldə edilən nəticələr regionlarda aqrar bazarların fəaliyyəti barədə məhsul istehsalçılarının məlumatlılığını artırmaqla, istehsal etdikləri məhsulların satışının təşkilinə əlverişli şərait yarada bilər.

Tədqiqatın orijinallığı və elmi yeniliyi – aqrar bazarların inkişafının mövcud problemləri müəyyən edilərək, bazarların təşkili prosesinin və xarici iqtisadi əlaqələrin genişləndirilməsinin sürətləndirilməsi hesabına bu sahədə müsbət nəticələrin əldə edilməsi istiqamətində təkliflər irəli sürülmüşdür.

Açar sözlər: aqrar bazar, regionların inkişaf proqramları, regional bazarlar, normativ – hüquqi sənədlər

Giriş. Ölkənin ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsində ərzaq bazarının iqtisadi vasitələrlə tənzimlənməsinin rolu bolluq və iqtisadiyyatın aqrar sektorunda sabillik yaradılması ilə şərtlənir. Ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsində dövlətin rolu eyni zamanda ərzaq bazarında və aqrar sektorda baş verən iqtisadi proseslərə təsir imkanları bir qayda olaraq iqtisadi sistemin tipindən, ölkənin iqtisadi inkişaf səviyyəsindən və s. amillərdən asılı olur.

Son illər qeyd edilənlər istiqamətində həyata keçirilən tədbirləri ölkənin regionlarının inkişafında mühüm nailiyyətlər əldə edilməsinin əsas mənbələri kimi xarakterizə etmək olar. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin “Azərbaycan Respublikası regionlarının sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramları” (2004-2008-ci, 2009-2013-cü, 2014-2018-ci, 2019-2023-cü illər), “2008-2015-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında əhalinin ərzaq məhsulları ilə etibarlı təminatına dair Dövlət Proqramı” uğurla həyata keçirilmişdir.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 6 dekabr 2016-cı il tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasında kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalına və emalına dair Strateji Yol Xəritəsi”, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2021-ci il 2 fevral tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan 2030: sosial-iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər”, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2022-ci il 22 iyul tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasının 2022–2026-cı illərdə sosial-iqtisadi inkişaf Strategiyası” regional inkişafın təmin olunmasına imkanlar açır.

Regional inkişaf bilavasitə istehsal olunmuş məhsulların çeşidinin artırılması və satışının təşkili məsələlərinin tənzimlənməsinə şərait yaradır. Odur ki, aqrar sahə məhsullarının satışının təşkili və həyata keçirilməsi üçün vacib struktur olan aqrar bazarların inkişaf etdirilməsi hazırda vacib məsələlərdən biridir.

Hər bir regionun spesifik xüsusiyyətlərinə uyğun tələb və təklifin təsiri ilə formalaşan mübadilə sferasındakı münasibətlər, regional aqrar bazarların iqtisadi mahiyyətinə görə lokallaşdırılmış sosial-iqtisadi prosesləri özündə əks etdirir. Bu baxımdan inkişaf etmiş regional aqrar bazarlar tələbin səviyyəsini, onun dəyişmə meylini və inkişaf qanunauyğunluqlarını tənzimlənməsinə şərait yaradılmasına xidmət göstərməlidir. Aqrar bazarların səmərəli fəaliyyəti təklifdən asılı olaraq formalaşır və təklifin stimullaşdırılmasında əsas rol oynayır.

Regionlar bazar iqtisadiyyatının ərazi bölməsi olub əhalinin sosial-iqtisadi roluna uyğun olaraq inkişaf edir. Regional yanaşma həmin ərazinin sosial-iqtisadi meyarlar baxımından idarə olunur. Bununla yanaşı regionun əhalisinin ixracat tələbatı həmin regionda təsərrüfat fəaliyyətinə və xidmət sahələrinin inkişafına şərait yaradır.

Regionların inkişafında aqrar sahənin inkişafı xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bütün qeyd edilənlər nəticə etibarilə özünü regionlarda yerləşən aqrar bazarların fəaliyyətinə bilavasitə təsir göstərir. Odur ki, regionların inkişafı mövcud potensialdan səmərəli istifadədən asılıdır. Regionların sosial-iqtisadi inkişaf səviyyəsinin yüksəldilməsi onlar arasında fərqlənməyə çatdırılmasını tələb edir.

Aqrar bazarın təşkili xüsusiyyətləri

Aqrar bazarlar özünün məqsədyönlü inkişafı üçün qarşılıqlı əlaqələndirilə bilən iqtisadi və hüquqi şəraitin yaradılmasını tələb edir. Aqrar bazar əmtəə istehsalı və tədavülü ilə bağlı iqtisadi qanunlar üzrə müəyyən məkan daxilində təşkil olunmuş mübadilə prosesini xarakterizə edir. Həmçinin əmtəə, xidmət və pul tədavülü münasibətlərini özündə birləşdirir.

Aqrar bazarın formalaşmasında regionun ərazisindən kənarında formalaşan və ona təsir edən iqtisadi göstəricilər mühüm rol oynayır. Xarici təsirlər dedikdə, regiona qoyulan investisiyalar, onların həcmi, strukturu və regionlarda istifadə dərəcəsi başa düşülür. Regionlarda məhsuldar qüvvələrinin yerləşməsi və təbii resurslardan istifadə, onun səmərəliliyi həmin regiona kapital axını artırır.

Odur ki, regionlarda fəaliyyət göstərən bazarların təkmilləşdirilməsi onun strukturunu müəyyən edir. Təbii resursların regionlarda zəngin olmasının əsas aparıcı amil olması və bazarın inkişafının əsas göstəricisi kimi qəbul edilsə də, investisiya axımına stimulyar yaradan investisiyanın təşviqi, güzəştli kreditlər, lizinq xidməti və regionda olan xammalın həmin ərazidə emalı, region bazarının inkişafına və yerli resurslardan istifadəyə stimulyar yaradır.

Araşdırmalardan məlum olur ki, aqrar bazarlar kənd təsərrüfatında inteqrasiya münasibətlərinin inkişafının əsasını təşkil edir. Həmçinin aqrar sahənin maddi-texniki bazanın möhkəmləndirilməsini, istehsal olunan məhsulların emalı, saxlanması, çeşidlənməsi və satışının elmi əsaslarla təşkilinə və bazar infrastrukturunun mütərəqqi formalarının tətbiqinin təmin edilməsinə xidmət edir.

Qeyd edilən şərtlər daxilində aqrar sahədə rəqabətqabiliyyətli məhsul istehsalı hesabına regional bazarlarda rəqabət mühiti formalaşır. Aqrar bazar konyukturundan asılı olaraq istehsalçıların mövqeyi müəyyənləşir, tələb və təklif, həmçinin bu baxımdan regionlar arasında mütənəsibliyi təmin etmək mümkün olur.

Müasir qloballaşma şəraitində aqrar bazar iqtisadi proseslərin inkişaf meyllərini qiymətləndirməklə regional bazarların transformasiyası problemləri səmərəli şəkildə həll edilməlidir. Bu baxımdan tələb və təklifin tarazlığının mövcud vəziyyəti və inkişaf meylləri təhlil edilməli, aqrar bazarların inkişaf istiqamətləri araşdırılmalıdır [5, s. 22-26].

Məhz bu və ya digər məsələlər aqrar bazarların fəaliyyəti ilə bağlı mövcud problemlərə yeni yanaşma tələb edir. Bütün bunlar aqrar bazarların inkişaf perspektivlərinin araşdırılması zəruri edir və dissertasiya işimin bu gün aktual olan mövzuya həsr olunduğunu söyləməyə imkan verir.

Milli bazar hər-hansı bir ölkənin istehsal etdiyi məhsul və xidmətlərinin reallaşdırılmasını həyata keçirən xüsusi iqtisadi sistemdir. Başqa cür desək, milli bazar həm milli iqtisadiyyat çərçivəsində əmtəələrin tədavül sferasıdır, həm də daxili bazarın elə bir formasıdır ki, onun müəyyən bir qismi xarici alıcı və satıcılara istiqamətlənmiş olur.

Müşahidələr göstərir ki, milli bazarın formalaşmasında aqrar bazar mühüm rol oynayır. Ölkə əhalisinin ərzaq və qida məhsullarına olan tələbatının ödənilməsində aqrar bazar özünəməxsus rola və xüsusi çəkiyə malikdir.. Bu baxımdan aqrar bazar həm ölkə əhalisinin, həm də iqtisadiyyatın digər

sahələrinin tələbatının ödənilməsində özünün strateji əhəmiyyətiylə fərqlənir.

Aqrar bazarın formalaşması hər bir ölkənin mövcud iqtisadi və siyasi quruluşunun xüsusiyyətindən asılı olmayaraq onların milli iqtisadi təhlükəsizliyinin vacib tərkib hissəsi sayılan etibarlı ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsinin, iqtisadi suverenliyinin, sosial dayanıqlılığının başlıca şərtidir.

Aqrar bazarın formalaşması uzun müddətli prosesdir.. Beynəlxalq təcrübə göstərir ki, bazar münasibətləri qurulmadığı təqdirdə hər hansı bir ekstremal şərait istər istehlakçını və istərsə də istehsalçını acınacaqlı vəziyyətə gətirmiş olar. Məhz bu baxımdan aqrar bazarın tənzimlənməsi mexanizminin, daxili əmtəə istehsalçıların inkişaf səviyyəsinin və istifadə etdikləri texnologiyanın müasir dövrün tələblərinə cavab verməsi əslində ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyinin təmin edilməsi maraqlarına xidmət edir.

Müasir dövrdə aqrar bazar məhsullarının istehsalı və satışı tələb və təklifə, rəqabətə, qiymətə, ticarətin yeni üsullarının tətbiqinə, aqromarketing tədbirlərinin həyata keçirilməsinə əsaslanmalıdır. Dövlət bu istiqamətdə tənzimləyici rolunu həyata keçirməlidir. Yəni dövlət demokratik prinsiplər əsasında bazar münasibətlərinin qurulması və bazar subyektlərinin normal fəaliyyəti üçün hərtərəfli şərait yaratmalıdır.

Dövlət aqrar bazarı tənzimləməklə istehsalçıların inkişaf səviyyəsinin yüksəlməsinə, əhalinin gəlirlərinin səviyyəsinin yüksəlməsinə, ərzaq məhsullarının qiymətlərinin səviyyəsinin stabilləşməsinə və tədricən aşağı düşməsinə dəstək göstərir. Yəni konkret olaraq dövlət aqrar bazarı tənzimləməklə əslində ölkədə və bütövlükdə dünyada ərzaq çatışmazlığı probleminin aradan qaldırılmasına çalışır.

Etibarlı ərzaq təminatı hər bir ölkənin iqtisadi sabitliyinin və sosial dayanıqlılığının başlıca şərtidir və ölkə əhalinin zəruri ərzaq məhsulları ilə təmin edilməsi dövlətin iqtisadi siyasətində mərkəzi yer tutur.

Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalını və (və ya) emalını stimullaşdırmaq, kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçıların inkişafını təmin etmək, ərzaq məhsullarının keyfiyyətini daha da artırmaq, dövlət vəsaitlərindən səmərəli istifadəni təmin etmək, regionlarda kənd təsərrüfatı ilə məşğul olan əhalinin sosial rifahının yaxşılaşdırılmasına zəmin yaratmaq, dövlət sifarişi ilə ərzaq məhsullarının satın alınmasının mərkəzləşdirilmiş qaydada həyata keçirilməsini təmin etmək məqsədi ilə Azərbaycan Respublikası Prezidenti İlham Əliyev 11 aprel 2016-cı il tarixdə Azərbaycan Respublikası Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinin tabeliyində “Ərzaq məhsullarının tədarükü və təchizatı” Açıq Səhmdar Cəmiyyətinin yaradılması haqqında sərəncam vermişdir. Qeyd edilən ASC-nin əsas məqsədi ərzaq məhsullarının istehsalçılarından və satıcılarından belə məhsulları almaq və tədarük edərək satılan təşkilatlara təqdim etmək olmuşdur.

“Aqrar tədarük və təchizat” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti – yaradılması, məqsəd və vəzifələri

Ölkədə kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalını və emalını stimullaşdırmaq, dövlət sifarişi ilə kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının satın alınmasının mərkəzləşdirilmiş qaydada təşkili ilə bağlı həyata keçirilən işlərin səmərəliliyini daha da artırmaq və sistemliliyini təmin etmək məqsədilə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 14 dekabr 2018-ci il tarixli Fərmanı ilə “Ərzaq məhsullarının tədarükü və təchizatı” ASC ləğv edilib və Azərbaycan Respublikası Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinin tabeliyində səhmləri dövlətə məxsus olan “Aqrar tədarük və təchizat” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti yaradılıb.

“Aqrar tədarük və təchizat” Açıq Səhmdar Cəmiyyəti “Ərzaq məhsullarının tədarükü və təchizatı” Açıq Səhmdar Cəmiyyətinin hüquqi varisidir və onun bütün hüquq və öhdəlikləri, habelə əmlakı ona keçmişdir.

“Aqrar tədarük və təchizat” ASC ərzaq məhsullarının dövlət sifarişi ilə bağlı alqı-satqı əməliyyatlarının “Ərzaq məhsullarının dövlət sifarişi ilə satın alınması” elektron portalı vasitəsilə aparılmasını, eləcə də bu sahədə fəaliyyətin təşkili üçün digər tədbirlər görülməsini təmin edən kommersiya hüquqi şəxsidir [1].

№ 1/2025

səh.39-48

Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabinetinin 2019-cu il 4 iyul tarixli 289 nömrəli Qərarı ilə “Aqrar tədarük və təchizat” Açıq Səhmdar Cəmiyyətinin Nizamnaməsi təsdiq edilmişdir. Nizamnaməyə əsasən Cəmiyyət aşağıdakı vəzifələri yerinə yetirir:

- ✓ dövlət müəssisə və təşkilatları (idarələri) tərəfindən kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının (dövlət ehtiyatları üçün alınan ərzaq məhsulları istisna olmaqla) mərkəzləşdirilmiş qaydada dövlət büdcəsinin vəsaitləri hesabına elektron portal vasitəsilə satın alınmasını təşkil edir;
- ✓ elektron portalın operatoru funksiyasını həyata keçirir;
- ✓ satın alınması nəzərdə tutulan ərzaq məhsulları, həmin məhsulların qiyməti, növü, miqdarı və satılma şərtləri (o cümlədən, satılma dövrüliyi) barədə elanı hər il avqustun 1-dək elektron portalda yerləşdirilir;
- ✓ kommersiya fəaliyyəti ilə məşğul olan hüquqi və fiziki şəxslərin verdiyi sifarişlər üzrə kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının məhsul istehsalçılarından birbaşa satın alınmasını və təchizatını həyata keçirir;
- ✓ yerli kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının istehsalını və ixracını artırmaq məqsədilə kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının xarici ölkələrə ixracını, habelə yerli bazarda satışının təşkili və həyata keçirilməsini təmin edir, o cümlədən bütün növ satış obyektlərini təşkil və idarə edir;
- ✓ ölkədə istehsal olunan kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının satışı və ixrac edilməsi üzrə vasitəçilik xidmətləri göstərir;
- ✓ kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının istehsalını təşviq etmək məqsədilə kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının istehsalçılarına avanslar verir;
- ✓ kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının istehsalı, emalı, təchizatı, ixracı üzrə maarifləndirmə, informasiya və məsləhət xidmətləri göstərir;
- ✓ fəvqəladə vəziyyət şəraitində əhalinin ərzaq məhsullarının təmin edilməsi ilə bağlı tapşırıqları icra edir;
- ✓ elektron portalda barəsində məlumat yerləşdirilən istehsalçıların, eləcə də satıcıların fəaliyyətinin monitorinqini “Elektron kənd təsərrüfatı” informasiya sistemi və (və ya) yerində baxış vasitəsilə hər il oktyabrın 1-dək aparır və həmin monitorinqin nəticələrini elektron portala daxil edir;
- ✓ kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının tədarük edilməsini, fiziki və hüquqi şəxslərlə bağlanmış müqavilə şərtlərinə uyğun olaraq saxlanılmasını və çatdırılmasını həyata keçirir;
- ✓ kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının tədarükü və təchizatı sahəsində normativ hüquqi aktların layihələrinin hazırlanmasında iştirak edir, onların təkmilləşdirilməsinə dair təkliflər verir;
- ✓ satılan təşkilatların müraciəti və (və ya) monitorinqin nəticələri əsasında satılma və müqavilə şərtlərinə əməl etməyən ərzaq məhsulları istehsalçılarının və ya satıcılarının təkliflərinin 1 (bir) il ərzində elektron portalda yerləşdirilməsini məhdudlaşdırır, eləcə də bu sahədə yaranan münasibətləri tənzimləyən normativ hüquqi aktların tələbləri pozulduğu hallarda tədbirlərin görülməsi barədə aidiyyəti üzrə məlumat verir;
- ✓ Cəmiyyətin idarə, filial və nümayəndəliklərinin, törəmə cəmiyyətlərinin iqtisadi və maliyyə vəziyyətinin təhlil edilməsi, onların fəaliyyətinin səmərəliliyinin yüksəldilməsi məqsədilə tədbirlər görür;
- ✓ Cəmiyyətin işçilərinin sosial müdafiəsinin və əmək şəraitinin yaxşılaşdırılması, əməyin mühafizəsi tədbirlərini həyata keçirir;
- ✓ fəaliyyət dairəsinə aid olan sahələrlə bağlı islahatların aparılmasına dair təkliflər hazırlayır və aidiyyəti üzrə təqdim edir;
- ✓ dövlət proqramlarında nəzərdə tutulmuş Cəmiyyətə aid vəzifələrin yerinə yetirilməsi ilə bağlı tədbirləri həyata keçirir;
- ✓ elektron portaldan istifadəyə görə ödənilən vəsaitin məbləğini satılma dövründə hər bir müqavilə üzrə bir dəfə müəyyən etməklə, elektron portaldan istifadəyə görə satılan

№ 1/2025

səh.39-48

təşkilatlarla ərzaq məhsullarının istehsalçıları və ya satıcıları arasında bağlanmış müqavilə üzrə satılmış ərzaq məhsullarının dəyərini 10 faizə qədərini satınalan təşkilatdan alır;

- ✓ Cəmiyyətin fəaliyyəti haqqında əhalini məlumatlandırır və bu məqsədlə Cəmiyyətin internet saytını yaradır, Cəmiyyətin malik olduğu və siyahısı qanunla müəyyən edilmiş açıqlanmalı olan ictimai informasiyanın həmin internet saytında yerləşdirilməsini və bu informasiyanın daim yenilənməsini təmin edir.

“Aqrar tədarük və təchizat” ASC-ə qarşısına qoyulan yuxarıda qeyd edilən vəzifələri yerinə yetirmək üçün aşağıdakı hüquqlar verilmişdir:

- ✓ kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının istehsalını, emalını, çeşidlənməsini, qablaşdırılmasını və digər lazımi tədbirləri təşkil etmək;
- ✓ kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının satış şəbəkələrini yaratmaq, saxlama və logistika mərkəzlərinin və anbarların yaradılmasını dəstəkləmək;
- ✓ kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının istehsalı və ixracı zamanı zəruri olan beynəlxalq və yerli sertifikatların təmin edilməsi üçün tədbirlər həyata keçirmək;
- ✓ kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının intervensiyası tədbirlərinin həyata keçirilməsi üçün müvafiq işlər görmək;
- ✓ elektron portalda barəsində məlumat yerləşdirilən istehsalçı və satıcıların fəaliyyətinin monitorinqi məqsədilə “Elektron kənd təsərrüfatı” informasiya sistemindən, yerində baxış zamanı isə onlardan zəruri məlumatları əldə etmək;
- ✓ Cəmiyyətin əqli mülkiyyətinin Azərbaycan Respublikasının qanunlarına uyğun olaraq idarə olunmasını təmin etmək və onun barəsində sərəncam vermək;
- ✓ kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının tədarüku və təchizatı sahəsində qabaqcıl təcrübəni öyrənmək, bu sahədə kadr hazırlığını və beynəlxalq əməkdaşlığı həyata keçirmək;
- ✓ xüsusi bülletenlər və digər nəşrlər buraxmaq;
- ✓ müqavilə əsasında ekspertləri və mütəxəssisləri öz fəaliyyətinə cəlb etmək;
- ✓ dövlət orqanlarına və qurumlarına, yerli özünüidarətmə orqanlarına, hüquqi və fiziki şəxslərə zəruri məlumatlar (sənədlər) barədə sorğu vermək və onlardan belə məlumatları (sənədləri) almaq;
- ✓ konfranslar, müşavirələr, seminarlar keçirmək və digər tədbirlər təşkil etmək [2].

Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2024-cü il 14 may tarixli 257 nömrəli Qərarı ilə “Satınalan təşkilatlar tərəfindən ərzaq məhsullarının (dövlət ehtiyatları üçün alınan ərzaq məhsulları istisna olmaqla) mərkəzləşdirilmiş qaydada dövlət büdcəsinin vəsaitləri hesabına satın alınması” Qaydası təsdiq edilmişdir. Qəbul edilən Qayda satınalan təşkilatlar tərəfindən ərzaq məhsullarının (dövlət ehtiyatları üçün alınan mallar istisna olmaqla) mərkəzləşdirilmiş qaydada dövlət büdcəsinin vəsaitləri hesabına satın alınması, habelə satınalmada iştirak edən istehsalçı və satıcıların fəaliyyətinin monitorinqinin aparılması qaydasını tənzipləyir.

Yuxarıda qeyd edilən Qaydanın məqsədi kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalını və (və ya) emalını stimullaşdırmaq, kənd təsərrüfatı məhsulları istehsalçılarının inkişafını təmin etmək, ərzaq məhsullarının keyfiyyətini daha da artırmaq, dövlət vəsaitlərindən səmərəli istifadəni təmin etmək, regionlarda kənd təsərrüfatı ilə məşğul olan əhalinin sosial rifahının yaxşılaşdırılmasına zəmin yaratmaq, dövlət sifarişi ilə ərzaq məhsullarının satın alınmasının mərkəzləşdirilmiş qaydada həyata keçirilməsinin prosedur və prinsiplərini, həmçinin bu məhsulların dəyərini hesablanması ilə bağlı meyarları və digər prinsipləri müəyyənləşdirmək, habelə istehsalçı və satıcıların satınalma ilə bağlı təqdim etdikləri məlumatların düzgünlüyünü, sənədlərin həqiqiliyini, onların müqavilə və satınalma şərt və tələblərinə əməl etmələrini yoxlamaqdır.

Ölkəmizin sosial-iqtisadi inkişafının təmin edilməsi üçün bu on illikdə beş Milli Prioritet müəyyənləşdirilmiş və onların reallaşdırılması istiqamətində tədbirlər həyata keçirilməkdədir:

- 1) dayanıqlı artan rəqabətqabiliyyətli iqtisadiyyat;
- 2) dinamik, inklüziv və sosial ədalətə əsaslanan cəmiyyət;
- 3) rəqabətli insan kapitalı və müasir innovasiyalar məkanı;

№ 1/2025

səh.39-48

4) işğaldan azad olunmuş ərazilərə böyük qayıdış;

5) təmiz ətraf mühit və “yaşıl artım” ölkəsi.

Qeyd edilən Milli prioritetlər Birləşmiş Millətlər Təşkilatının “Dünyamızın transformasiyası: “2030-cu ilədək dayanıqlı inkişaf sahəsində Gündəlik”dən irəli gələn öhdəliklərin icrası istiqamətində də xüsusi əhəmiyyət kəsb edir [4].Azərbaycan 2030: sosial-iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2021-ci il 2 fevral tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmişdir.

Ərzaq məhsullarının mərkəzləşdirilmiş qaydada satın alınması proseduru

Ölkəmizdə son illərdə aqrar sahənin inkişafını təmin etmək məqsədilə davamlı islahatlar aparılır və tənzimlənmə prosesləri həyata keçirilir. Bu istiqamətdə qəbul edilən normativ-hüquqi sənədlərdən biri də “Ərzaq məhsullarının mərkəzləşdirilmiş qaydada satın alınması proseduru”dur.

Ərzaq məhsullarının mərkəzləşdirilmiş qaydada satın alınması proseduru aşağıdakı qaydada həyata keçirilir:

- ✓ satınalan təşkilatlar növbəti il üzrə ərzaq məhsullarına tələbatları barədə bu Qaydanın 1 nömrəli əlavəsində göstərilən formaya uyğun məlumatları hər il iyulun 1-dək elektron portalda yerləşdirirlər. Satınalan təşkilatlar tərəfindən növbəti il üzrə ərzaq məhsullarına tələbatlar həmin satınalan təşkilatlara bu məqsədlər üçün dövlət büdcəsindən ayrılmış vəsait nəzərə alınmaqla müəyyən edilir. Satınalma şərtləri bu Qaydada qeyd edilən məqsədlər nəzərə alınmaqla müəyyən edilir;
- ✓ tədarük və təchizat agentı satın alınması nəzərdə tutulan ərzaq məhsulları, həmin məhsulların qiyməti, növü, miqdarı və satınalma şərtləri (o cümlədən satınalma dövrüliyi) barədə elanı bu Qaydada göstərilən formada hər il avqustun 1-dək elektron portalda yerləşdirir;
- ✓ ərzaq məhsullarının hər bir növü üzrə satınalma qiyməti ötən il iyulun 1-dən cari il iyulun 1-dək olan dövr üzrə orta statistik satış qiymətinin növbəti il üçün proqnozlaşdırılan inflyasiya səviyyəsinə vurulması ilə müəyyən edilir. İl ərzində bu qiymətlər yalnız şəraitin əhəmiyyətli dərəcədə dəyişməsinin qiymətlərə təsir göstərdiyi hallarda yenilənir. Ərzaq məhsullarının hər bir növü üzrə orta statistik satış qiyməti barədə məlumatları Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, növbəti il üçün proqnozlaşdırılan inflyasiya səviyyəsi barədə məlumatları isə Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyi hər il iyulun 20-dək Azərbaycan Respublikasının Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinə təqdim edir;
- ✓ tədarük və təchizat agentı hər il sentyabrın 1-dək satın alınması nəzərdə tutulan ərzaq məhsullarının hər növü üzrə yerli istehsalçılar və onların istehsal potensialı barədə məlumatları Azərbaycan Respublikası Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinin dövlət aqrar inkişaf mərkəzləri vasitəsilə toplayır və elektron portalda yerləşdirir. Satın alınması nəzərdə tutulan ərzaq məhsulunu satmaq niyyəti olan, lakin barəsində elektron portalda məlumat olmayan istehsalçı bilavasitə tədarük və təchizat agentinə müraciət edə bilər. Müraciət edildiyi halda həmin istehsalçı ilə bağlı məlumatlar dərhal elektron portala əlavə edilməli və müraciət edən şəxsə bu barədə məlumat verilməlidir. Ərzaq məhsullarının istehsalçıları satmaq niyyətində olduqları məhsulların növü, qiyməti və miqdarı barədə məlumatı hər il sentyabrın 1-dək elektron portalda yerləşdirirlər;
- ✓ ərzaq məhsullarının satıcıları satmaq niyyətində olduqları məhsulların növü, qiyməti və miqdarı barədə məlumatı hər il sentyabrın 1-dək elektron portalda yerləşdirirlər;
- ✓ tədarük və təchizat agentı elektron portalda barəsində məlumatlar yerləşdirilən istehsalçıların, eləcə də satıcıların fəaliyyətinin monitorinqini Qaydaya uyğun olaraq “Elektron kənd təsərrüfatı” informasiya sistemi və (və ya) yerində baxış vasitəsilə hər il oktyabrın 1-dək aparır və həmin monitorinqin nəticələrini elektron portala daxil edir;
- ✓ ərzaq məhsullarının satın alınmasına dair Qaydada nəzərdə tutulan elanın şərtlərinə uyğun olan təklif satınalan təşkilatın həmin məhsullara tələbatından az olduqda, bütün iştirakçıların təklifləri qəbul edilir və bu halda satınalan təşkilat ərzaq məhsullarına olan tələbatın təklifdən artıq olan hissəsini Qaydaya uyğun olaraq müəyyən edilmiş qiymətlər çərçivəsində digər şəxslərdən ala bilər;

№ 1/2025

səh.39-48

- ✓ ərzaq məhsullarının alınmasına dair Qayda ilə müəyyən edilən elanın şərtlərinə uyğun gələn təklif satılan təşkilatın həmin məhsullara tələbatından çox olduqda mikro, kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri olan yerli istehsalçılara üstünlük verilir;
- ✓ satılan təşkilatlarla ərzaq məhsullarının istehsalçıları və satıcıları arasında hər il noyabrın 1-dək növbəti il üçün müqavilə bağlanılır.
- ✓ Satılan təşkilatlar tərəfindən Qaydanın müvafiq tələblərinə riayət olunması tədarük və təchizat agentləri tərəfindən təmin edilir.
- ✓ Tədarük və təchizat agentləri elektron portalın operatorunun funksiyalarını həyata keçirir və elektron portaldan istifadəyə görə satılan təşkilatlarla ərzaq məhsullarının istehsalçıları və ya satıcıları arasında bağlanmış müqavilə üzrə satılmış ərzaq məhsullarının dəyərinin 10 (on) faizə qədərini satılan təşkilatdan alır.
- ✓ Qaydaya uyğun olaraq ödənilən vəsaitin hər bir müqavilə üzrə məbləğini tədarük və təchizat agentləri satınalma dövründə bir dəfə müəyyən edir.
- ✓ Ərzaq məhsulları istehsalçıları və ya satıcılarının satınalmada iştirakları Qaydaya uyğun olaraq məhdudlaşdırıldığı halda, satılan təşkilat ərzaq məhsullarını müəyyən edilmiş qiymətlər çərçivəsində digər şəxslərdən alır [3]. “Aqrar tədarük və təchizat” ASC yaratdığı “Ərzaq məhsullarının dövlət sifarişi ilə satın alınması” elektron portalında (<https://tedaruk.az/>) satılan təşkilatların tələbatlarını və ərzaq məhsulları istehsalçıları və satıcılarının təkliflərini yerləşdirir. Bununla da, o, ərzaq məhsullarının dövlət sifarişi ilə bağlı alqı-satqı əməliyyatlarının portal vasitəsilə aparılmasını, eləcə də bu sahədə fəaliyyətin təşkili üçün digər tədbirlər görülməsini təmin edir.

2023-cü və 2024-cü illərdə “Ərzaq məhsullarının dövlət sifarişi ilə satın alınması” elektron portalına müraciət edən satılan təşkilatların sayı müvafiq olaraq 86 və 89 olmuş, 2025-ci il üçün isə onların sayı 91-ə çatmışdır. Rəqəmlərdən göründüyü kimi, portalın fəaliyyət göstərdiyi dövrdə ona müraciət edən satılan təşkilatların sayında əhəmiyyətli bir dəyişiklik baş verməmişdir. Portala müraciət edən ərzaq məhsulları istehsalçıları və satıcılarının 2025-ci il üçün sayında isə əvvəlki illərlə müqayisədə əhəmiyyətli dinamikanı müşahidə etmək mümkündür. Belə ki, 2023-cü və 2024-cü illərdə “Ərzaq məhsullarının dövlət sifarişi ilə satın alınması” elektron portalına müraciət edən istehsalçıları və satıcıları sayı müvafiq olaraq 184 və 183, 2025-ci ildə isə 273 olmuşdur [9].

“Azərbaycan Respublikasında regionların sosial-iqtisadi inkişafı proqram”ları da əsasən regionlarda işsizliyin aradan qaldırılmasına və ərzaq təhlükəsizliyinin təmin olunmasına yönəldilib. Bu problemlərin həlli kənd təsərrüfatının inkişaf strategiyasının əsasını təşkil edir və aqrar sektorla sıx bağlıdır.

Hər bir region bazarında iqtisadi proseslər dövlətin təsir imkanlarına müvafiq olaraq regionun iqtisadi inkişaf səviyyəsindən, təbii-iqtisadi xüsusiyyətlərindən asılı olaraq formalaşdırılır [5, s. 86-88].

Regionların təbii-iqlim xüsusiyyətləri, tələb və təklifin mövsümdən asılılığı, müxtəlif növ məhsulların, ticarət mərkəzlərinin çoxluğu, bazarda bəzi vasitəçilik imkanları və s. kimi amillərin təsiri altında bəzi ərzaq məhsullarının qiymətləri o qədər də sabit olmur. Qiymətlərə daha çox təsir edən amillərdən biri də süni və sintetik əvəzedici məhsullarla olan rəqabətdir (bu daha çox kənd təsərrüfatı xammallarına aiddir). Tarif və qeyri-tarif tənzimləmələri, maliyyə subsidiyaları kimi xarici ticarət siyasəti də qiymətlərə təsir edir. Başqa məhsullarda olduğu kimi ərzaq məhsullarının qiymətlərində yaranan bu kimi qeyri-sabitliyin aradan qaldırılması üçün beynəlxalq əmtəə razılıqları, idxal-ixrac kvotaları, bufer ehtiyatları və digər mexanizmlər vasitəsilə təsir göstərilir [7, s. 17-19].

Regional aqrar bazarların formalaşdırılması və davamlılığının təmin edilməsi, yerli xüsusiyyətlər nəzərə alınmaqla yüksək əlavə dəyər tutumu olan sahələrin inkişaf etdirilməsi baxımından olduqca zəruridir. Həmçinin regional aqrar bazarların inkişaf istiqamətlərinin reallaşdırılması prosesində həyata keçirilən tədbirlər sayəsində müsbət nəticələrin əldə edilməsi sayəsində aqrar bazarın bütün iştirakçıları iqtisadi maraqları təmin edilməlidir. Əks təqdirdə bazar iştirakçıları iqtisadi maraqları təmin edilməzsə bazarın qeyri-sabitliyinə və ölkənin makro-iqtisadi tarazılığının pozulmasına gətirib

çıxara bilər. Odur ki, regional aqrar bazarların inkişaf istiqamətləri düzgün müəyyənləşdirilməli və reallaşdırılması mexanizmi hazırlanmalıdır.

Ölkənin regionlarında aqrar bazarların formalaşmasında ərzaq təhlükəsizliyinin yerinə yetirilməsinə qiymətlər birbaşa təsir edir. Qiymət amili bazarı tənzimləməklə istehsalın ümumi həcmnin artıb-azalmasına, məhsuldarlığın yüksəlməsinə, daha mütərəqqi və müasir texnologiyaların tətbiqinə, qənaət rejiminə, resursların bölünməsinə, istehlakçıların marağının qorunmasına imkan yaradır.

Nəticə. Azərbaycanca bazar infrastrukturalarının müasir tələblərə uyğun formalaşması, onların təşkili və idarə edilməsi prinsiplərinin öyrənilməsi aktual məsələdir. Aqrar sahədə satış infrastrukturalarının zəif olması regionlarda istehsalçıların istehsal – satış prosesi zamanı çətinliklər yaradır və nəticədə yerli istehsalçıların ölkə daxilində mövqeləri zəifləyir və sahəyə olan maraqları azalır [6, s. 36-37].

Bu baxımdan regional aqrar bazarların inkişaf istiqamətləri müəyyənləşdirilərkən mövcud problemlərin aradan qaldırılmasına xarici amillər təsiri nəzərə alınmalıdır. Xüsusilə də, ölkəmizin Ümumdünya Ticarət Təşkilatı ilə ikitərəfli və çoxtərəfli danışıqlar aparması ərəfəsində bu amillərə diqqət yetirilməsi olduqca vacibdir.

Regionlarda aqrar sektorun inkişaf etdirilməsi və ərzaq məhsullarının istehsalının artırılması yeni texnologiyaların və müasir texnikanın cəlb edilməsi hesabına əldə edilə bilər. Lakin yeni texnologiyaların cəlb edilməsi, müasir kənd təsərrüfatı texnikalarının alınması böyük vəsaitlər tələb etdiyindən dövlətin dəstəyi olmadan mümkün deyil. Aqrar sahədə dövlət siyasətinin əsas istiqaməti daxili ərzaq bazarına idxal olunan kənd təsərrüfatı məhsulları maksimum azaldılmasına və ərzaq ehtiyatlarının yaradılması üçün kompleks tədbirlərin həyata keçirilməsinə yönəldilib.

Araşdırmalar göstərir ki, ölkənin kənd təsərrüfatı məhsulları ilə təmin edilməsində və regional aqrar bazarların tənzimlənməsində başlıca məqsədlərdən biri istehlakçıların və kənd təsərrüfatı istehsalçılarının maraqlarının qorunmasından ibarətdir. Bu baxımdan regional aqrar bazarların tənzimlənməsində əsas məqsədlər aşağıdakılardır:

- ölkənin kənd təsərrüfatı məhsulları ilə özünütəminatmə səviyyəsinin yüksəldilməsi;
- aqrar bazarlarda qiymətlərin kəskin hədlərdə dəyişməsinin qarşısının alınması, bu sahədə stabilləşdirmə meyllərinin yaradılmasına nail olunması;
- kənd təsərrüfatının iqtisadiyyatın digər sahələri ilə paritet iqtisadi inkişafının təmin edilməsi;
- kənd təsərrüfatı istehsalçılarının gəlirləri ilə digər sahələrdə fəaliyyət göstərən işçilərin gəlirləri arasında uyğunsuzluğun aradan qaldırılması;
- yerli əmtəə istehsalçılarının xarici bazarın zərərli təsirindən və əlverişsiz rəqabət mühitindən müdafiə edilməsi.

Təcrübə göstərir ki, ölkənin etibarlı ərzaq təminatında aqrar sahədə fəaliyyət göstərən sahibkarlıq subyektləri mühüm rol oynayır.

Aqrar bazarların tədqiqi göstərir ki, sahənin inkişafını təmin edə biləcək xeyli sayda normativ-hüquqi sənədlərin olmasına rəğmən hələ də, aqrar bazarların müasir tələblərə uyğun təşkilini təmin etmək mümkün olmamışdır. Odur ki, satış prosesinin və xarici iqtisadi əlaqələrin genişləndirilməsinin sürətləndirməsi bu gün aktual olaraq həllini gözləyən problem hesab edilir.

ƏDƏBİYYAT

1. “Aqrar tədarük və təchizat” Açıq Səhmdar Cəmiyyətinin yaradılması haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı. Bakı şəhəri, 14 dekabr 2018-ci il. № 400. <https://e-qanun.az/framework/40948>

2. “Aqrar tədarük və təchizat” Açıq Səhmdar Cəmiyyətinin Nizamnaməsinin təsdiq edilməsi barədə Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin Qərarı. Bakı şəhəri, 4 iyul 2019-cu il. № 289. <https://e-qanun.az/framework/42840>

3. Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin “Satılan təşkilatlar tərəfindən ərzaq məhsullarının (dövlət ehtiyatları üçün alınan ərzaq məhsulları istisna olmaqla) mərkəzləşdirilmiş

№ 1/2025

səh.39-48

qaydada dövlət büdcəsinin vəsaitləri hesabına satın alınması Qaydası”nın təsdiq edilməsi barədə Qərarı. Bakı şəhəri, 14 may 2024-cü il. № 257“. <https://e-qanun.az/framework/56905>

4. Azərbaycan 2030: sosial-iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2021-ci il 2 fevral tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmişdir

5. Aliyev İ.H. Aqrar sahənin inkişafının təkmilləşdirilməsi və regionlarda islahatların keyfiyyətə səmərəli aparılması. Bakı 2004, 110 s.

6. Hübətov Y.Ə. Azərbaycanda arıçılıq təsərrüfatlarının təşkili, idarəetmə mexanizminin təkmilləşdirilməsi / Y.Ə.Hübətov. – Bakı, MS-V nəşr, 2024, 258 səh.

7. Алиева А. Г. Влияния финансового кризиса на продовольственный рынок. Проблемы экономики №6, Москва-2009. ст.17-19.

8. <https://www.stat.gov.az>

9. <https://tedaruk.az/supplier>

УДК 330.13.6

ОРГАНИЗАЦИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО РЫНКА И ПРОБЛЕМЫ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

Хайям Натиг оглы Джавадзаде

Азербайджанский Государственный Экономический Университет

hayyam1984@mail.ru

Резюме. Цель исследования – изучить современное состояние аграрных рынков, определить направления влияния нормативно-правовых документов на развитие аграрных рынков и проблемы в этом направлении.

Методология исследования – анализ, системный подход, сравнительный анализ, методы обобщения.

Актуальность исследования – адаптация аграрных рынков к особенностям регионов позволяет устранить проблемы, с которыми сталкиваются производители, работающие в этой сфере, и улучшить снабжение населения страны сельскохозяйственной продукцией.

Результаты исследования – полученные результаты позволяют создать благоприятные условия для организации реализации своей продукции за счет повышения информированности производителей продукции о деятельности сельскохозяйственных рынков в регионах.

Оригинальность и научная новизна исследования – выявлены существующие проблемы развития аграрных рынков, выдвинуты предложения по достижению положительных результатов в этой области за счет ускорения процесса организации рынка и расширения внешнеэкономической деятельности. отношения.

Ключевые слова: аграрный рынок, программы развития регионов, региональные рынки, нормативно-правовые документы.

UDC 330.13.6

ORGANIZATION OF THE AGRICULTURAL MARKET AND REGIONAL DEVELOPMENT PROBLEMS

Khayyam Natig oglu Javadzade

Azerbaijan State University of Economics

hayyam1984@mail.ru

Summary. The purpose of the research is – to examine the current state of agrarian markets, to determine the directions of the impact of regulatory and legal documents on the development of agrarian markets and the problems in this direction.

№ 1/2025

səh.39-48

Methodology of the research – analysis, systematic approach, comparative analysis, generalization methods were used during the research.

The importance of the research – adapting the agricultural markets to the characteristics of the regions can eliminate the problems faced by the producers operating in this field and improve the supply of agricultural products to the country's population.

The results of the research – the obtained results can create favorable conditions for organizing the sale of their products by increasing the awareness of product producers about the activity of agricultural markets in the regions.

The originality and scientific novelty of the research – the existing problems of the development of agrarian markets have been determined, proposals have been put forward to achieve positive results in this field due to the acceleration of the market organization process and the expansion of foreign economic relations.

Keywords: agrarian market, development programs of regions, regional markets, regulatory and legal documents

Redaksiyaya daxilolma: 22.11.2024

Çapa qəbul olunma: 15.04.2025



UOT 658.153

DOI10.30546/JIECM.2025.1.049

KƏND TƏSƏRRÜFATI SEKTORUNA İNVESTİSİYALARIN TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİ ÜÇÜN MALİYYƏ MEXANİZMLƏRİNİN GÜCLƏNDİRİLMƏSİ

Rahil Cabbar oğlu Muradov

Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti
Gəncə şəhəri, Azərbaycan
rahil.muradov@adau.edu.az

Xülasə: Bu məqalə, kənd təsərrüfatı sektorunun inkişafında maliyyə mexanizmlərinin mühüm rolunu təhlil edir. Kənd təsərrüfatı, iqtisadiyyatda əhəmiyyətli bir sahə olmasına baxmayaraq, inkişafında bir sıra çətinliklərlə qarşılaşır. Bu çətinliklərin aradan qaldırılması üçün maliyyə alətlərinin tətbiqi böyük əhəmiyyət daşıyır. Məqalədə subsidiyalar, kreditlər, sığorta və investisiya fondları kimi maliyyə mexanizmlərinin kənd təsərrüfatı sektoruna töhfələri müzakirə edilir. Subsidiyalar, xüsusilə kiçik fermerlər üçün istehsal xərclərinin azaldılması və istehsalın artırılması üçün vacibdir. Lakin bu alətlərin səmərəli istifadəsi üçün diqqətlə idarə olunması lazımdır. Kreditlər, fermerlərə texnologiya tətbiq etmə, məhsuldarlığı artırma və infrastrukturun təkmilləşdirilməsi üçün maliyyə resursları təmin edir. Lakin, ənənəvi maliyyə institutları kənd təsərrüfatını yüksək riskli sahə kimi qiymətləndirdikləri üçün kreditə çıxışda çətinliklər yaranır. Bu problemlərin həlli üçün maliyyə inklüzivliyinin artırılması, mikromaliyyə təşkilatlarının rolu və sığorta sistemlərinin təkmilləşdirilməsi tövsiyə olunur. Güclü maliyyə mexanizmləri və düzgün siyasətlər kənd təsərrüfatı sektorunun davamlı inkişafını təmin etməyə və iqtisadi artıma əhəmiyyətli töhfə verməyə kömək edəcəkdir.

Açar sözlər: Kənd təsərrüfatı, maliyyə mexanizmləri, subsidiyalar, kreditlər, sığorta, ictimai-özəl tərəfdaşlıqlar, maliyyə inklüzivliyi, investisiyalar, məhsuldarlıq, davamlı inkişaf.

Giriş. Kənd təsərrüfatı sektoru global iqtisadiyyatın təməl daşlarından biridir. O, ərzaq, iş yerləri və xammal təmin etməklə yanaşı, kənd yerlərində yaşayan insanların rifahını da dəstəkləyir. Lakin bu sahə bir sıra ciddi çətinliklərlə üzləşir: maliyyəyə çıxışın məhdud olması, dəyişkən iqlim şəraiti və bazar qiymətlərinin qeyri-sabitliyi. Bu çətinliklər kənd təsərrüfatının inkişafını ləngidə və artan ərzaq tələbatını qarşılamadığı çətinləşdirə bilər. Bu problemləri həll etmək və sahəyə investisiya cəlb etmək üçün maliyyə mexanizmlərinin gücləndirilməsi çox vacibdir. Kreditlər, subsidiyalar, sığorta və dövlət-özəl tərəfdaşlıqları kimi maliyyə vasitələri məhsuldarlığı artırmaq, infrastrukturunu yaxşılaşdırmaq və davamlı kənd təsərrüfatı təcrübələrini təşviq etmək baxımından mühüm rol oynayır. Bu məqalədə, bu maliyyə alətlərinin kənd təsərrüfatı sektorunun inkişafına necə kömək edə biləcəyi və iqtisadi böyüməni necə dəstəkləyəcəyi araşdırılır.

Tədqiqatın obyektı. Tədqiqatın obyektı, Azərbaycanın kənd təsərrüfatı sektorunda maliyyə mexanizmlərinin rolunu və bu mexanizmlərin sektorun inkişafı, məhsuldarlığın artırılması və investisiyaların cəlb olunmasında necə təsir göstərdiyini araşdırmaqdır. Tədqiqatda, maliyyə alətlərinin, xüsusən subsidiyalar, kredit imkanları, sığorta və ictimai-özəl tərəfdaşlıqların Azərbaycan kənd təsərrüfatı sahəsindəki funksiyaları və onların dayanıqlı inkişafı dəstəkləməkdəki əhəmiyyəti geniş şəkildə təhlil olunur.

Tədqiqat həmçinin, Azərbaycan kənd təsərrüfatı sektorunda qarşılaşılan maliyyə maneələrinin aradan qaldırılması və bu sahəyə daha çox daxili və xarici investisiyanın cəlb edilməsi üçün mümkün yolları da araşdırır. Subsidiyaların, mikromaliyyə təşkilatlarının fəaliyyətinin genişləndirilməsi, kənd təsərrüfatı banklarının daha çevik kredit şərtləri təqdim etməsi və sığorta xidmətlərinin əlverişliliyinin

artırılması, kənd təsərrüfatı sahəsində dayanıqlı inkişafın təmin edilməsi və uzunmüddətli böyümənin stimullaşdırılması üçün vacib amillərdən biridir.

Tədqiqatın müzakirəsi. Maliyyə mexanizmləri, Azərbaycanın kənd təsərrüfatı sahəsində fermerlər və aqro-bizneslər üçün genişlənmə, innovasiyaların tətbiqi və məhsuldarlığın artırılması məqsədilə lazım olan kapitalın təmin olunmasında çox mühüm rol oynayır. Bu mexanizmlər, həmçinin Azərbaycanın kənd təsərrüfatına investisiyaların cəlb edilməsi və inkişaf etdirilməsi baxımından da əhəmiyyətlidir. Müasir maliyyə alətləri, fermerlərə daha səmərəli istehsal metodlarını tətbiq etməyə, texnologiyalarla bağlı yeni imkanları sınağa və infrastruktur inkişafına sərmayə qoymağa şərait yaradır. Nəticədə, bu yalnız məhsuldarlığın artmasına deyil, həm də iqtisadi cəhətdən daha dayanıqlı və davamlı bir kənd təsərrüfatı sektorunun formalaşmasına səbəb olur.

Lakin, xüsusən kiçik və orta ölçəli fermerlər üçün maliyyəyə çıxış hələ də ciddi bir problem olaraq qalır. Azərbaycanda yüksək faiz dərəcələri, zəif kredit tarixi, habelə girov təminatının təmin edilməsi ilə bağlı ciddi çətinliklər, bu fermerlər üçün maliyyə xidmətlərinə əlçatanlığı məhdudlaşdırır. Kənd təsərrüfatı sektoru, xüsusilə təbii fəlakətlər, bazar qiymətlərinin dəyişməsi və digər amillər səbəbindən yüksək risk daşdığı üçün, maliyyə qurumları bu sahəyə sərmayə yatırmağa ehtiyatla yanaşır. Bu səbəbdən, maliyyə mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi və gücləndirilməsi vacibdir ki, bu, həm sektorda investisiyaların artmasına, həm də daha az riskli maliyyə xidmətlərinin mövcudluğuna gətirib çıxara bilsin [1].

Bu nöqtədə subsidiyalar və qrantlar Azərbaycanın kənd təsərrüfatı sektorunun maliyyə dəstəyində mühüm rol oynayır. Dövlət və yerli hakimiyyətlər, fermerlərin istehsal xərclərini azaltmaq və istehsal həcmi artırmaq məqsədilə kənd təsərrüfatı avadanlıqları, gübrələr, toxumlar və digər vacib məhsullar üzrə subsidiyalar təqdim edirlər. Bu maliyyə dəstəyi, xüsusən inkişaf etməkdə olan regionlarda, yüksək istehsal xərcləri və məhdud bazar çıxışı ilə üzləşən kiçik fermerlər üçün həyati əhəmiyyət kəsb edir. Lakin subsidiyaların səmərəli idarə olunması, yalnız maliyyə dəstəyinə asılılıq yaratmadan, eyni zamanda uzunmüddətli inkişaf üçün davamlı və dayanıqlı maliyyə strukturlarının qurulmasını təmin etməlidir.

Kreditlər və borc imkanları da Azərbaycan kənd təsərrüfatı sahəsi üçün mühüm maliyyə vasitələridir. Lakin, ənənəvi banklar kənd təsərrüfatını yüksək riskli sektor olaraq qiymətləndirdikləri üçün, bu sahəyə kredit verməkdən çəkinirlər. Kənd yerlərində yaşayan və inkişaf etməkdə olan ərazilərdə fəaliyyət göstərən bir çox fermer, əlverişli kreditlərə çıxış əldə etməkdə çətinlik çəkir. Bu vəziyyətin qarşısını almaq və fermerlərin inkişaf etməsi üçün, mikromaliyyə təşkilatları və kənd təsərrüfatı sahəsinə fokuslanan xüsusi banklar daha aşağı faiz dərəcələri ilə, daha çevik şərtlərlə kreditlər təklif edirlər. Bu cür maliyyə xidmətləri fermerlərə avadanlıq, suvarma sistemləri və digər vacib resurslara sərmayə qoymağa imkan verir. Bunun nəticəsində, fermerlər fəaliyyətlərini genişləndirə, məhsuldarlığı artıraraq gəlirlərini yüksəldə və həyat səviyyələrini yaxşılaşdırmağa bilirlər [2].

Sığorta da kənd təsərrüfatı sahəsi üçün əhəmiyyətli maliyyə vasitəsidir, xüsusilə təbii fəlakətlər və iqlim dəyişikliyi ilə üzləşən bölgələrdə. Azərbaycanda quraqlıq, daşqın və fırtınalar kimi hava hadisələri, fermerlər üçün ciddi maliyyə itkilərinə səbəb ola bilər. Kənd təsərrüfatı sığortası bu risklərdən qorunmağa və fermerlərin itkilərini bərpa etmələrinə imkan verir. Son illərdə Azərbaycanın müxtəlif bölgələrində əkin sığortası, heyvandarlıq sığortası və indeks əsaslı sığorta sistemləri tətbiq olunmağa başlanmışdır, lakin bu sistemlərin daha geniş yayılması üçün əlavə təşviq və dəstək tələb olunur. Həmçinin, sığortanın əlverişliliyi və əldə edilməsi hələ də bəzi regionlarda problem olaraq qalır və bu məsələnin həlli üçün daha məqsədyönlü siyasətlər tələb olunur.

Bundan əlavə, kənd təsərrüfatına yönəlmiş investisiya fondları, sektora kapital cəlb etməyin effektiv yollarından biridir. Bu fondlar, özəl və dövlət investisiyalarını birləşdirərək, kənd təsərrüfatı startaplarına və aqro-bizneslərə risk kapitalı və borc maliyyələşdirməsi təqdim edir. Bu fondlar, xüsusilə aqri-texnologiya, dəqiq əkinçilik, iqlimə uyğun təcrübələr və davamlı istehsal üsullarının inkişafını dəstəkləyərək, sektorda yenilikləri təşviq edir. Investisiya fondlarının mövcudluğu, kənd təsərrüfatı sektorunun kapital mənbələrini şaxələndirir və yüksək təsirli layihələrin həyata keçirilməsini sürətləndirir [3].

Kənd təsərrüfatında maliyyə xidmətlərinə çıxışı və investisiyaların artırılmasını təmin etmək üçün bir neçə təklif irəli sürülə bilər. Kənd yerlərində, fermerlərin bank xidmətlərinə çıxışda qarşılaşdıqları maneələri aşmaq üçün maliyyə inklüzivliyi artırılmalıdır. Bu, mobil bankçılıq və rəqəmsal maliyyə həlləri vasitəsilə asanlaşdırıla bilər. Eyni zamanda, fermerlərin maliyyə savadlılığının artırılması, onların mövcud maliyyə məhsulları haqqında düzgün qərarlar qəbul etmələrinə və maliyyə resurslarını daha effektiv idarə etmələrinə kömək edəcəkdir.

Hökumətlər və maliyyə institutları, kənd təsərrüfatı sektorunun qarşılaşdığı riskləri azaltmaq üçün risk paylaşımı mexanizmləri yaratmalıdırlar. Sığorta və iqlim riski maliyyələşdirmə mexanizmləri kimi proqramlar, kənd təsərrüfatı investisiyalarını həm fermerlər, həm də investorlar üçün daha cəlbedici edir. Eyni zamanda, ictimai-özəl tərəfdaşlıqların inkişafı, davamlı kənd təsərrüfatı inkişafını və infrastrukturun təkmilləşdirilməsini təşviq etməyə kömək edəcəkdir[5].

Nəticə. Tədqiqatın nəticələri göstərir ki, Azərbaycan kənd təsərrüfatı sektorunun davamlı inkişafı üçün maliyyə mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi həyati əhəmiyyət kəsb edir. Subsidiyalar, kreditlər, sığorta və investisiya fondları kimi maliyyə vasitələri, xüsusən kiçik və orta ölçəli fermerlər üçün vacib resurslara çıxış təmin edir. Bu maliyyə alətləri, fermerlərə müasir texnologiyaların tətbiqi, məhsuldarlığın artırılması və kənd təsərrüfatı infrastrukturunun gücləndirilməsi sahəsində dəstək verir. Nəticədə, bu mexanizmlər, sektorun inkişafını sürətləndirərək, həmçinin Azərbaycanın kənd təsərrüfatı sahəsində dayanıqlı böyümə və gələcəkdəki inkişaf potensialını təmin etməyə kömək edir.

Lakin, Azərbaycanın kənd yerlərində və xüsusən kiçik fermerlər arasında maliyyə xidmətlərinə çıxış hələ də ciddi çətinliklərlə üzləşir. Yüksək faiz dərəcələri, məhdud kredit tarixi, və girov təminatı kimi maneələr, bu çətinliklərin əsas səbəbləri arasında yer alır. Bu səbəbdən, fermerlər öz fəaliyyətlərini genişləndirmək və müasir texnologiyalardan istifadə etməkdə çətinlik çəkirlər. Azərbaycan hökumətinin bu məsələləri həll etmək üçün atacağı addımlar böyük əhəmiyyət daşıyır.

Tədqiqatın nəticələrinə əsaslanaraq, maliyyə inklüzivliyinin artırılması, mikromaliyyə təşkilatlarının və kənd təsərrüfatı banklarının fəaliyyətinin genişləndirilməsi və sığorta xidmətlərinin əlverişliliyinin yaxşılaşdırılması vacibdir. Bu tədbirlər, kənd təsərrüfatı sahəsinə olan maliyyə dəstəyinin daha əlçatan olmasını təmin edəcək və fermerlərin maliyyə xidmətlərindən istifadə etmələrini asanlaşdıracaq. Bundan əlavə, fermerlərin maliyyə savadlılığının artırılması və onlara düzgün maliyyə qərarları qəbul etmək bacarıqlarının inkişaf etdirilməsi, kənd təsərrüfatı sahəsində resursların daha səmərəli idarə olunmasına imkan yaradacaqdır [4].

Azərbaycanın kənd təsərrüfatı sektorunda maliyyə mexanizmlərinin düzgün və təsirli şəkildə tətbiqi, yalnız yerli istehsal artırmaqla qalmayacaq, həm də bu sahəyə xarici və daxili investisiyaların cəlb olunmasına şərait yaradacaqdır. Bu isə öz növbəsində, ərzaq təhlükəsizliyinin təmin olunmasına, kənd təsərrüfatının iqtisadi inkişafına və Azərbaycan kəndlərinin sosial-iqtisadi vəziyyətinin yaxşılaşmasına böyük təsir göstərəcəkdir. Azərbaycanın kənd təsərrüfatı sektorunda inkişafı sürətləndirmək və onu dünya bazarlarında rəqabətə davamlı etmək üçün bu maliyyə mexanizmlərinin gücləndirilməsi və daha müasir şəkildə tətbiq edilməsi olduqca vacibdir.

ƏDƏBİYYAT

1. Ataşov B.X. Maliyyə bazarları. Kooperasiya nəşriyyatı. Bakı 2016. Səh. 456.
2. Sadiqov M., Hüseynov M., Həsənov H. Kənd təsərrüfatının maliyyəsi. Gəncə, ADAU nəşriyyatı - 2012. səh. 200
3. Sadiqov M.M. Maliyyə potensialı: formalaşma və aqrar sahənin prioritetliyi, Bakı, 2009, səh. 294
4. Həsənov E. (2017). *İnvestisiya Strategiyaları və İqtisadi İnkişaf*. Bakı: Qlobal İqtisadiyyat, səh.100-115.
5. Прудников А.Г., Трубилин А.И., Черник А.А. Методологические проблемы анализа и оценки финансового состояния аграрных формирований. Краснодар: КубГАУ, 2010. с. 251

УДК 658.153

УЛУЧШЕНИЕ ФИНАНСОВЫХ МЕХАНИЗМОВ ДЛЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО**Азербайджанский Государственный Аграрный Университет
город Гянджа, Азербайджан**[рахил.муратов@adau.edu.az](mailto:rahil.muradov@adau.edu.az)

Резюме. В статье анализируется ключевая роль финансовых механизмов в развитии сельского хозяйства. Несмотря на важность сельского хозяйства для экономики, данный сектор сталкивается с рядом проблем в своем развитии. Применение финансовых инструментов имеет большое значение для преодоления этих трудностей. В статье рассматривается вклад таких финансовых механизмов, как субсидии, кредиты, страхование и инвестиционные фонды, в сельское хозяйство. Субсидии особенно важны для снижения производственных расходов и увеличения объемов производства для мелких фермеров. Однако эти инструменты должны использоваться с осторожностью для обеспечения их эффективного применения. Кредиты предоставляют фермерам финансовые ресурсы для внедрения технологий, повышения производительности и улучшения инфраструктуры. Однако традиционные финансовые учреждения часто считают сельское хозяйство высокорисковым сектором, что создает трудности при получении кредитов. Для решения этих проблем рекомендуется повысить финансовую инклюзивность, расширить роль микрофинансовых учреждений и улучшить системы страхования. Сильные финансовые механизмы и грамотно управляемая политика будут способствовать устойчивому развитию сельского хозяйства и стимулировать экономический рост.

Ключевые слова: Сельское хозяйство, финансовые механизмы, субсидии, кредиты, страхование, государственно-частные партнерства, финансовая инклюзивность, инвестиции, производительность, устойчивое развитие.

UDC658.153

IMPROVING FINANCIAL MECHANISMS TO ENHANCE INVESTMENTS IN THE AGRICULTURAL SECTOR**Rahil Jabbar oglu Muradov
Azerbaijan State Agrarian University
Ganja city, Azerbaijan**rahil.muradov@adau.edu.az

Summary This article analyzes the crucial role of financial mechanisms in the development of the agricultural sector. Despite being a significant sector in the economy, agriculture faces several challenges in its development. The application of financial instruments is of great importance to overcome these challenges. The article discusses the contributions of financial mechanisms such as subsidies, loans, insurance, and investment funds to the agricultural sector. Subsidies are particularly important for reducing production costs and increasing output for small farmers. However, these instruments need to be carefully managed to ensure their effective use. Loans provide farmers with financial resources to implement technology, increase productivity, and improve infrastructure. However, traditional financial institutions often consider agriculture to be a high-risk sector, which creates difficulties in accessing loans. To address these issues, it is recommended to increase financial inclusivity, expand the role of microfinance institutions, and improve insurance systems. Strong financial mechanisms and well-managed policies will contribute significantly to ensuring the sustainable development of the agricultural sector and promoting economic growth.

Keywords: Agriculture, financial mechanisms, subsidies, loans, insurance, public-private partnerships, financial inclusivity, investments, productivity, sustainable development.

Redaksiyaya daxilolma: 22.11.2024

Çapa qəbul olunma: 15.04.2025



UOT 342.18

DOI 10.30546/JIECM.2025.1.053

BİZNES SFERASINDA KİÇİK SAHİBKARLIQ SUBYEKTLƏRİNİN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ

Cavid Məcid oğlu Cəfərov, Məhərrəm Cəlal oğlu Hüseynov

Azərbaycan Texnologiya Universiteti
Gəncə şəh., Ş.İ.Xətai pr., 103
cavidcafarov56@gmail.com

Xülasə: Ölkəmizdə kiçik biznesin uzunmüddətli inkişafı üçün dövlət dəstəyi, həm yerli, həm də xarici investisiyaların cəlb edilməsi, yenilik; kiçik və orta sahibkarlar üçün gəlir vergisi dərəcələrinin aşağı salınması. zəruridir: Həmçinin bürokratiyanın kiçik biznesə təsirini minimuma endirmək, qeydiyyat prosedurunu mümkün qədər sadələşdirmək, tənzimləyici orqanların və yoxlamaların sayını azaltmaq, lisenziyalı fəaliyyət növlərinin və məhsulların sayının azaldılması prosesini davam etdirmək lazımdır. Belə ki, hazırda kiçik və orta biznesin inkişafına mane olan bir sıra problemlər var, ona görə də gələcəkdə dövlət dəstəyinin maliyyə resurslarını artırmaq, vergi dərəcəsini aşağı salmaq, investorları cəlb etmək və öz biznesini yaratmaq motivasiyasını artırmaq lazımdır.

Açar sözlər: kiçik və orta biznes, inkişaf perspektivləri, yeni şərtlər, innovasiya, vergitutma, sahibkarlıq, dövlət dəstəyi, investisiya.

Giriş: Son iyirmi ildə Azərbaycan Respublikasında iqtisadiyyatın yeni sektoru - kiçik və orta müəssisələr yaradılmışdır. Bu günə kimi onun milli iqtisadiyyatda rolu və əhəmiyyəti xeyli artmışdır. Bəzi göstəricilərə görə ölkəmizdə sahibkarlıq Avropa İttifaqı ölkələri və ABŞ ilə müqayisə oluna biləcək səviyyəyə çatıb. Aİ-nin KOBİ İllik Hesabatına əsasən, KOBİ-lər Aİ-yə üzv dövlətlərin iqtisadiyyatının onurğa sütunu olaraq qalır [1].

Əgər ümumilikdə 21 milyona yaxın müəssisə varsa, onların 99%-dən çoxu kiçik və orta sahibkarlıq, yəni 250-dən az işçisi olan müəssisələrdir. KOM sektorunda böyük əksəriyyəti - 92,1%-i 10 nəfərdən az işçisi olan mikro müəssisələrdir [2].

Mövzunun aktuallığı. Tədqiqatın aktuallığı onunla müəyyən edilir ki, bazar transformasiyası yolunu tutmuş müasir Azərbaycanda iqtisadiyyatın bu xüsusi sektorunun potensialı sistemli böhranın nəticələrini yumşaltmaq və keçid üçün katalizator rolunu oynayır. proseslər, hələ istifadə olunmayıb. Dünya təcrübəsi göstərir ki, kiçik biznes bazar konyukturasının dəyişməsinə çevik reaksiya vermək, potensial işsizlərin böyük kütləsini mənimsəmək, cəmiyyətin sosial cəhətdən həssas təbəqələrini işlə təmin etmək, iri müəssisələr tərəfindən istifadə olunmayan avadanlıqları istehsal prosesinə cəlb etmək, büdcə gəlirlərinin sabit və əhəmiyyətli mənbəyidir.

Ölkədə istehsalın təmərküzləşməsi, müəssisələrin konsolidasiyası və idarəetmənin mərkəzləşdirilməsi prosesləri baş verdi, nəticədə iqtisadiyyatımız dünyada ən mərkəzləşdirilmiş və inhisarlaşmış iqtisadiyyatlardan birinə çevrildi. İqtisadiyyatda dövlət inhisarçılığı uzunmüddətli elmi-texniki durğunluğun, sənayemizin bir çoxunun elmi-texniki yeniliklərə həssas olmamasının, istehsalçıların sosial asılılığının və laqeydliyinin əsas səbəblərindən biri, kiçik müəssisələrin inkişafı yolunda əsas maneə idi.

Hələ indi də ölkədə kiçik müəssisələrə dövlət dəstəyi mexanizmi - bazar iqtisadiyyatının bu ən riskli sahəsi hələ formalaşmayıb, kiçik sahibkarlarla dövlətin maraqlarını birləşdirən sistem yoxdur. İnkişaf etmiş ölkələrdə mövcud olan kredit, maliyyə, vergi, investisiya, texnoloji, informasiya, kadr və digər dövlət dəstəyi Azərbaycanda hələ də son dərəcə qeyri-kafi istifadə olunur. Nəticədə iqtisadi fəaliyyətə cəlb olunma ləngiyir.

Beləliklə, problemin aktuallığı və elmi əsaslandırılmış tövsiyələrə praktikanın ehtiyacı dissertasiya tədqiqatının mövzusunun seçilməsini, məqsəd və vəzifələrinin qoyulmasını müəyyənləşdirdi.

Tədqiqatın məqsədi. Azərbaycanda kiçik biznesin və sahibkarlığın inkişafına mane olan əsas tendensiyaları və amilləri müəyyən etmək, habelə bu inkişafa dövlət dəstəyinin metod və formalarını hazırlamaqdır.

Məqsəd aşağıdakı vəzifələrin formalaşdırılması və həllini müəyyənləşdirdi:

- inkişaf etmiş bazar iqtisadiyyatı olan ölkələrdə kiçik və orta sahibkarlığın formalaşması prosesini və mövcud vəziyyətini araşdırmaq;

- sənayeləşmiş ölkələrdə, eləcə də Azərbaycanda kiçik biznesə dövlət dəstəyinin mövcud sistemlərini təhlil etmək;

- kiçik və orta sahibkarlığa dövlət dəstəyinin təhlilinə əsaslanaraq və inkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsindən istifadə edərək, kiçik biznesin uğurlu inkişafına töhfə verən dövlət dəstəyi üsullarını inkişaf etdirmək.

Tədqiqat obyektı. Azərbaycanda kiçik biznes və sahibkarlıq, onların dövlət dəstəyinin təsisatları və mexanizmləri, xüsusiyyətləri və inkişaf amilləridir. Tədqiqatın predmeti, əlavə olaraq, institutların təkmilləşdirilməsi və inkişafı üçün mümkün istiqamətlər, eləcə də gələcəkdə kiçik biznesə dövlət dəstəyi mexanizmləridir.

Tədqiqat metodları Tədqiqatın əsasını yerli və xarici iqtisadçı-alimlərin bu sahədə apardıqları tədqiqatlar, Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin Fərman və sərəncamları, Dövlət Statistika Komitəsinin, Azərbaycan Respublikasının Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinin materialları təşkil edir.

Tədqiqat işinin metodoloji əsasını aşağıdakılar təşkil edir: ümumi elmi metodologiya (sistemli, kompleks, məntiqi, struktur-funksional yanaşmalar); iqtisadi və statistik təhlil üsulları (müqayisəli, qruplaşdırma və s.), makroiqtisadi təhlil və s.

MATERİALLAR VƏ MÜZAKİRƏLƏR

Kiçik və orta bizneslə bağlı problemlərin ciddiliyinə baxmayaraq, gələcək inkişaf perspektivləri var. İlk növbədə aşağıdakı problemləri həll etmək lazımdır:

- bürokratiyanın kiçik biznesə təsirini minimuma endirmək;

- qeydiyyat prosedurunun mümkün qədər sadə etmək;

- tənzimləyici orqanların və yoxlamaların sayını azaltmaq;

- lisenziyalı fəaliyyət növlərinin və məhsulların sayının azaldılması prosesinin davam etdirilməsi.

Yaxın gələcəkdə İT texnologiyaları, ticarət və bütün növ iqtisadi layihələr ən fəal şəkildə inkişaf edəcəkdir. İT bazarına gəlincə, onun genişlənməsi və təkmilləşdirilməsi qanunauyğunluqdur. Mütəxəssislərin dediyi kimi, bazar hələ də doymaqdan çox uzaqdır və istifadəçi daim daha çox tələb edir. Bu, İnternetə çıxışa da aiddir (minlərlə yaşayış məntəqəsi buna ehtiyac duyur və yalnız Ümumdünya İnternetə qoşulmaq imkanı əldə etmək üçün yaxşı pul ödəməyə hazırdır).[1].

Getdikcə daha çox müəssisə və fərdi istifadəçilər xərcləri azaltmaq və bizneslərini genişləndirmək üçün tezliklə bu müasir texnologiyalara müraciət edəcəklər.

Kiçik biznesin əsas xüsusiyyəti onun iştirakçılarının çevikliyidir. Daim dəyişən bazarda və buna görə də dəyişən şərtlərdə kiçik müəssisələr özləri üçün minimum itki ilə mümkün qədər tez yeni şəraitə uyğunlaşmalıdırlar.

Kiçik müəssisələr hər bir işçinin yüksək marağı ilə xarakterizə olunur, çünki müəssisənin səmərəliliyi onun ayrı-ayrı üzvlərinin fəaliyyəti ilə birbaşa bağlıdır.

Kiçik müəssisələr yeni iş yerləri yaradır və bununla da ölkədə işsizliyi azaldır. Ona görə də dövlət kiçik biznesin dəstəklənməsində və inkişaf etdirilməsində maraqlıdır.

Kiçik biznesə dövlət dəstəyi proqramları olduqca müxtəlifdir.

Sahibkarlığa dövlət dəstəyinin əsas istiqamətləri bunlardır:

- qrantlar;
- subsidiyalar;

- biznes inkubatorların yaradılması;
- zəmanət və digər vəsait növləri.

Kiçik biznesin rolundan danışarkən qeyd etmək lazımdır ki, kiçik müəssisələr iqtisadiyyatın ikinci dərəcəli sahəsidir. Kiçik biznes iqtisadi struktura, rəqabət mühitinə və sosial əmək bölgüsünə məhdud şəkildə daxil edilir. Üstəlik, müasir dinamik həyatda onun rolu durmadan artır. İnkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsinin göstərdiyi kimi, əgər əvvəllər kiçik müəssisələr çoxlarının öz bizneslərini açmaq istəyi nəticəsində yaradılırdısa, hazırda kiçik müəssisələrin yaradılması təşəbbüsü çox vaxt iri şirkətlər tərəfindən həyata keçirilir və bu şirkətlər onlara müəyyən işləri həvalə edirlər. istehsal növləri və ya bazarla sıx əlaqələrin qurulması. Bəzi kiçik və orta müəssisələr müqavilə və subpodrat sistemləri, franşayzinq sistemi vasitəsilə iri istehsal komplekslərinə daxil edilir, iri şirkətlər isə kiçik firmaların müştəriləri, sonuncular isə iri şirkətlərin təchizatçılarıdır.

Hazırda kiçik müəssisələr ticarət sektoruna çox diqqət yetirirlər. Müəssisələrin demək olar ki, dördüdə biri (kiçik müəssisələrin 24 faizi) bu sahəyə aiddir. Daşınmaz əmlak alqı-satqısı, kirayə və xidmətlərlə bağlı kiçik bizneslər (21%) da əhəmiyyətli inkişafdadır. Kiçik müəssisələrin 14%-i tikintidə cəmləşib. Mədənin payı cəmi 1%, elektrik enerjisi, qaz və suyun istehsalı və paylanması? 2%. Ümumilikdə digər fəaliyyət növləri ilə məşğul olan kiçik müəssisələrin xüsusi çəkisi cəmi 38 faiz təşkil edib.

Kiçik biznesin inkişafına bir sıra amillər mane olur [3, 4]:

Birincisi, bunlar müəssisənin qeydiyyatı, lisenziyaların alınması, bank hesablarının açılması, arayışların toplanması və digər inzibati maneələrlə bağlı sırf texniki problemlərdir.

İkincisi, kiçik biznesin normal inkişafına zəif maddi-texniki baza mane olur: binaların, avadanlıqların, müasir texnologiyaların, ixtisaslı kadrların, hüquqi təminatın, etibarlı məlumatların olmaması və ya yolverilməzliyi, kiçik biznesin dəstəklənməsi proqramlarında dövlətin iştirakı.

Üçüncüsü, gəlirlərin və kapitalın leqallaşdırılması, vergidən yayınma, ikili mühasibat uçotu ilə bağlı maliyyə problemləri kiçik sahibkarlığa ciddi təsir edir.

Dördüncüsü, bu, biznesin inkişafı və kapital dövriyyəsinə xidmət üçün kreditlərin alınması problemidir. Vergi siyasətinin sahibkarlığın maliyyə dəstəyində böyük rol oynayacağı gözlənilir. Vergi sistemi müəssisələrin texniki səviyyəsinin yüksəldilməsinə, istehlak bazarının doymasına, təkrar ehtiyatlardan istifadə edən sənaye sahələrinin inkişafına təkan verməlidir və bununla da ətraf mühitin yaxşılaşdırılmasına töhfə verməlidir. Zəngin əmək ehtiyatlarına malik regionlarda azad əməyi özünə cəlb edən sahibkarlığın inkişafının vergi güzəştləri ilə stimullaşdırılması məqsədəuyğundur.

Ölkədə istehsal sahibkarlığı təsərrüfat mexanizminin əsasına çevrilməyə qədər, dövlət istehsal mühitinin formalaşdırılması üçün bütün iqtisadi, hüquqi, sosial, təşkilati-taktiki tədbirləri özündə əks etdirən investisiya cəlbəedici şərait yaratmayınca, kiçik sahibkarlıq fəaliyyətini dayandırmayacaq. öz potensialını tam reallaşdırma bilən və ya birtərəfli, əsasən yalnız ticarət və sahibkarlıq fəaliyyəti formasında inkişaf edəcək.

Kiçik biznes və ya kiçik sahibkarlıq, kütləvi saylarına görə ölkənin sosial-iqtisadi və qismən siyasi inkişaf səviyyəsini müəyyən edən kiçik sahibkarların ən böyük təbəqəsini təmsil edir. Həyat səviyyəsinə və sosial vəziyyətinə görə onlar əhalinin əksəriyyətinə aiddir, eyni zamanda geniş çeşiddə mal və xidmətlərin həm birbaşa istehsalçısı, həm də istehlakçısıdır. Kiçik biznes sektoru əsasən yerli bazarlarda fəaliyyət göstərən və mal və xidmətlərin kütləvi istehlakı ilə birbaşa əlaqəli olan ən geniş müəssisələr şəbəkəsini təşkil edir. Kiçik müəssisələrin kiçik ölçüsü, texnoloji, istehsal və idarəetmə çevikliyi ilə birlikdə bu, onlara dəyişən bazar şərtlərinə həssas və vaxtında reaksiya verməyə imkan verir.

Kiçik biznes sektoru hər hansı inkişaf etmiş iqtisadi sistemin ayrılmaz, obyektiv zəruri elementidir, onsuz iqtisadiyyat və bütövlükdə cəmiyyət normal mövcud ola və inkişaf edə bilməz. Baxmayaraq ki, hər hansı inkişaf etmiş dövlətin "siması" iri korporasiyalardan ibarətdir və güclü iqtisadi qüvvənin – iri kapitalın olması? əsasən elmi-texniki və istehsal potensialının səviyyəsini müəyyən edir, bazar iqtisadi sistemi olan ölkələrdə həyatın əsl əsasını biznes həyatının ən geniş yayılmış, dinamik və çevik forması kimi kiçik müəssisələr təşkil edir; Məhz kiçik biznes sektorunda

milli resursların əsas hissəsi yaradılır və dövrüyyəyə buraxılır ki, bu da orta və böyük biznes üçün zəmindir.

Yüksək uyğunlaşma qabiliyyəti və ölkənin daxili bazarının demək olar ki, bütün sahələrinin kütləvi şəkildə əhatə olunması iqtisadi inkişafın davamlılığını təmin edir və siyasi ab-havanın sabitliyinə töhfə verir.

İqtisadiyyatı inkişaf etmiş ölkələrdə kiçik və orta biznesin uğurlu inkişafının səbəblərindən biri də iri istehsalın kiçik istehsala qarşı olmamasıdır. İnkişaf etmiş ölkələrdə iri və kiçik müəssisələr arasında kooperasiya prinsipi becərilir və böyük birliklər orada kiçik biznesi sıxışdırmır, əksinə, bir-birini tamamlayır.

Nəticə. Tədqiqat nəticəsində aydın olur ki, yaxın gələcəkdə ölkə sahibkarlığına dövlət dəstəyi sahəsində yeni tendensiya mühəndislik mərkəzlərinə dəstək olacaq. Hazırda İqtisadi İnkişaf Nazirliyinin nümayəndələri bu istiqamətdə fəal iş aparırlar.

Belə ki, hazırda ölkəmizdə kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına mane olan bir sıra problemlər mövcuddur. Dövlət bu məsələ ilə bağlı kompleks tədbirlər görür, lakin onlar kiçik və orta biznesi iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrdə təmsil olunan səviyyəyə çatdırmaq üçün kifayət etmir. Ona görə də gələcəkdə dövlət dəstəyinin maliyyə resurslarını artırmaq, vergi dərəcəsini aşağı salmaq, investorları cəlb etmək, öz biznesini yaratmaq üçün motivasiyanı artırmaq lazımdır.

İqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrdə müəssisələrin ümumi sayının 80-93%-i kiçik biznes sahəsində fəaliyyət göstərir, iqtisadi fəal əhalinin 5070%-ə qədəri bu sektorda cəmləşib, ümumi daxili məhsulun təxminən yarısı istehsal olunur. Məhz yeni bazar boşluqlarını fəal şəkildə araşdıran kiçik müəssisələrdir, onlar istehlakçılara maksimum yaxınlıq, onların istəklərinə çevik və tez cavab vermək, bazar şəraitindəki dəyişikliklərə uyğunlaşmaq qabiliyyəti ilə seçilir. Kiçik biznes sahibkarlıq fəaliyyətinin ən dinamik formasıdır, burada yenidən təşkili, yeni müəssisələrin yaradılması, səmərəsiz müəssisələrin ölümü prosesləri daim və fəal şəkildə gedir.

Kiçik biznes sektorunun böyük sosial-iqtisadi əhəmiyyətini nəzərə alaraq, inkişaf etmiş və sürətlə inkişaf edən ölkələrin hökumətləri sosial-iqtisadi siyasətlərini formalaşdırarkən əhalinin böyük əksəriyyətinin maraqlarını təmin edən kiçik biznesin dəstəklənməsi məsələlərinə xüsusi diqqət yetirirlər. həyati şəkildə bağlıdırlar. Kiçik biznes sahəsində səmərəli dövlət siyasəti mütərəqqi sosial-iqtisadi transformasiyaların və bütövlükdə cəmiyyətin demokratikləşməsinin əsasını təşkil edir.

Azərbaycanda kiçik biznes müstəqil sosial-iqtisadi fenomen kimi çətin şəraitdə və müəyyən siyasi mühitdə inkişaf edərək 10 ilə yaxındır ki, mövcuddur. Azərbaycanda kiçik müəssisələrin yaşaması və inkişafı probleminin kəskinləşməsi obyektiv xarici şəraitin təsiri ilə bağlıdır (ölkədə böhranlı iqtisadi vəziyyət, inkişaf etməmiş qanunvericilik, kiçik müəssisələrə dövlət dəstəyi sisteminin təknil olmaması, maliyyə və əmtəə iqtisadiyyatının qeyri-sabitliyi). bazarlar, investisiyaların olmaması və istehsal və maliyyə resurslarına çıxışın məhdudluğu, qarşılıqlı ödənişlərin aparılmaması, cəmiyyətin kriminallaşması və s.) və daxili amillər (kiçik müəssisələrin zəifliyi, onların maliyyə, texniki, kadr, idarəetmə potensialının kifayət qədər olmaması, müəssisələrin rəqabət qabiliyyətinin aşağı olması) məhsullar).

Azərbaycan hələ də ənənəvi sənayelərdə iri maliyyə və sənaye strukturlarını dəstəkləməyə yönəlmiş dövlət-inhisar iqtisadi sistemini saxlayır. Bu iqtisadi sistemdə kiçik müəssisələrə ikinci dərəcəli, tabeli rol verilir. Kiçik biznesin obyektiv olaraq daha az əlverişli vəziyyəti kiçik biznesin iqtisadiyyatda rolunun lazımı səviyyədə qiymətləndirilməməsi ilə daha da ağırlaşır.

Tədqiqatın elmi yeniliyi: Aparılan tədqiqat işinin elmi yenilikləri aşağıdakılardan ibarətdir:

Seçilmiş mövzuya kompleks, sistemli yanaşma kiçik biznesin və sahibkarlığın formalaşması və inkişafının əsas tendensiyalarını müəyyən etməyə imkan verdi. Sənayeləşmiş ölkələrdə, konkret məlumatların və bu inkişafa dövlət dəstəyi mexanizminin təhlili əsasında aşağıdakı nəticələr əldə edilmişdir:

1. Kiçik və orta biznesin inkişafının səkkiz mərhələsi müəyyən edilir və təhlil edilir;
2. Kiçik və orta biznesin struktur və sənaye təhlili aparılıb, bunun nəticəsində kiçik və orta biznesin inkişafını məhdudlaşdıran amillər müəyyən edilib sistemləşdirilib;

3. Kiçik müəssisələrin seçmə tədqiqatları metodologiyasının çatışmazlıqları müəyyən edilmiş və onun təkmilləşdirilməsi üçün tövsiyələr təklif edilmişdir;

4. Kiçik və orta biznesə dövlət dəstəyi konsepsiyası və mexanizminin əsas aspektləri işlənib hazırlanmış və əsaslandırılmışdır;

5. Kiçik müəssisələr qruplarına dövlət dəstəyinə differensial yanaşmanın obyektiv ehtiyacı əsaslandırılır;

6. İlk dəfə olaraq a kiçik sahibkarlığa dəstək infrastrukturunun və onun əsas elementlərinin rolu və spesifik xüsusiyyətləri tədqiq edilmişdir;

7. Kiçik sahibkarlığa dəstək infrastrukturunun məqsədyönlü təkmilləşdirilməsi istiqamətləri və ehtiyacları əsaslandırılır, gələcəkdə kiçik biznesin səmərəli inkişafına kömək edən infrastrukturun yaradılması üçün tədbirlər təklif edilir.

Tədqiqat işinin tətbiqi əhəmiyyəti. onun nəticələrini və tövsiyələrini Azərbaycanda kiçik biznesin tənzimlənməsi üçün qanunvericilik, normativ hüquqi və metodoloji bazanın təkmilləşdirilməsində tətbiq etmək imkanındadır. Dissertasiya materiallarından dövlət, regional və yerli səviyyədə kiçik biznesə dəstək proqramlarının formalaşdırılmasında, habelə ali təhsildə sosial-iqtisadi fənlərin tədrisində və mütəxəssis hazırlığı sistemində istifadə etmək məqsədəuyğun görünür.

Kiçik və orta sahibkarlığa dövlət dəstəyinin xarici təcrübəsinin təhlili nəticəsində kiçik biznesin səmərəli inkişafı üçün təşkilati və iqtisadi şəraitin yaxşılaşdırılması üçün regionların xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq praktiki istifadə üçün tövsiyələr və yanaşmalar hazırlanmışdır.

Tədqiqat işinin iqtisadi səmərəsi. Əsas müddəa və nəticələr kiçik biznes strukturlarının inkişafında nəzəri və praktiki problemlərin gələcək inkişafı üçün istifadə edilə bilər. Dissertasiya materialları ölkə universitetlərində bir sıra iqtisadi fənlərin tədrisində öz tətbiqini tapa bilər.

Yaxın 5-6 ildə kiçik biznes müəssisələrinin belə inkişaf səviyyəsinə nail olmaq tamamilə mümkündür, lakin bunun üçün dövlət kiçik biznes təşkilatları ilə sıx əməkdaşlıq şəraitində məqsədyönlü və səmərəli dövlət siyasəti tələb olunur.

Kiçik biznesə aktiv dövlət dəstəyi sosial gərginliyi minimuma endirəcək, kiçik biznes sektorunda çoxlu yeni yüksək maaşlı iş yerləri yaradacaq və digər sektorlarda işsizliyin artımını kompensasiya edəcək.

Kiçik biznes sahəsində dövlət siyasəti Azərbaycanın milli maraqlarını əks etdirməli və ölkənin inkişafının cari və gələcək mərhələlərinin sosial-iqtisadi məqsədlərinə nail olmağa yönəldilməlidir. Kiçik sahibkarlığa dövlət dəstəyi bu siyasətin həyata keçirilməsi vasitəsidir. “Dövlət dəstəyi” dedikdə kiçik müəssisələrin inkişafı üçün dövlət tərəfindən şüurlu iqtisadi stimullar və hüquqi şərait yaradılmasını başa düşməliyik.

ƏDƏBİYYAT

1. Həsənov H.N., (2016), “Biznesin inkişaf strategiyası”, Bakı, “İqtisad Universiteti”, 636 səh.
2. Əhmədov M., Hüseyn A. İqtisadiyyatın dövlət tənzimlənməsinin əsasları. Bakı, 2011.
3. Радюкова Я. Ю., Смолина Е. Э. Камень раз, камень два. Трансформация естественных монополий в экономике России // Российское предпринимательство. Москва, 2004. №6. С. 64-67.
4. Перевертова Т.А. К вопросу обеспечения конкурентоспособности российских предприятий сахарной промышленности // Экономика. Социология. Право. Москва, 2008. № 8
5. Радюкова Я. Ю. Модернизация государственной политики: усиление регулирования деятельности естественных монополий // Известия Юго-Западного государственного университета. №6 (39). 2011. Ч. 1. С. 145-149.

УДК342.218

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО БИЗНЕСА В БИЗНЕС-СФЕРЕ

Джавид Меджид оглы Джафаров, Магеррам Джалал оглы Гусейнов
Азербайджанский Технологический Университет
г. Гянджа, пр. Ш.И.Хатаи, 103
cavidcafarov56@gmail.com

Резюме. Государственная поддержка долгосрочного развития малого и среднего бизнеса в нашей стране, привлечение как местных, так и иностранных инвестиций, инноваций; снижение ставок налога на прибыль для малых и средних предприятий. Необходимо: Также необходимо минимизировать влияние бюрократии на малый бизнес, максимально упростить процедуру регистрации, сократить количество контролирующих органов и проверок, продолжить процесс сокращения количества лицензируемых видов деятельности. и продукты. В настоящее время существует ряд проблем, которые сдерживают развитие малого и среднего бизнеса, поэтому в перспективе необходимо увеличить финансовые ресурсы государственной поддержки, снизить ставку налога, привлечь инвесторов и повысить мотивацию к создать собственный бизнес.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, перспективы развития, новые условия, инновации, налогообложение, предпринимательство, государственная поддержка, инвестиции.

UDC 342.218

MARKETINGROLEINAGRICULTURALDEVELOPMENT

Javid Majid oglu Jafarov, Maharram Jalal oglu Huseynov
Azerbaijan University of Technology
103, Sh.I. Khatai Ave., Ganja city
cavidcafarov56@gmail.com

Summary. State support for the long-term development of small and medium-sized businesses in our country, attraction of both local and foreign investments, innovation; reduction of income tax rates for small and medium-sized enterprises. necessary: It is also necessary to minimize the impact of bureaucracy on small business, to simplify the registration procedure as much as possible, to reduce the number of regulatory bodies and inspections, and to continue the process of reducing the number of licensed activities and products. Currently, there are a number of problems that hinder the development of small and medium-sized businesses, therefore, in the future, it is necessary to increase the financial resources of state support, lower the tax rate, attract investors and increase the motivation to create one's own business.

Keywords: marketing, small and medium business, development prospects, new conditions, innovation, taxation, entrepreneurship, state support, investment.

Redaksiyaya daxilolma: 22.11.2024

Çapa qəbul olunma: 15.04.2025



MÜASIR ƏMƏK BAZARI ÖLKƏ İQTISADİYYATININ İSLAHATI KONTEKSTİNDƏ

Azər Vahid oğlu Hacıyev

Azərbaycan Texnologiya Universiteti
mingecevircra@mail.ru

Xülasə. Əmək bazarının müxtəlif modellərinin formalaşması şəraiti göstərir ki, onun məşğulluq səviyyəsinin yüksəldilməsində uğur qazanması milli adət-ənənələrin, siyasi şəraitin və sosial hisslərin nəzərə alınib-alınmamasından asılıdır. İqtisadiyyatın struktur yenidən qurulması sənaye sahələrində məşğulluğun xüsusi çəkisinin azalmasına və xidmət sektorunun artmasına, qeyri-standart məşğulluq imkanlarının yaradılmasına, istehsalın maddi-texniki bazasının daim yenilənməsinə, məhsula tələbatın həcmnin və tərkibinin yüksəldilməsinə səbəb olmuşdur. Standart rejimdə işləyən işçilər üçün ciddi iş şəraiti rejiminin yaradılması istehsalın çevikliyənə mane olur və onun rəqabət qabiliyyətinin azalmasına səbəb olur. Buna görə də çevik əmək bazarı istehsalın səmərəliliyinin artırılması vasitəsinə çevrilmişdir. Sosial amillər də çevik əmək bazarının formalaşmasına kömək edir. Bunlara əmək fəaliyyəti dövründə işçilərin əmək şəraitinə olan tələblərinin dəyişməsi, onların biliklərinin vaxtaşırı yenilənməsi, peşə ixtisaslarının dərinləşdirilməsi, iş vaxtının əlverişli variantları və digər amillər daxildir. Çevik əmək bazarının yaradılması və inkişafında demoqrafik amillər mühüm rol oynayır. Çünki çevik əmək bazarı ailəli qadınların, qocaların, əlillərin, gənclərin və digər kateqoriyadan olan işçilərin əmək potensialının reallaşdırılması üçün geniş imkanlar yaradır.

Açar sözlər: Əmək bazarı, məşğulluq, sahibkarlıq fəaliyyəti, rəqabət.

Giriş. Əhalinin məşğulluq səviyyəsi və onun quruluşunun formalaşması xarakteri istehsal vasitələri üzərindəki hakim mülkiyyət formaları və tarixən təşəkkül tapmış ictimai əmək bölgüsü ilə müəyyən edilir. Məşğulluğun quruluşu bir sıra göstəricilərlə xarakterizə olunur. Bunlara məşğul əhalinin iqtisadiyyatın müxtəlif sahələri arasında bölünməsi nisbəti və dəyişməsi aiddir. Məşğulluğun quruluşunun əsas həlqələri aşağıdakılardan ibarətdir: sosial; dövlət-özəl; ərazi-regional; peşə-ixtisas; cins-yaş; milli; ailə. Bu həlqələr bir-birindən ayrılıqda mövcud olmur və məşğulluq zamanı tam bir vahidin ayrılmaz hissəsi kimi iştirak edir. Bununla yanaşı onların hər biri müstəqil olub, özünəməxsus mahiyyətə malikdir. Beləliklə, ölkədə məşğulluğun əsas quruluş həlqələri ilk növbədə yuxarıda qeyd olunan amillərin məcmusundan ibarət olmaqla bütövlükdə iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində çalışan insan resurslarının fərqli göstəricilərini özündə əks etdirir.

İşsizlik ölkədə iqtisadi fəal əhalinin bir hissəsi olan, maddə ilə işləməyi bacaran və işləmək istəyən, lakin iş tapa bilməyən insanların olmasıdır.

İşsizlik səviyyəsi müxtəlif əhali qrupları üzrə (müxtəlif ölkələr və ya eyni ölkənin müxtəlif dövrləri üzrə) işsizliyi müqayisə etməyə imkan verən kəmiyyət göstəricisidir. İşsizlik səviyyəsi işsizlərin sayının iqtisadi fəal əhalinin ümumi sayına və ya əhalinin maraq qrupunun ölçüsünə (qadınlar, gənclər, kənd əhalisi və s. arasında işsizlik) nisbəti kimi hesablanır. Çox vaxt faizlə ifadə edilir.

Əmək bazarında həyata keçirilən əhalinin məşğulluğu sahəsində dövlət siyasətinin səmərəliliyini təmin etmək üçün onun elmi təhlili zəruridir ki, bu da onların sonrakı tənzimləyici konsolidasiyası üçün konkret tövsiyə və təkliflər hazırlamağa imkan verir.

Ölkəmiz üçün ən kəskin problemlərdən biri mülkiyyət formalarının plüralizmi, sahibkarlıq fəaliyyəti, əmək fəaliyyəti və əmək azadlığına əsaslanan sivil bazarın formalaşması problemdir.

Dövlət, bələdiyyə, ictimai və özəl təşkilatları təmsil edən əmək qabiliyyətli əhalinin və işəgötürənlərin maraqları toqquşduğundan, iqtisadi münasibətlər sistemində əmək bazarı mühüm yer tutur. Bu münasibətlər açıq-aşkar sosial-iqtisadi xarakter daşıyır və ölkə əhalisinin əksəriyyətinin gündəlik tələbatına təsir göstərir. Əmək bazarı mexanizmi vasitəsilə məşğulluq və əmək haqqının səviyyələri müəyyən edilir. İşsizlik əmək bazarında gedən proseslərin əhəmiyyətli nəticəsidir ki, bu da ümumilikdə sosial həyatın mənfəti, lakin praktiki olaraq qaçılmaz hadisəsidir.

Ölkədə əmək bazarının təkamülü onun davam etdiyi transformasiya böhranından ciddi şəkildə təsirlənməyə bilməzdi. Bir tərəfdən, qiymətlərin liberallaşdırılmasından və müəssisələrə dövlət subsidiyalarının azaldılmasından sonra məcmu tələbin kəskin azalmasından qaça bilmədi ki, bu da əmək tələbi və ümumi məşğulluq səviyyəsi baxımından son dərəcə mənfəti nəticələrə səbəb oldu.

Digər tərəfdən, qurulmuş iqtisadi əlaqələrin qopması, əmtəələrin və istehsal amillərinin nisbi qiymətlərinin yeni strukturu, rəqabətin kəskin artması və s. resursların, o cümlədən əməyin yenidən bölüşdürülməsi. Həmçinin, problemlərdən biri tələb və təklif arasında artan uçurumdur: istifadə olunmayan kadrlar çoxdur, lakin kifayət qədər təkliflər və vakansiyalar yoxdur və ya azalır.

Əmək bazarının formalaşmasına təsir edən sosial-iqtisadi amillər arasında başlıcaları bunlardır:

1. Milli iqtisadiyyata investisiya qoyuluşunun əhəmiyyətli dərəcədə azalması.
2. İşçilərin sayının adekvat azalması ilə müşayiət olunmayan sənaye istehsalının azalması.
3. İnzibati aparatda, orduda rəhbər vəzifələrdə çalışanların sayının azaldılması. Bu zaman yüksək ixtisaslı insanlar arasında xüsusi işsizlik növü yaranır.
4. İstər mühacirət, istərsə də immiqrasiya miqrasiya hərəkətinin gücləndirilməsi.

Əmək bazarının formalaşması xüsusiyyətləri

Əmək bazarı bazar strukturunun elementlərindən biri, onun tərkib hissəsidir, işçi qüvvəsinin təkrar istehsalı və əhalinin məşğulluğu proseslərini tənzimləyən münasibətlər sistemini müəyyən edir. Müasir dövrdə Azərbaycanın iqtisadi-sosial halı ölkənin əmək bazarına transformasiyaların təsir halı məşğulluqda gedən icraatların qeyri-müəyyənliyini özündə ehtiva edir. Sovet dövrünün özünün xarakterik tam məşğulluğu ilə başa çatması iqtisadi fəallığın və məşğulluğun azalmasına, gizli və yarımtat məşğulluğun yayılmasına, işsizliyin yeni sosial-iqtisadi proses kimi meydana çıxmasına və əmək haqqı fərqlərinin artmasına səbəb oldu.

Əmək bazarı konkret məhsulun - işçi qüvvəsinin alqı-satqısı ilə bağlı iqtisadi münasibətlərin məcmusudur, burada əməyin əmək haqqı mübadilə edilir. Geniş mənada əmək bazarı cəmiyyətdəki sosial-iqtisadi və hüquqi münasibətlər sistemi, işçi qüvvəsinin normal fasiləsiz təkrar istehsalı prosesini və əməyin səmərəli istifadəsini təmin etmək üçün nəzərdə tutulmuş norma və institutlardır. Əmək bazarında münasibətlər ictimai və dövlət qurumları (məşğulluq siyasəti, həmkarlar ittifaqı, qanunvericilik və s.) tərəfindən tənzimlənir.

Əmək bazarı istənilən iqtisadi sistemin mühüm hissəsidir, çünki onun vəziyyəti bu sistemin iqtisadi artım tempini böyük ölçüdə müəyyən edir. Eyni zamanda, əmək bazarı hakimiyyət orqanları tərəfindən həyata keçirilən sosial-iqtisadi siyasətin əsas elementidir. Beləliklə, əmək bazarına eyni zamanda regionun və ya bütövlükdə dövlətin sosial və iqtisadi siyasəti də təsir edir.

Əmək bazarı bazar strukturunun elementlərindən biri, onun tərkib hissəsidir, işçi qüvvəsinin təkrar istehsalı və əhalinin məşğulluğu proseslərini tənzimləyən münasibətlər sistemini müəyyən edir. Müasir dövrdə Azərbaycanın iqtisadi-sosial halı ölkənin əmək bazarına transformasiyaların təsir halı məşğulluqda gedən icraatların qeyri-müəyyənliyini özündə ehtiva edir. Sovet dövrünün özünün xarakterik tam məşğulluğu ilə başa çatması iqtisadi fəallığın və məşğulluğun azalmasına, gizli və yarımtat məşğulluğun yayılmasına, işsizliyin yeni sosial-iqtisadi proses kimi meydana çıxmasına və əmək haqqı fərqlərinin artmasına səbəb oldu.

Əmək bazarının formalaşması keçid iqtisadiyyatının xüsusiyyətlərini, milli xüsusiyyətləri və əhalinin mentalitetini nəzərə alan məşğulluq siyasətinin işlənilməsi zərurətini diktə edir. Bu, bazar iqtisadiyyatı olan ölkələrdə məşğulluq strategiyaları üçün xarakterik olan müəyyən prinsip və yanaşmaların istifadəsini istisna etmir, lakin bu, yalnız Rusiya reallıqlarına uyğunlaşdırıldıqda mümkündür.

Müasir əmək bazarı ölkə iqtisadiyyatının islahatı kontekstində inkişaf edir və sənaye sektorunda və kənd təsərrüfatında tənəzzülə, işçi qüvvəsinə tələbatın azalmasına səbəb olan 2008-ci ildəki sosial-iqtisadi böhranın mənfi təsirini yaşamaqda davam edir.

Qısamüddətli perspektivdə sosial-iqtisadi inkişafın təhlili və proqnozu əsasında belə qənaətə gəlmək olar ki, uzunmüddətli perspektivdə xüsusilə informasiya texnologiyaları və telekommunikasiya (simsiz texnologiyalar, ERP-nin tətbiqi və inkişafı) sahəsində kadrlara tələbat artacaq. sistemlər və s.), maliyyə və investisiyalar (IPO, pərakəndə bankçılıq), tibb (o cümlədən biotexnologiya və gen mühəndisliyi üzrə mütəxəssislər), istehsalat (mühəndislər və texnoloqlar).

Əmək bazarında tələb və təklif arasındakı fərqin daha da artması barədə əminliklə demək olar. Nəticə etibarilə, ixtisaslı işçiləri cəlb etmək və saxlamaq üçün şirkətlər getdikcə daha çox pul xərcləməli, motivasiya proqramları hazırlamalı, namizədlərin təcrübə tələblərinə yanaşmada daha çevik olmalı və yaş məhdudiyyətlərini aradan qaldırmalı olacaqlar.

Fikrimizcə, əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsi üçün qarşıya üç əsas strateji məqsəd qoyulmalıdır:

1. Yetərinə istifadə olunmayan işçi qüvvəsinin daha tam istifadəsi;

2. Məhsuldar və yaxşı maaşlı məşğulluq imkanlarının yaradılması;

3. Texnoloji proseslərin işçilərin imkanlarına uyğunlaşdırılması ilə birlikdə fərdi məhsuldarlığın artırılması məqsədilə insan kapitalına investisiya qoyuluşu.

İqtisadi nəzəriyyə iqtisadiyyatda baş verən mənfi hadisələri, o cümlədən işsizliyi öyrənir. İşsizlik əmək bazarının əsas xüsusiyyətlərindən biri hesab olunur. Hazırda işsizlik dünyanın bütün ölkələrində müxtəlif həcmdə, formada və müddətlərdə mövcuddur.

İşsizliyin ilk izahatlarından birini T.Maltus vermişdir. O, işsizliyin demoqrafik səbəblərdən qaynaqlandığını, bunun nəticəsində əhalinin artım tempinin istehsalın artım tempini üstələdiyini qeyd edib. Bu nəzəriyyə qeyri-mümkün hesab olunur, çünki doğum səviyyəsi aşağı olan müasir inkişaf etmiş ölkələrdə də işsizlik var.

İşsizliyin dinamikasına təsir edən amillər arasında aşağıdakılar əsasdır:

Demoqrafik amillər - doğum, ölüm, əhalinin yaş və cins strukturu, orta ömür uzunluğu, miqrasiya axınlarının istiqamətləri və həcmələrində dəyişiklik nəticəsində iqtisadi fəal əhalinin xüsusi çəkisinin dəyişməsi.

Texniki və iqtisadi amillər - əmək qənaətinə səbəb olan elmi-texniki tərəqqinin tempi və istiqaməti. Elm tutumlu ölkə sənayelərinin dağıdılması, bütün səviyyələrdə iqtisadi və sosial nəticələri nəzərə almadan konvertasiyanın həyata keçirilməsi müəssisələrin kütləvi iflası və uçqun kimi işçi qüvvəsinin buraxılması təhlükəsi yaratdı.

İqtisadi amillər - milli istehsalın, investisiya fəaliyyətinin, maliyyə-kredit sisteminin vəziyyəti; qiymət səviyyəsi və inflyasiya. A.Okenin formalaşdırdığı qanuna görə, işsizlik səviyyəsi ilə ÜDM-in həcmi arasında mənfi əlaqə mövcuddur, işsizliyin hər bir partlayışı ÜDM-in real həcmnin azalması ilə əlaqələndirilir.

Təşkilati-iqtisadi amillər - dövlət əmlakının özəlləşdirilməsi, müəssisələrin korporativləşdirilməsi, struktur yenidən qurulması zamanı baş verən müəssisələrin təşkilati-hüquqi formalarının dəyişməsi işsizliyə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir, çünki bu, işçilərin bu müəssisədən sıxışdırılması və cəlb edilməsi proseslərini gücləndirir. Başqa sənayelərə, daha sonra başqa sahələrə, əmək bazarında dalğalanmalar var.

Rəqəmsal sivilizasiya, intellektual sistemlərin həyatımıza daxil olması ilə əmək bazarının daralması problemini daha da kəskinləşdirdi:

Optimist ssenari, bəzi peşələrdə xüsusi olaraq insan əməyinin təbii (kortəbii) tələbi və ya insan əməyinin cəlb edilməsinə dair süni (qanunverici, xarici idarəetmə sayəsində qəbul edilmiş) qərar, habelə müxtəlif kompensasiya mexanizmləridir.

Pessimist ssenari ondan ibarətdir ki, insan daha sürətli təhlil və qərar qəbul etməyə qadir olan müasir maşınların intellektual gücü ilə rəqabət apara bilməz.

İdarəetmə səviyyəsinə görə isə əmək bazarını iki yerə - liberal və sosial – yönümlü əmək bazarına ayırmaq olar. Liberal əmək bazarı dövlətin ona az müdaxilə etməsi ilə səciyələndir. Dövlət əksər sosial - əmək problemlərinin həlli məsələlərinə qarışmır. Əmək münasibətləri əsas etibarlı ilə isə işəgötürənlə və işçilər arasındakı razılaşmaya əsasən müəyyən edilir. Bu əmək bazarı daha çox ABŞ əmək bazar modelinə uyğun gəlir. Sosial – yönümlü əmək bazarı modeli işçilərin dövlət tərəfindən sosial müdafiəsinin geniş və mühüm qaydada təmin edilməsi ilə fərqlənir. Məşğulluq əmək şəraiti, əməyin ödənilməsi və digər məsələlər dövlətin iştirakı ilə danışıqlar yolu ilə həll edilir. Bəzər əmək bazarları Qərbi Avropanın əksər dövlətlərində fəaliyyət göstərir və xüsusilə İsveç üçün səciyyəvi xarakter daşıyır. Əmək bazarı bazar iqtisadiyyatının çox mürəkkəb tərkib hissəsidir. Məhsul bazarından fərqli olaraq, o, cəmiyyətin sosial-iqtisadi təzahürlərini özündə daha çox əks etdirir. Əmək bazarına bir sıra müxtəlif amillər təsir edir. Əmək bazarı iqtisadi və hüquqi münasibətləri ifadə edən, işə götürən və maddəli işçi arasında qarşılıqlı fəaliyyət mexanizmi yaradır.

Əmək bazarı öz məzmunu etibarlı ilə digər iqtisadi bazarlardan fərqlidir. Bu bazarda dürüst olaraq satılan və alınanlar müəyyən olunur. Əmək bazarının əsas predmet kimi işçi qüvvəsi alınır və satılır. İşçi qüvvəsini insanın malik olduğu və digər tərəfdən insanın maddi və mənəvi rifah halının yüksəldilməsi üçün istifadə olunan fiziki və zehni qabiliyyətlərin bir toplusu kimi başa düşmək lazımdır (1, səh.64). Bir iqtisadi sistemdən digərinə transformasiya həmişə iqtisadi cəhətdən mürəkkəb, sosial cəhətdən ağırlı keçid prosesləri ilə müşayiət olunur. Keçid prosesinin çətin və ağırlı olmasının əsas səbəbi bir iqtisadi sistemdə mövcud olan, artıq formalaşmış istehsal münasibətlərinin öz yerini yeni iqtisadi sistemə xas olan istehsal münasibətlərinə verməsidir ki, bu da cəmiyyətin əsas aparıcı qüvvəsi olan insanların həm iqtisadi, həm də sosial fəaliyyətlərinə köklü dəyişikliklərin edilməsi ilə yanaşı, onların psixoloji durumuna da əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. İstehsal münasibətləri maddi nemətlər üzərində yaranan münasibətlərdir. Onun da əsas özəyini iqtisadi istehsal və istehlak vasitələri üzərində mülkiyyət münasibətləri təşkil edir və bütün sosial münasibətlər mülkiyyət üzərində qurulur. Mülkiyyətin çoxnövlüyü isə əhalinin bütün təbəqələrinə seçdikləri əmək fəaliyyətinin növü ilə şərbəst məşğul olmağa, özlərinə layiqli həyat səviyyəsi təmin etməyə imkan verir. Öz müstəqilliyini bərpa etmiş demokratik, hüquqi və dünyəvi quruculuğunu özünə inkişaf yolu seçmiş Azərbaycan Respublikasında da yeni bazar sistemə keçid səmərəli təsərrüfatçılığa olan iqtisadi zərurətdən irəli gəlmişdir. İqtisadi zərurət ölkədə bir sıra köklü dəyişikliklərə səbəb olmaqla yanaşı əmək bazarının formalaşması və inkişaf etməsi üçün də şərait yaratmışdır.

Əmək bazarı və məşğulluğun dinamikası iqtisadi artım və insan inkişafı arasında əlaqələndirici vasitədir

Yuxarıda qeyd olunanlar əmək bazarının əsas atributu olan məşğulluq səviyyəsinin müasir dövr üçün də aktuallığını əks etdirir və bu baxımdan məqalədə əmək bazarında məşğulluğun elmi-nəzəri məsələlərini araşdırılması nəzərdə tutulur. Əmək bazarı keçid dövrünün ən paradoksal sferalardan biri sayılır. Əmək bazarı bazar iqtisadiyyatının çox mühüm və mürəkkəb tərkib hissəsidir. Əmtəə və xidmət bazarlarından fərqli olaraq o, cəmiyyətin sosial-iqtisadi təzahürlərini daha çox əks etdirir. Əmək bazarı müəyyən iqtisadi çərçivədə fəaliyyət göstərən işəgötürən və maddəli işçilər arasında iqtisadi və hüquqi münasibətləri ifadə edən qarşılıqlı fəaliyyət mexanizmi olub, müasir bazar təsərrüfatının vacib elementlərindən biridir (2, səh.104). Əmək bazarının 2 əsas növü mövcuddur: xarici əmək bazarı (bəzən bunu peşə və ya açıq əmək bazarı da adlandırırlar) və daxili əmək bazarı. Xarici əmək bazarı demografik əlamətlərə görə - gənclərin, qadınların, yaşlı zəhmətkeşlərin, əlillərin əmək bazarı formasında, peşə xüsusiyyətlərinə görə isə ən müxtəlif peşələr üzrə ixtisaslaşmış mütəxəssislərin - həkimlərin, mühəndislərin, iqtisadçıların, müəllimlərin və s. əmək bazarı formasında fəaliyyət göstərir (3, səh.84). Gənclərin əmək bazarı - onların mobilliyi, nisbətən aşağı peşə-ixtisas səviyyəsinə malik olmaları, tez-tez iş yerlərini dəyişmələri ilə fərqlənir. Əmək bazarında fəaliyyət göstərən gənclər daha uzun müddət çalışmaq, yeni peşələrə yiyələnmək və ixtisaslarını artırmaq imkanlarına malikdirlər. Gənclər malik olduqları enerjilərinə və yeni iş şəraitinə daha tez uyğunlaşa bilmək bacarıqlarına görə də fərqlənirlər. Onlarda belə keyfiyyətlərinə görə sahibkarlar və işəgötürənlər tərəfindən digər ölkələrdə olduğu kimi, Azərbaycanda da işə götürmək üçün axtarırlar.

Belə gənclərin bir çoxu yüksək peşə-ixtisas səviyyəsinə malik olduqları üçün işə düzələ bilmir və işsizlər sırasına daxil olurlar. Qadınların əmək bazarı orqanizmlərinin fizioloji əlamətlərinə, uşaq dünyaya gətirmək, tərbiyə etmək və ev təsərrüfatında çəşğul olmaq xüsusiyyətlərinə görə çevik əmək bazarının inkişafını tələb edir. Əmək bazarının növləri tənzimləmə səviyyəsinə görə də bir-birindən fərqlənir. Əgər xarici əmək bazarı bilvasitə dövlət və onun orqanları vasitəsilə tənzimlənsə, daxili əmək bazarı fəaliyyət göstərdiyi konkret müəssisənin rəhbərliyi tərəfinən tənzimlənilir. Əmək bazarı ictimai əhəmiyyət kəsb edən bir sıra keyfiyyətlərə malikdir. Bu keyfiyyətlərə istehsalatın tələbatına cavab verən iş qüvvəsinin təkrar istehsalında mühüm rol əmək ehtiyatlarının bölüşdürülməsini təmin etməklə onlardan səmərəli istifadə olunması üçün lazımı şəraitin yaranması; işçilərin çoxprofilli və universal inkişafı üçün öz peşələrini, ixtisas və təhsil səviyyəsini yüksəltməklə onlara geniş şərait yaratmasını sahədaxili, sahələrarası və regionlararası miqrasiyası istiqamətlərinin sürətlənməsinə imkan yaradaraq onların səmərəli məşğulluğunun təmin edilməsi əhalinin formalaşmaqda olan bazar münasibətlərinə adaptasiya olunmasında onlarda bazar iqtisadiyyatı, rəqabət şəraitində işləmək bacarığının, şüurunun formalaşmasında köməklik göstərməsi və s. aid etmək olar. Göründüyü kimi, əmək fəaliyyəti, əmək bazarı və məşğulluğun dinamikası iqtisadi artım və insan inkişafı arasında əlaqələndirici həlqə rolunda çıxış edir. Eyni zamanda insan inkişafı iqtisadi artımın son dərəcə mühüm amili kimi çıxış edir. İnsan resurslarına yatırılan investisiyalar mövcud imkanların genişləndirilməsi, əmək məhsuldarlığının artırılması, kapital qoyuluşlarının cəlb edilməsi və onların gəlirlik səviyyəsinin artırılması yolu ilə əhalinin həyat səviyyəsini yüksəltməyə qadirdir. Əhalinin sağlamlığını yaxşılaşdırılması, həyata təhsil səviyyəsinin yüksəldilməsi, iqtisadi artımın təmin edilməsinin zəruri yolları hesaba edilir. Əhalinin məşğulluq səviyyəsi və onun quruluşunun formalaşması xarakteri istehsal vasitələri üzərindəki hakim mülkiyyət formaları və tarixən təşəkkül tapmış ictimai əmək bölgüsü ilə müəyyən edilir. Məşğulluğun quruluşu bir sıra göstəricilərlə xarakterizə olunur. Bunlara məşğul əhalinin iqtisadiyyatın müxtəlif sahələri arasında bölünməsi nisbəti və dəyişməsi aiddir. Məşğulluğun quruluşunun əsas həlqələri aşağıdakılardan ibarətdir: sosial; dövlət-özəl; ərazi-regional; peşə-ixtisas; cins-yaş; milli; ailə. Bu həlqələr bir-birindən ayrılıqda mövcud olmur və məşğulluq zamanı tam bir vahidin ayrılmaz hissəsi kimi iştirak edir. Bununla yanaşı onların hər biri müstəqil olub, özünəməxsus mahiyyətə malikdir. Beləliklə, ölkədə məşğulluğun əsas quruluş həlqələri ilk növbədə yuxarıda qeyd olunan amillərin məcmusundan ibarət olmaqla bütövlükdə iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində çalışan insan resurslarının fərqli göstəricilərini özündə əks etdirir.

Nəticə. Qeyd etmək lazımdır ki, regional əmək bazarının formalaşması və inkişafı ayrı – ayrı ərazilərdə əhalinin səmərəli məşğulluğunun nizmlənməsi aləti olmaqla uzun və çətin bir prosesdir. Bu son illərdə əmək ehtiyatlarının sürətlə artdığı respublikamız üçün, xüsusilə onun əhalisinin və əmək ehtiyatlarının sürətlə artdığı regionları üçün əhəmiyyətlidir. Bütövlükdə Respublikamızda və onun əksər regionlarda yaxın illər ərzində əhalinin və əmək resurslarının artım tempi indikinə nisbətən müəyyən dərəcədə azalsa da, onların sayı xeyli çox olacaqdır. Odur ki, həmin əmək ehtiyatlarının əmək prosesinə cəlb edilməsi və onların əməyindən səmərəli istifadə edilməsi dövlət səviyyəsində əlavə tədbirlərin yerinə yetirilməsini zərurətə çeviriləcəkdir.

ƏDƏBİYYAT

1. Quliyev T.A. Əməyin iqtisadiyyatı. B., 2003, səh.362
2. Əsgərov Ə., Hüseynov E., Hüseynov S. Davamlı insan inkişafı, Bakı, Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti, 2009, Dərslik, s.494
3. Muradov Ş.M. İnsan potensialı: əsas meyillər, reallıqlar, problemlər. Bakı, Elm, 2004, səh.3, 286
4. Quliyev T.A. Bazar iqtisadiyyatının tənzimlənməsi. B., 2000, səh.386
5. İsgəndərova R. Elmi-texniki tərəqqi, social-iqtisadi aspektlər. «Elm və təhsil», B., 2010, səh.525
<https://www.stat.gov.az/source/labour/>
<http://www.anl.az/down/meqale/azerbaycan/2011/iyun/182794.htm>

<https://com-roseltorg.ru/az/vklady-i-depozity/regulirovanie-rynka-truda-osushchestvlyaetsya-cherez-gosudarstvennoe-regulirovanie/>

УДК 342.18

СОВРЕМЕННЫЙ РЫНОК ТРУДА В УСЛОВИЯХ РЕФОРМЫ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ

Азер Вахид оглу Гаджиев

Азербайджанский Технологический Университет

mingecevircra@mail.ru

***Резюме.** Обстоятельства формирования разных моделей рынка труда показывают, что его успех в сфере повышения уровня занятости зависит от того, учитываются ли национальные обычаи, политические условия и социальные настроения. Структурная перестройка экономики привела к снижению удельного веса занятости в промышленных сферах и увеличению сферы услуг, созданию нестандартных возможностей занятости, постоянному обновлению материальной базы производства, объемов и состав спроса на товары и услуги, динамика спроса на количество и качество рабочей силы предприятий. . Установление жесткого режима условий труда работников, занятых в стандартном режиме, препятствует гибкости производства и ведет к снижению его конкурентоспособности. Поэтому гибкий рынок труда стал инструментом повышения эффективности производства. Социальные факторы также способствуют формированию гибкого рынка труда. К ним относятся изменение требований работников к условиям труда в период трудоустройства, периодическое обновление их знаний, углубление профессиональной квалификации, благоприятные варианты режима рабочего времени и др. факторы. Демографические факторы играют важную роль в создании и развитии гибкого рынка труда. Потому что гибкий рынок труда создает широкие возможности для реализации трудового потенциала замужних женщин, пожилых людей, инвалидов, молодежи и других категорий работников.*

***Ключевые слова:** рынок труда, занятость, предпринимательская деятельность, конкуренция*

UDC 342.18

MODERN LABOR MARKET IN THE CONTEXT OF THE REFORM OF THE NATIONAL ECONOMY

Azer Vahid Hajiyev

Azerbaijan Technological University

mingecevircra@mail.ru

***Summary.** The circumstances of the formation of different labor market models show that its success in the field of increasing the level of employment depends on whether national customs, political conditions and social mood are taken into account. The structural restructuring of the economy has led to a decrease in the specific weight of employment in industrial areas and an increase in the service sphere, the creation of non-standard employment opportunities, the continuous renewal of the material base of production, the volume and composition of the demand for goods and services, and the dynamics of the demand for the quantity and quality of the labor force of enterprises. . The imposition of a strict regime on the working conditions of workers engaged in the standard regime hinders the flexibility of production and leads to a decrease in its competitiveness. Therefore, the flexible labor market has become a tool for increasing production efficiency. Social factors also contribute to the formation of a flexible labor market. These include changes in the demands of*

employees for working conditions during the period of employment, periodically updating their knowledge, deepening of professional qualifications, favorable working time regime options, etc. factors are concerned. Demographic factors play an important role in the creation and development of the flexible labor market. Because the flexible labor market creates ample opportunities for realizing the labor potential of married women, elderly people, disabled people, young people and other categories of workers.

Key words: *Labor market, employment, entrepreneurial activity, competition.*

Redaksiyaya daxilolma: 22.10.2024

Çapa qəbul olunma: 15.04.2025



UOT 658.81 + 339.138

DOI 10.30546/JIECM.2025.1.066

MÜBADİLƏ SFERASINDA MARKETİNQ XİDMƏTİNDƏN İSTİFADƏNİN EFFEKTİVLİYİ

¹ Gülnara Zeylim qızı İsmayılova, ² Brilyant İdris qızı Abbasova, ³ Müşviq İsmayıl oğlu Hüseynov ⁴ Zaur Arif oğlu Müşkiyev

Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti
Gəncə şəh., Atatürk prospekti, 450

¹ gulnara.ismayilova@adau.edu.az, ² brilyant.abbasova@adau.edu.az,
³ mushviq.huseynov@adau.edu.az, ⁴ zaur.mushkiyev@adau.edu.az

Xülasə: Mübadilə sferasında marketinqin effektivliyi təşkilatda marketinq xidmətinin necə qurulduğundan, hansı vəzifələri və hansı səviyyədə həll etməsindən asılıdır. Eyni zamanda, marketinq məlumatları həlledici rol oynayır və xüsusi marketinq funksiyaları təşkilatın digər bloklarının və alt sistemlərinin xüsusi funksiyaları ilə birləşdirilməlidir. Marketinq fəaliyyəti prosesinin məzmunu idarəetmə prosesinin müəyyən edici komponentidir. Məqalədə mübadilə sferasında marketinq xidməti effektivliyinin qiymətləndirilməsi metodları göstərilmiş, həmçinin keyfiyyət və kəmiyyət metodları təhlil edilmişdir. Metod seçiminin tədqiqat obyektinə və qarşıya qoyulan vəzifələr haqqında dolğun və ətraflı məlumat əsasında müəyyən edilməsi vacibliyi əks olunmuşdur.

Acar sozlər: marketinq, effektivlik, mübadilə, xərc, audit

Giriş: Mübadilə sferasında marketinq minimum xərcə insan ehtiyaclarını ödəmək və yüksək nəticələr əldə etmək üçün iqtisadi subyektlərin idarə edilməsinin ayrılmaz bir hissəsidir. Hazırda marketinq xarici ölkələrdə uğurlu biznesin ən geniş yayılmış üsuluna çevrilmişdir. Mübadilə münasibətlərini formalaşdıraraq istənilən təşkilati-hüquqi formalı müəssisələrin idarəetmə strukturlarında bazar iqtisadiyyatına keçid, istehlakçının mənafeyinə uyğun olaraq istehsal və marketinq fəaliyyətinin idarə edilməsi problemlərinin həllinə marketinq yanaşmasının formalaşdırılmasını önə çəkir.

Marketinqin idarə edilməsi prosesi kifayət qədər mürəkkəbdir və əhəmiyyətli xərclər tələb edir. Lakin buna baxmayaraq, hər bir müəssisə marketinq fəaliyyətinin effektiv idarə olunmasında maraqlıdır. Bu məqsədlə müəssisədə marketinq xidməti, yəni marketinqin prinsip və üsulları əsasında fəaliyyət göstərən ixtisaslaşmış bölmə təşkil edilməlidir. Mübadilə sferasında fəaliyyət göstərən subyektlər, bazar şəraitində idarəetmənin təşkilati strukturunu formalaşdırarkən marketinq xidmətinə üstünlük verilməlidir, çünki o, öz fəaliyyətinə təkcə bazarı deyil, həm də istehsal, marketinq və maliyyə siyasətini inteqrasiya etmək üçün nəzərdə tutulur.

Mövzunun aktuallığı. Bazar mexanizminin formalaşmasına yönəlmiş iqtisadiyyatın transformasiyası elm və təcrübə qarşısında intensiv nəzəri və praktik həllər tələb edən yeni vəzifələr qoyur. Bu baxımdan mübadilə sferasında fəaliyyət göstərən subyektlərin prinsiplərindən irəli gələn idarəetmənin bazar konsepsiyası kimi marketinqi mənimsəmək və istifadə etmək zərurəti yaranmışdır.

Tədqiqatın məqsədi. Tədqiqatın məqsədi mübadilə sferasında marketinq xidmətindən istifadənin səmərəliliyinin yüksəldilməsi istiqamətində elmi-metodiki müddəaların və praktiki tövsiyələrin hazırlanmasıdır:

- mübadilə sferasında marketinq xidmətinin formalaşması ilə bağlı konsepsiyaların araşdırılması;
- marketinq xidmətindən istifadənin effektivliyi metodologiyasının müəyyən edilməsi;
- mübadilə sferasında subyektlərin fəaliyyətinin təhlili;
- mübadilə sferasında marketinq xidmətindən istifadənin effektivliyinin araşdırılması;

- mübadilə sferasında marketinq fəaliyyətinin yaxşılaşdırılması istiqamətlərinin müəyyən edilməsi;
- marketinq fəaliyyətinin inkişafında beynəlxalq təcrübədən istifadə imkanlarının müəyyən edilməsi.

Tədqiqat obyektı. Tədqiqatın obyektı mübadilə sferasında fəaliyyət göstərən subyektlər müəyyən edilmişdir.

Tədqiqat metodları. Tədqiqatın metodlarına çoxdəyişənli, reqressiv, korrelyasiya və statistik metodlar, həmçinin ekspert sorğuları, marketinq auditi, marketinq fəaliyyətinin komponentlərinin təhlili daxildir.

MATERİALLAR VƏ MÜZAKİRƏLƏR

Mübadilə sferasında marketinqin effektivliyinin qiymətləndirilməsi mürəkkəb məsələdir - marketinq fəaliyyəti ilə əldə edilən kəmiyyət effektini ifadə etmək həmişə mümkün olmur. Buna baxmayaraq, bu problemi həll etmək üçün bir çox fərqli yanaşma mövcuddur ki, bu da marketinqin effektivliyini qiymətləndirmək üçün metodların aşağıdakı təsnifatını ayırmağa imkan verir [4, s.329].

Keyfiyyətli metodlar marketinq auditinin istifadəsini nəzərdə tutur, bu müddət ərzində təşkilatın xarici mühitinin, habelə bütün təhdid və imkanların hərtərəfli təhlili aparılır. Eyni zamanda, marketinq nəzarətinin iki sahəsini ayırd etmək olar: nəticəyönlü marketinq nəzarəti və marketinq auditi, yəni təşkilatın fəaliyyətinin keyfiyyət aspektlərinin təhlili.

Kəmiyyət üsulları marketinqin effektivliyinin qiymətləndirilməsi marketinq xərclərinin ümumi mənfəətlə və reklam xərclərinin satışla müqayisəsini tələb edir, onlar təşkilatın fəaliyyətinin yekun maliyyə nəticələrini xarakterizə edirlər. Ümumi mənada marketinq fəaliyyətinin effektivliyi (gəlirlilik indeksi) hesablaşma dövrünün hər ilində marketinq fəaliyyətinin həyata keçirilməsindən əldə edilən ümumi diskont edilmiş mənfəətin bu fəaliyyətlərin ümumi güzəştli xərclərinə nisbəti kimi müəyyən edilir. Eyni zamanda, gəlirlilik indeksi kapitalın normasından çox olarsa, marketinq fəaliyyəti effektiv, az olduqda isə təsirsiz olur [2, s.32].

Mənfəət təhlili və məsrəf təhlilinin aparılması da marketinqin effektivliyini qiymətləndirmək üçün kəmiyyət metodunun variantlarından biri ola bilər. Marketinq fəaliyyətini qiymətləndirərkən, müəyyən bir biznes bölməsinin fəaliyyətini xarakterizə edən parametrləri - satış həcmi, təşkilatın bazar payını, marjinal və xalis mənfəəti təqdim etmək lazımdır. Eyni zamanda, satışın həcmi (ümumi dövriyyə) mürəkkəb göstəricidir və nəinki məhsulu satmaq səylərinin uğurunu, həm də seçilmiş qiymətin düzgünlüyünü, ən əsası isə məhsulun necə satıldığını əks etdirir [7, s.513]. Satış həcmi dinamikası təşkilatın bazardakı mövqeyinin, payının və meyllərinin göstəricisidir. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, məsrəf strukturunun təhlilində və təşkilatın inkişaf potensialının qiymətləndirilməsində müstəqil yer zərərsizlik nöqtəsinin təhlili ilə tutulur - zərərin həcmi nə qədər mal satılmalı olduğunu göstərir. Belə ki, alınan marjinal mənfəət bütün sabit xərcləri əhatə edir. Bu həcm təşkilatın bazarda manevr etmək qabiliyyətinin göstəricisidir.

Mübadilə sferasında marketinqin effektivliyini qiymətləndirmək üçün sosioloji üsullar tətbiqi sosiologiyanın vasitələrindən istifadə etməyə - sosioloji tədqiqat proqramının hazırlanmasına və ona uyğun olaraq tədqiqatın özünün aparılmasına yönəldilir. Marketinq kommunikasiyalarının effektivliyinin qiymətləndirilməsi (reklamın effektivliyi, satışın təşviqi, ictimaiyyətlə əlaqələr, şəxsi satış, birbaşa marketinq) həm də tətbiqi sosiologiya vasitələrinin istifadəsinə yönəlir [3, s.32].

Marketinqin effektivliyini qiymətləndirmək üçün qiymətləndirmə üsulları, hər bir meyar üçün müəyyən balların təyin edilməsi ilə marketinq konsepsiyasının struktur və proseslərini uyğunlaşdırmaq üçün meyarlar siyahısına uyğun olmaq üçün hər bir hadisə üçün onun effektivliyini təcrid edir.

Mübadilə sferasında informasiya üsullarının sayı getdikcə artır. İnternet ən çox nəzərdən keçirilən marketinq effektivliyinin qiymətləndirilməsində əvəzsiz rol oynamaqdadır. Bu üsulların mahiyyəti ondan ibarətdir ki, marketinqin effektivliyini qiymətləndirmək üçün müxtəlif proqramlardan istifadə olunur [11, s.177]. Bu proqramlar istifadəçilərə marketinq məlumatlarını toplamaq və marketinqi qiymətləndirmək, müştəri proseslərini idarə etmək və işçilərin işini avtomatlaşdırmaq üçün

xeyli daha çox seçim təklif edir. Eyni zamanda, sistem marketing məlumatlarını toplamaq üçün kataloqları çevik şəkildə konfigurasiya etməyə imkan verir - regionların, şəhərlərin, sahələrin, seqmentlərin siyahıları, satınalma və imtina səbəbləri və s.

Marketingin effektivliyini qiymətləndirmək üçün nəzərdən keçirilən üsullar, təşkilatın fəaliyyətinin yekun nəticələrinə diqqət yetirməklə, marketing xərclərinin payını və marketingdən əldə edilən faydaları müəyyən edən müəllif yanaşmalarının çox meyarlarından istifadə etmək və vurğulamaq hüququna malikdir. Eyni zamanda, müəllif yanaşmalarına fərqli qiymətləndirmə metodlarını cəlb edə bilər və təqdim olunan metodların hər birinin şübhəsiz ki, öz üstünlükləri və mənfi cəhətləri mövcuddur.

Beləliklə, vahid metodologiyanın olmaması səbəbindən hər bir təşkilatda marketingin effektivliyinin qiymətləndirilməsi məsələsi müstəqil şəkildə həll edilir ki, bu da nəzərdən keçirilən problemin aktuallığını müəyyən edir [8, s.464]. Marketing effektivliyinin göstəriciləri kimi yalnız satış göstəricilərinin müəyyən edilməsi məhdud yanaşma kimi özünü göstərir: marketing fəaliyyətinin effektivliyinin tam şəkildə qiymətləndirilməsi üçün səhvləri və yanlış hesablamaları təhlil etməyə imkan verən bir neçə qiymətləndirmə metodunun kombinasiyasını tətbiq etmək lazımdır [6, s.147].

Marketing qərarlarının effektivliyi marketing sahəsində yerli və xarici mütəxəssislərin tədqiqat obyektidir. Buna görə də səmərəlilik anlayışı iki aspektdə nəzərdən keçirilir [13, s.331]:

- bütövlükdə fəaliyyətin gəlirliliyi, gəlirliliyin yekun xarakteristikası kimi səmərəlilik, onun ayrı-ayrı funksiyalarının yerinə yetirilməsi;

- səmərəlilik, nəticələrin xərclənən resurslarla əlaqəsi olmadan fəaliyyətin səmərəliliyi.

Bu halda, o, ilk növbədə, məqsədlərin, fəaliyyət istiqamətlərinin düzgün seçilməsini səciyyələndirir ki, bunsuz birinci şərh nöqtəyi-nəzərindən məqsədlərə nail olmaqda yüksək səmərəlilik təmin edilə bilər [9, s.302]. Marketing qərarlarının effektivliyini qiymətləndirərək, marketingin təşkilatın iqtisadi nəticələrinə verdiyi töhfəni mühakimə etməyə imkan verən bir sıra göstəricilər başa düşülür. Belə nəticəyə gəlmək olar ki, marketing qərarlarının effektivliyinin qiymətləndirilməsi kəmiyyət və keyfiyyət metodlarından istifadə etməklə hesablanmalıdır. Kəmiyyət baxımından müxtəlif çoxdəyişənli, reqressiv, korrelyasiya və statistik metodları başa düşür. Öz növbəsində, keyfiyyət metodlarına ekspert sorğuları, marketing auditi, marketing fəaliyyətinin komponentlərinin təhlili daxildir [5, s.25].

Mübadilə sferasında marketing həllərinin effektivliyi dedikdə, informasiyanın çatdırılması üçün müxtəlif kommunikasiya vasitələrindən istifadə etməklə hədəf auditoriyanın qavrayışlarını, münasibətini və ya davranışını dəyişdirmək üçün kampaniyanın qarşıya qoyduğu məqsədlərə nail olmaq ölçüsü başa düşülməlidir [1, s.601]. Marketing qərarlarının effektivliyinin hərtərəfli ölçülməsi sorğular zamanı əldə edilən məlumatların, satış məlumatlarının və digər mənbələrdən alınan məlumatların təhlilinə imkan verir.

Marketing qərarlarının effektivliyini qiymətləndirmək üçün ya müəyyən tədqiqat növləri (reklam, şəxsi satış, birbaşa marketing və s.), ya da onlardan istifadə prosesində əldə edilən müəyyən nəticələr (iqtisadi və kommunikasiya) ilə bağlı bir çox yanaşma mövcuddur. Klassik marketing nəzəriyyəsinə görə, səmərəlilik istehlakçıların qavrayışına və davranışına təsir dərəcəsi ilə müəyyən edilir [12, s.92]. Buna görə də marketing qərarlarının effektivliyinin qiymətləndirilməsi prosesində əsasən kommunikativ və davranış amilləri qiymətləndirilir.

Nəticə. Araşdırmalar göstərir ki, mübadilə sferasında marketing təhlillərində müxtəlif həllərin effektivliyini qiymətləndirmək lazımdır, bu, bazar payının artması, məhsul və xidmətlərin satışının artması ilə müəyyən edilir. Bundan əlavə, marketing həllərinin xərcləri həllərin öz dəyərindən artıq əlavə mənfəət təmin etməli və gələcək pul vəsaitlərinin cari dəyərini artırmalıdır. Nəticə etibarlı ilə təşkilatın bazar dəyərinin artırılmasından və sonradan effektiv marketing qərarlarından ibarət olan xərc yanaşmasına da diqqət yetirilməlidir. Müxtəlif elmi mənbələrin təhlili göstərir ki, marketing qərarlarının effektivliyinin qiymətləndirilməsi onların şirkətin maliyyə nəticələrinə töhfəsini əks etdirən çoxşaxəli bir hadisədir [10, s.390]. Eyni zamanda, marketing qərarlarını onların çoxölçülü və

sistem mürəkkəbliyini nəzərə almaqla yalnız iqtisadi baxımdan təhlil etmək kifayət deyil. Marketing qərarlarının effektivliyinin qiymətləndirilməsinə müxtəlif effektləri daxil etmək lazımdır:

- kommunikativ;
- kommersiya;
- iqtisadi.

Marketing qərarlarının effektivliyinin qiymətləndirilməsi üçün əsas alətlər keyfiyyət (dərin müsahibələr, ekspert sorğuları və s.) və kəmiyyət (faktor və klaster analizləri, təhlilin statistik üsulları və s.) tədqiqat metodlarıdır. Metod seçimi tədqiqat obyektinə və qarşıya qoyulan vəzifələr haqqında ən dolğun və ətraflı məlumat əsasında müəyyən edilir. Faktor və klaster təhlili məlumatların sıxılması, yəni çoxlu sayda dəyişənlərin azaldılması, məsələn, onun parametrlərindən, qiymətindən, reklam xərclərindən asılı olaraq yeni xidmətin satış həcmi müəyyən etmək üçün marketing qərarlarını əsaslandırmaq üçün istifadə olunur.

Keyfiyyət tədqiqat metodları öyrənilən obyekt haqqında ən dolğun və ətraflı məlumat əldə etməyə yönəldilir. Marketing qərarlarının keyfiyyətə qiymətləndirilməsi mütəxəssislərin sorğusu əsasında həyata keçirilə bilər, bu müddət ərzində onların üstünlüklərini və müvafiq əməliyyatlarını aşkar edəcək reyting metodundan istifadə etmək olar. Bunun üçün hər bir ekspertə çəki təyin edilməklə, sərəfət əmsali tətbiq edilir. Marketing qərarlarının iqtisadi səmərəliliyini investisiyaların qaytarılması göstəricisindən istifadə etməklə qiymətləndirmək olar. Əvvəllər bu göstərici əsasən kütləvi reklamı qiymətləndirmək üçün istifadə olunurdu.

Beləliklə, hazırda mübadilə sferasında potensial müştərilərin giriş axını təmin etməyə və onların əldə edilməsi xərclərini azaltmağa imkan verən marketing qərarlarının diaqnostikası üçün çoxlu sayda üsullardan istifadə edilə bilər.

Tədqiqatın elmi yeniliyi: Aparılan tədqiqat işinin elmi yenilikləri aşağıdakılardan ibarətdir:

- mübadilə sferasında marketing xidmətinin formalaşması ilə bağlı konsepsiyaların araşdırılması əsasında onun effektivlik mexanizmi və xüsusiyyətləri müəyyən edilmişdir;
- marketing xidmətindən istifadənin effektivliyi metodologiyası əsasında effektivliyə təsir edən amillər müəyyən edilmişdir;
- mübadilə sferasında marketing fəaliyyətinin yaxşılaşdırılması istiqamətlərinin müəyyən edilmişdir;
- marketing fəaliyyətinin inkişafında beynəlxalq təcrübədən istifadə imkanlarının müəyyən edilmişdir.

ƏDƏBİYYAT

1. Abbasov A.B. Biznesin əsasları. Bakı, 2005, 656 s.
2. Abbasov A.B. Biznesin təşkili və idarə edilməsi /Dərslük. Bakı: "İqtisad Universiteti" nəşriyyatı, 2011. 464 s.
3. Əmrahov V.T., Qasıмова A.Z., Həsənov A.F. Aqromarketing. Bakı, 2013, 105 s.
4. Nuriyev Ə.X. Regional siyasət və idarəetmə. Bakı, «Elm», 2004, 348 s.
5. Агафонов А.Н., Бахурин И.А. Система показателей для оценки производственной деятельности предприятий испытательного полигонного комплекса промышленности // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. - 2013. - № 33 (222). - С. 24-28.
6. Володько В.Ф. Основы менеджмента: учебное пособие / В. Ф. Володько. – Минск: Адукацыя і выхаванне, 2016. – 303 с.
7. Елифанов В.А., Кочетков В.В. Основы общего менеджмента и тенденции его развития на современном этапе. Ч. I. Методологические и организационно-правовые основы менеджмента. [Текст]: учебник для вузов. - М.: Издательство, 2015.- 542 с.
8. Королёв В.И., Кочетков В.В. Современные технологии менеджмента. [Текст]: учебник для вузов. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 640 с.

9. Пожалуйста, не забудьте правильно оформить цитату:
Абрамов, Т. Д. Методы оценки эффективности маркетинговых решений / Т. Д. Абрамов. Текст : непосредственный // Молодой ученый. 2020. № 8 (298). - С. 301-303.
10. Самаева Е.В., Эрдниева Э.В., Сюкиев Д.Н., Каруев Б.Н., Самаева А.Д. Совершенствование и оценка эффективности маркетинговой деятельности на предприятии // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2020. № 12-2. С. 386-391;
11. Семёнов А.А. Основы менеджмента: практикум / А.К. Семёнов, В.И. Набоков.- М.: Дашков и К0, 2013. 468 с.
12. Тарасов Р.В., Макарова Л.В. Управление качеством продукции промышленных предприятий: монография. Пенза: ПГУАС, 2017. 168 с.
13. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. 6-е изд. СПб.: Питер, 2011. 448 с.

УДК 658.81 + 339.138

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ В СФЕРЕ ОБМЕНА

¹ Гюльнара Зейлим гызы Исмаилова, ² Брилянт Идрис гызы Аббасова, ³ Мушви́г Исмаил оглы Гусейнова ⁴ Заура Ариф оглы Мушкиева
Азербайджанский Государственный Аграрный Университет
г. Гянджа, проспект Ататюрка, 450
¹gulnara.ismayilova@adau.edu.az, ²brilyant.abbasova@adau.edu.az,
³mushviq.huseynov@adau.edu.az, ⁴zaur.mushkiev@adau.edu.az

***Резюме:** Эффективность маркетинга в сфере обмена зависит от того, как структурирована служба маркетинга в организации, какие задачи и на каком уровне она решает. При этом маркетинговая информация играет решающую роль, а конкретные функции маркетинга должны сочетаться с конкретными функциями других блоков и подсистем организации. Содержание процесса маркетинговой деятельности является определяющей составляющей процесса управления. В статье показаны методы оценки эффективности маркетинговых услуг в сфере обмена, а также проанализированы качественные и количественные методы. Отражена важность определения выбора метода на основе полной и подробной информации об объекте исследования и поставленных задачах.*

***Ключевые слова:** маркетинг, эффективность, обмен, стоимость, аудит*

UDC 658.81 + 339.138

EFFECTIVENESS OF USING MARKETING SERVICES IN THE SPHERE OF EXCHANGE

¹ Gulnara Zeylim Ismayilova, ² Brilyant Idris gizi Abbasova, ³ Mushvig Ismayil oglu Huseynov, ⁴ Zaur Arif oglu Mushkiyev
Azerbaijan State Agrarian University
Ganja city, Ataturk avenue, 450
¹gulnara.ismayilova@adau.edu.az, ²brilyant.abbasova@adau.edu.az,
³mushvig.huseynov@adau.edu.az, ⁴zaur.mushkiyev@adau.edu.az

***Summary:** The effectiveness of marketing in the sphere of exchange depends on how the marketing service in the organization is structured, what tasks and at what level it solves. At the same time, marketing information plays a decisive role, and specific marketing functions must be combined with specific functions of other blocks and subsystems of the organization. The content of the marketing activity process is a defining component of the management process. The article shows the*

№ 1/2025

səh. 66-71

methods of evaluating the effectiveness of marketing services in the sphere of exchange, and also analyzes the qualitative and quantitative methods. The importance of determining the choice of method based on full and detailed information about the research object and the tasks set was reflected.

Keywords: *marketing, efficiency, exchange, cost, audit*

Redaksiyaya daxilolma: 22.10.2024

Çapa qəbul olunma: 15.04.2025



UOT 339

DOI 10.30546/JIECM.2025.1.072

AZƏRBAYCAN-TÜRKİYƏ TİCARƏT-İQTİSADI ƏLAQƏLƏRİNİN MÜASİR TƏKMİLLƏŞDİRİLMƏSİNDƏ DÖVLƏT TƏNZİMLƏNMƏSİ

Xumar Fərhad qızı Abdullayeva

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti Yanında
Dövlət İdarəçilik Akademiyası
abdullayevakhumar1@gmail.com

Xülasə. Xarici ticarət-iqtisadi əlaqələr hər bir dövlətin sosial-iqtisadi inkişafında mühüm əhəmiyyət kəsb edərək Ümumi Daxili Məhsulun artmasına təsir edir. Bazar iqtisadiyyatının konsepsiyasına uyğun olaraq xarici ticarət əlaqələri inzibati və iqtisadi metodlarla tənzimlənir və sənaye inqilabları dövründə ixtira olunan elektron-texnoloji yeniliklərin idxalı və bütün sahələrə tətbiqi ilə daim təkmilləşdirilir.

Məqalə Azərbaycan-Türkiyə ticarət-iqtisadi əlaqələrin tənzimlənməsi və müasir dövrün tələblərinə uyğun olaraq, dövlətlər tərəfindən həyata keçirilən təkmilləşdirmələr üzrə aparılan elmi tədqiqata həsr edilmişdir. İki dost dövlət arasında ticarət-iqtisadi əlaqələrin yaradılması investisiya əməkdaşlığından başlanmışdır. Belə ki, Xəzər dənizindən çıxarılan neft-qaz hasilatının artırılması və xaricə nəqli infrastruktur layihələri üzrə bağlanmış beynəlxalq müqavilələrdə xarici şirkətlərlə bərabər Türkiyənin TRAO şirkəti də investisiya payına malikdir.

Açar sözlər: Ticari-iqtisadi əlaqə, Azərbaycan, dövlət tənzimlənməsi, Türkiyə, müasir.

Giriş. Azərbaycan-Türkiyə ticarət-iqtisadi əlaqələrinin yaradılması Türkiyənin enerji təhlükəsizliyinin təmin olunmasında idxal bazarının səmərəli şaxələnməsinə səbəb olmuşdur. Eyni zamanda tədqiqatda Azərbaycanın xam nefti və təbii qazının Türkiyəyə ixracı üçün inşa olunan boru nəqliyyatı infrastrukturuları (BTC, TANAP, TAP) regionun enerji xəritəsinin dəyişməsinə, Avropa dövlətləri bazarına və digər xarici ölkələrə çıxışa imkan yaratmışdır.

Məqalədə iki dövlət arasında qeyri neft-qaz sahəsi üzrə ticarət haqqında həyata keçirilən araşdırmalar və bu sahədəki elektrotexnoloji tətbiq ilə xarici ticarətin şaxələnməsi də araşdırılmışdır. Xarici ticarət dövlətlərin qəbul etdikləri hüquqi-iqtisadi qanunvericilik bazası əsasında tənzimlənməsi təkmilləşdiyindən dövlətlər arasındakı siyasi və iqtisadi münasibət böyük əhəmiyyət kəsb edir. Aparılmış elmi tədqiqatda göstərilmişdir ki, xarici ticarətin şaxələnməsi, etibarlılığı və davamlılığında dövlət başçılarının dostluq münasibətləri əsas amildir. Azərbaycan-Türkiyə ticarət iqtisadi əlaqələrin səmərəli və uzunmüddətli olması tarixi sənəd olan «Azərbaycan Respublikası ilə Türkiyə Respublikası arasında müttəfiqlik münasibətləri haqqında» Şuşa Bəyannaməsinin qəbul olunması bunun bariz nümunəsidir.

Azərbaycan Respublikası müasir dünyada bütün meyarlara uyğun davamlı sosial-iqtisadi inkişafa malik, 44 günlük Vətən müharibəsində öz torpaqlarını erməni işğalından azad etməyə qadir olan güclü bir dövlət olmaqla bərabər xarici ticarət-iqtisadi əlaqələrində dost, daimi və etibarlı tərəfdaş kimi tanınır. Azərbaycan-Türkiyə ticarət-iqtisadi əlaqələrinin tənzimlənməsi və müasir təkmilləşdirilməsi üzrə aparılan elmi tədqiqata əsaslanaraq qeyd etmək olar ki, ticarət əlaqələri hər iki dövlətin sosial-iqtisadi inkişafına səmərəli təsir edərək dövlətlər arasındakı dostluq əlaqələrini də möhkəmləndirir.

Tədqiqatın obyektı və metodikası. Dünya şöhrətli məşhur iqtisadçı alim G.M.Kensin bazar iqtisadiyyatı konsepsiyasına müvafiq olaraq ölkələrin sosial-iqtisadi inkişafı dövlət tərəfindən tənzimlənməlidir. Bu baxımdan həyata keçirilən xarici ticarət-iqtisadi əlaqələr iştirakçı dövlətlər tərəfindən qəbul edilən hüquqi-iqtisadi qanunvericilik bazası əsasında tənzimlənir və dünya «İqtisadi

inqilab» dövründə elmi ixtiralar və təcrübələrlə yaradılan innovasiyaların bütün sahələrdə tətbiqi ilə daim təkmilləşdirilir. Müstəqil Azərbaycan Respublikası 16-dan çox dövlətlərlə xarici ticarət-iqtisadi əlaqələrin tənzimlənməsinin hüquqi-iqtisadi qanunvericilik əsası kimi bir sıra qanunlar qəbul edilmişdir. Banklardan «Azərbaycan Respublikasında xarici ticarətin sərbəstləşdirilməsi haqqında», «Azərbaycan Respublikasında xarici ticarətin daha da liberallaşdırılması haqqında», «Gömrük tarifi haqqında», «Gömrükdə «Yaşıl dəhliz» elektron sisteminin tətbiqi haqqında», «Qeyri-neft ixracının təşkili ilə bağlı tədbirlər haqqında», «Beynəlxalq birbaşa xarici sərmayə haqqında» və s. qanunları göstərmək olar.

Tədqiqatın nəticələrinin müzakirəsi və təhlili. Türkiyə Respublikası ilə ticarət-iqtisadi əlaqələrin tənzimlənməsi məqsədi ilə «Türkiyə-Azərbaycan investisiyaların qarşılıqlı təşviqi və qorunması haqqında», «İkiqat vergitutmanın qarşısının alınması haqqında», «Azərbaycan Respublikası Hökuməti ilə Türkiyə Respublikası arasında ticarət-iqtisadi əməkdaşlıq haqqında», «Azərbaycan Respublikası ilə Türkiyə Respublikası arasında Yüksək Səviyyəli strateji Əməkdaşlıq Şurasının yaradılması haqqında» və s. Bütün göstərilən qanunlarla bərabər 44 günlük Vətən müharibəsinin ilk günlərindən Azərbaycana mənəvi dəstək olan dost və qardaş Türkiyə Respublikası ilə 2021-ci ilin 15 iyununda Azərbaycan Respublikası Prezidenti İlham Əliyev və Türkiyə Respublikası Prezidenti Rəcəb Tayyib Ərdoğanın imzaladığı «Azərbaycan Respublikası ilə Türkiyə Respublikası arasında müttəfiqlik münasibətləri haqqında» Şuşa Bəyannaməsi qəbul edilmişdir. 11 fevral 2022-ci ildə və 12 fevral 2022-ci ildə təsdiq edilən Şuşa Bəyannaməsində iki dövlət arasında ticarət-iqtisadi əlaqələrinin tənzimlənməsinin təşkili mexanizmində təkmilləşdirilməsini əks etdirən «Malların maneəsiz hərəkəti» maddəsi də daxil edilmişdir.

Elmi yenilik. «Azərbaycan Respublikası ilə Türkiyə Respublikası arasında uzunmüddətli iqtisadi əməkdaşlıq proqramı və icra planı»na əsasən əməkdaşlıqda 8 prioritet sahə müəyyən edilmişdir: ticarət, azad iqtisadi zona, sənaye, kənd təsərrüfatı, enerji, nəqliyyat, rabitə və turizm. Aparılmış elmi tədqiqat 2016-2021-ci illər ərzində iki dövlət arasında ticarət-iqtisadi əlaqələrinin tənzimlənməsi və müasir təkmilləşdirilməsinin həyata keçirilməsinə həsr olunmuşdur (7).

Praktik əhəmiyyəti. Qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycan və Türkiyə dövlətlərinin ticarət-iqtisadi əlaqələrinin yaradılmasının təməli ölkələrin investisiya əməkdaşlığından başlamışdır. Belə ki, ümummillə lider Heydər Əliyevin müəllifi olduğu 20 sentyabr 1994-cü ildə Xəzərin «Azəri-Çıraq-Günəşli» platformasında neft hasilatının artırılması üzrə Azərbaycanı xarici ölkələrdə təmsil edən Azərbaycan Dövlət Neft Şirkəti (SOCAR) xarici şirkətləri ilə Türkiyənin TPAO Şirkəti (61%) investisiya payına malikdir. TPAO Şirkəti «Şahdəniz» kondentantında qaz hasilatının artırılması üzrə imzalanmış beynəlxalq layihədə 19% investisiya payı ilə iştirak etmişdir (3).

İqtisadi səmərəsi. Azərbaycanın Türkiyə ilə investisiya əməkdaşlığı, ticarət məqsədi ilə Xəzərin neft və qazının Türkiyə və sonralar digər dövlətlərə nəqli üzrə inşa olunan beynəlxalq boru nəqliyyatı infrastruktur layihələri olan Bakı-Tbilisi-Ceyhan (BTC), Cənub Qaz Dəhlizinin seqmenti olan Trans-Anadolu (TANAP) və s. davam etmişdir. Bütün bu beynəlxalq nəqliyyat və təbii qazın Türkiyənin enerji təhlükəsizliyinin təmin olunmasında idxal bazarının səmərəli şaxələnməsinə səbəb olmuşdur. Bu boru kəməri vasitəsi ilə Qara dənizlə birləşməsindən əlavə, artıq Aralıq dənizinə çıxışı təmin olunmuşdur. Azərbaycan-Türkiyə ticarət-iqtisadi əlaqələr Azərbaycanın xam neft və təbi qazının Trans-Adriatik (TAP) kəməri vasitəsilə çıxışına yol açaraq regionun enerji xəritəsinin yenilənməsinə, genişlənməsinə səbəb olmuşdur. Bütün bunlar neft ölkəsi olan Azərbaycan Respublikasını hazırda yüksək əhəmiyyət kəsb edən qaz ixracatçısı kimi də tanınmasına və ölkələrin xarici ticarətinin geniş şaxələnməsinə səbəb olmaqdadır.

Tədqiqat üzrə aparılan statistik təhlil göstərmişdir ki, 2016-2021-ci illər ərzində Azərbaycanın xarici ticarət-iqtisadi əlaqələrində dost Türkiyə dövləti İtaliyadan sonra ikinci yerdədir. Dünya təcrübəsi göstərir ki, xarici ticarətin qonşu və ya region dövlətləri ilə həyata keçirilməsi kommersiya tərəfdaşlarının milli iqtisadiyyatlarının inkişafı üçün olduqca səmərəlidir. Aparılmış elmi tədqiqatla bu bir daha təsdiqini tapmışdı. Belə ki, yüksələn xətlə inkişaf edən Azərbaycan-Türkiyə ticarət əlaqələri hər iki dövlətin iqtisadi tərəqqisində və sosial-iqtisadi inkişafında yüksək əhəmiyyət kəsb etməklə

bərabər qonşu Gürcüstan Respublikasının da nəqliyyat infrastrukturunda tranzit iştirakçı kimi valyuta gəlirinə malikdir. Qonşu işğalçı dövlət olan Ermənistan Respublikasının tənəzzülə uğrayan iqtisadi durumu bunu bir daha təsdiq edir.

Tənzimlənən Azərbaycan-Türkiyə ticarət iqtisadi əlaqələrin təkmilləşdirilməsi 2016-2021-ci illər ərzində statistik təhlilin nəticəsində müəyyən olmuşdur ki, Azərbaycanın xarici ticarətinin 88%-ə qədərini xam neft və təbii qaz ixracı təşkil edir. Bu illər ərzində ümumi ticarət dövriyyəsi 21946,7 milyon ABŞ dollarından (2016) 33912,5 milyon ABŞ dollarına qədər yüksəlmişdir (cədvəl 1. Qrafik 1). 2021-ci ildə 2016-cı ilə nisbətən azalmışdır. (41,0 mln ton 34,0 milyon ton).

Cədvəl 1.

Azərbaycanın xarici dövlətlərə, o cümlədən Türkiyəyə neft-qaz ixracı (2016-2021-ci illər)

| Xarici ticarət | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|---|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Azərbaycanın xarici ticarəti | | | | | | |
| Ticarət dövriyyəsi (mln. ABŞ dol) | 21946,7 | 24103,8 | 30955,0 | 3302,7 | 24464,6 | 33912,5 |
| idxal (mln ABŞ dol) ixrac (mln ABŞ dol) | 8489,1 13457,6 (100%) | 8783,3 15920,0 (100%) | 11465,9 19489,1 (100%) | 13667,5 19635,2 (100%) | 10752,0 13732,6 (100%) | 11705,8 2206,7 (100%) |
| ocümlədən: | | | | | | |
| a) <u>Xam neft</u> miqdarı (mlnton) məbləğ (mln. ABŞ dol) | 34096,4 10692,8 (79,4) | 30524,9 12171,3 (79,4) | 29482,4 15710,1 (80,6) | 30837,1 14814,1 (75,4) | 29023,1 9363,5 (68,2) | 27116,1 13218,9 (59,5) |
| b) <u>Təbii qaz</u> miqdarı (mln, m ³) məbləğ (mln ABŞ dol) | 8396,0 1096,6 (8,1) | 8258,8 1237,6 (8,0) | 8039,9 1512,2 (7,8) | 12537,4 2366,7 (12,0) | 12424,6 2190,5 (15,9) | 20046 5534,4 (24,9) |
| Neft və qazın ixracda xüsusi çəkisi (%) | 87,5 | 87,4 | 88,4 | 87,4 | 84,1 | 84,4 |
| Türkiyə ilə ticarət | | | | | | |
| Ticarət dövriyyəsi (min. ABŞ dol) idxal (mln ABŞ dol) ixrac (mln ABŞ dol) | 2367,2 1181,6 1185,6 (100) | 2667,5 1273,7 1393,8 (100) | 3402,8 2576,9 1825,9 (100) | 4509,5 1636,8 2862,7 (100) | 4160,3 1562,6 2597,7 (100) | 4661,8 1843,7 2818,1 (100) |
| ocümlədən: | | | | | | |
| a) <u>Xam neft</u> miqdarı (mlnton) məbləğ (mln. ABŞ dol) | 247,4 59,4 (5,0) | - | - | 970,1 417,1 (14,5) | 675,4 225,1 (8,9) | 690,5 33116 (11,7) |
| b) <u>Təbii qaz</u> miqdarı (mln, m ³) məbləğ (mln ABŞ dol) | 6245,7 840,7 (70,9) | 6281,3 982,8 (70,5) | 5854,4 1234,2 67,6 | 9795,0 2012,6 (70,3) | 9890,3 1898,4 (73,0) | 9849,8 1684,2 (59,6) |
| Neft və qazın ixracda xüsusi çəkisi (%-lə) | 75,9 | 70,5 | 67,6 | 84,8 | 81,9 | 71,3 |

Mənbə: «Azərbaycanın xarici ticarəti» - 2022 (statistik məcmu), Azərbaycan rəqəmlərdə – 2022.
HYPERLINK "http://www.socar.az/"\hwww.socar.az

№ 1/2025

səh. 72-79

Bununla əlaqədar ticarətdə ixracda da azalma müşahidə olunur (34,2-27,1 milyon ton). Ölkəmizdə neft hasilatı və ixracının azalmasında əsas səbəb Azərbaycan Respublikasının da qeyri üzvlü neft hasilatı olaraq iştirak etdiyi dünya neft ixracatçılarının təşkları (kartel) olan OPEK-in müəyyən etdiyi kvota və digər səbəblər olmuşdur. Lakin əsasən «Şahdəniz» 2 kondensatından hasil olan təbii qazın miqdarı 2 dəfəyə qədər artdığından (29,4 mln m³- 43,9 mln m³) ölkənin xarici ixracında artım müşahidə olunur (8,3 mln m³-20,0 mln m³).

Türkiyə Respublikası ilə ticarətdə xam neft ixracı 3 dəfəyə qədər artmışdır (247,0 mlnton-690,6mlnton). Təbii qaz hasilatının artması ixracı 6,2 mlnm³-dan 9,8 mlnm³-qədər artıma nail olunmuşdur (cədvəl 2,1).

Cədvəl 2.

**Azərbaycan-Türkiyə ticarət əlaqələrində xam neft və təbii qazın ixracı
(2016-2021)**

| Azərbaycan | | | Türkiyə | | | |
|------------|----------------------|--------------------------------|----------------------|--------------------------------|-------------------|------------------------------|
| İllər | Neft | Qaz | Neft | Qaz | İxrac | İllər |
| | hasilat (mln.ton) | İxrac (mln.m ³) | hasilat (mln.ton) | İxrac (mln.m ³) | neft (mln.ton) | qaz (mln.m ³) |
| 2016 | 41,0 | 34,2 | 29,4 | 8,3 | 247,0 | 6,2 |
| 2017 | 38,7 | 30,5 | 28,6 | 8,2 | - | 6,3 |
| 2018 | 38,8 | 29,5 | 30,9 | 8,0 | - | 5,8 |
| 2019 | 38,5 | 30,8 | 35,6 | 12,5 | 970,1 | 9,7 |
| 2020 | 34,5 | 29,0 | 37,0 | 12,4 | 675,4 | 9,8 |
| 2021 | 34,6 | 27,1 | 43,9 | 20,0 | 690,6 | 9,8 |

Mənbə: Azərbaycanın xarici ticarəti – 2022 (statistic məlumat)

HYPERLINK "http://www.socar.az/" \hwww.socar.az

Beynəlxalq Standart Ticarət Təsnifatı üzrə xarici ticarətdə məhsulları 10 qrupla göstərilmişdir. (5) Bu təsnifata əsaslanaraq Azərbaycanın xarici ticarətinin 88-92%-ni 4-cü qrup məhsulları təşkil edir ki, burada əsasən Mineral yanacaq, sürtkü yağları və analoji neft-qaz aiddir. Azərbaycanın xarici ticarətində Türkiyəyə olan ixracdan əsas məhsul Beynəlxalq Standart Ticarət təsnifatına aid olan 4 qrupa aid məhsullar təşkil edir. Bu məhsullar ümumi ticarətin 68-86%-nə bərabərdir (cədvəl 3).

Cədvəl 3.

Beynəlxalq Standart Ticarət Təsnifatı üzrə Azərbaycanın xaricə, o cümlədən Türkiyəyə ixracda əsas olan 4-cü qrup məhsulları

| Məhsul bölməsi | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|---|----------------------------|------|------|------|------|------|
| 4. Mineral yanacaq, sürtkü yağları, analoji məhsulların xüsusi çəkisi (%) | Azərbaycandan ixrac | | | | | |
| | 92,2 | 90,5 | 91,7 | 90,7 | 87,3 | 88,4 |
| | Türkiyədən ixrac | | | | | |
| | 81,4 | 73,2 | 68,6 | 85,9 | 82,2 | 83,8 |

Mənbə: Müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

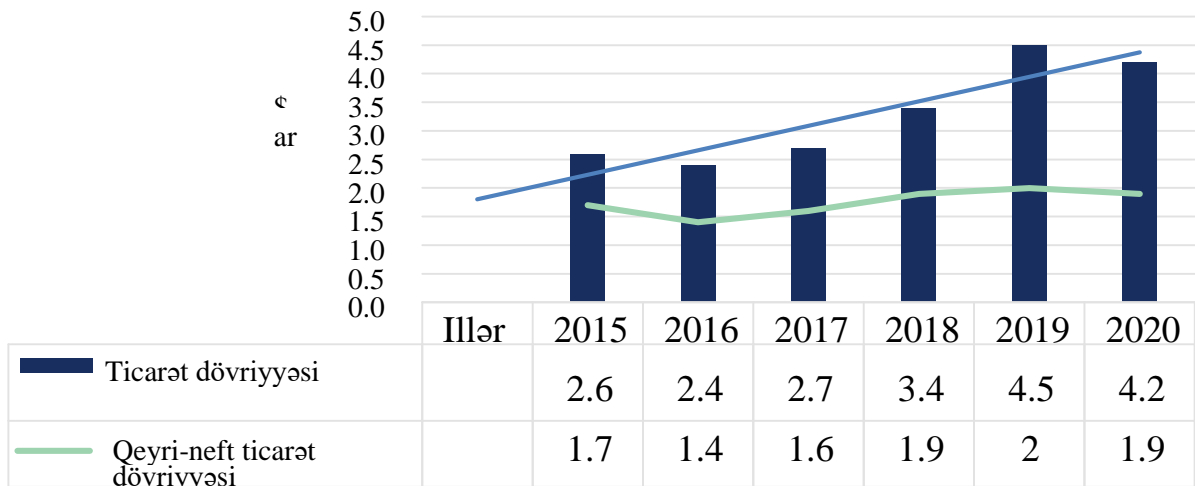
Son illər Dünya bazarında neftin qiymətinin vaxtaşırı kəskin dəyişməsi (2012-ci ildə 1 barel 110 ABŞ dollar, 2019-cu ilin sonunda 14 ABŞ dollar, hazırda isə 92 ABŞ dollar milli iqtisadi inkişafda və xarici ticarətdə neftdən asılılığın azaldılması məqsədi ilə əlverişli torpaq-iqlim şəraətinə malik olan Respublikada rəqabət qabiliyyətli qeyri neft-qaz məhsullarının istehsalı, Türkiyə və digər xarici dövlətlər ixracı məqsədi ilə dövlət tənzimləyici, təkmilləşdirici tədbirlər həyata keçirilmişdir. Qeyri neft-qaz məhsullarının istehsalı dövlətlə bərabər əsasən sahibkarlar tərəfindən həyata keçirildiyindən sahibkarlıq biznes mühitinin yaxşılaşdırılması istehsal prosesində texnoloji innovasiyaların tətbiqi, xarici ticarətin stimullaşdırılması üzrə dövlət tərəfindən müvafiq qanun və sərəncamlar qəbul edilmişdir. Qeyri neft-qaz sektorunun inkişafının tənzimlənməsinin təkmilləşdirilməsi məqsədi ilə Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev 2016-cı il oktyabrın 5-də «Madi in Azerbaijan» brendi ilə xarici bazarlarda geniş miqyaslı tətbiqi və təklifi haqqında» fərman imzalamışdır. Fərmana əsasən «made in Azerbaijan» brendli qeyri neft-qaz məhsullarının istehsalı, xaricdə tanınması və ixracının stimullaşdırılması məqsədi ilə tənzimlənmədə dövlət dəstəyi ilə 10 fərqli təkmilləşdirilmə mexanizminin tətbiqi göstərilmişdir. Eyni zamanda iqtisadi islahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzi nəzdində «Azex.port.az» yaradılmışdır. (8) Bununla bərabər, qeyri neft-qaz məhsullarının ixracının şaxələndirilməsi məqsədi ilə «Azərbaycanda ixracın və İnvestisiyaların Təşfiqi Fondu (AZPROMO), loqistika mərkəzləri və s. yenilikləri göstərmək olar (7).

Statistik göstəricilərin tədqiqinə əsasən göstərmək olar ki, tənzimlənən Azərbaycan-Türkiyə ticarət-iqtisadi əlaqələrinin təkmilləşdirilməsində qeyri-neft-qaz sektorunun inkişaf etdirilməsi son illərdə iki dövlət arasında ticarətin şaxələnməsini xüsusi qeyd etmək olar.

Qeyri neft-qaz sektorun inkişafı və ixracı artırılmasındakı tənzimləmə tədbirlərində sahibkarlar tərəfindən investisiya qoyuluşu üzrə əsaslı təkmilləşdirmələr həyata keçirmək üçün bir sıra iqtisadi-hüquqi sənədlər qəbul etmişdir. Xüsusən sahibkarlıq biznesinin inkişaf edirilməsi, «Made in Azerbaijan» markalı məhsulların tələbata uyğun olaraq təklifin artırılması üçün yeni olan aqrupark, sənaye parkı, sənaye zonası kimi qurumlar yadılmışdır. Bu sahədə fəaliyyətin tənzimlənməsinə nəzarət məqsədilə İqtisadiyyat Nazirliyinin tabeliyində iqtisadi zonaların inkişafı Agentliyi yaradılmışdır (7). Hazırda ölkədə fəaliyyət göstərən sənaye parkı və 5 aqroparkda iştirakçı rezidentlərə kömək məqsədi ilə dövlət tərəfindən bütün infrastruktur təminatı yerinə yetirilmiş və stimullaşdırıcı tədbirlər həyata keçirilmişdir. Belə ki, sahibkarlar 10 il müddətinə bütün növ vergidən (torpaq, əmlak, gəlir, mənfəət) azad edilmişlər. Həmçinin onların innovativ texniki avadanlıq və qurğuların idxalında ƏDV və 7 il ərzində idxal işindən azad edilmişdir.

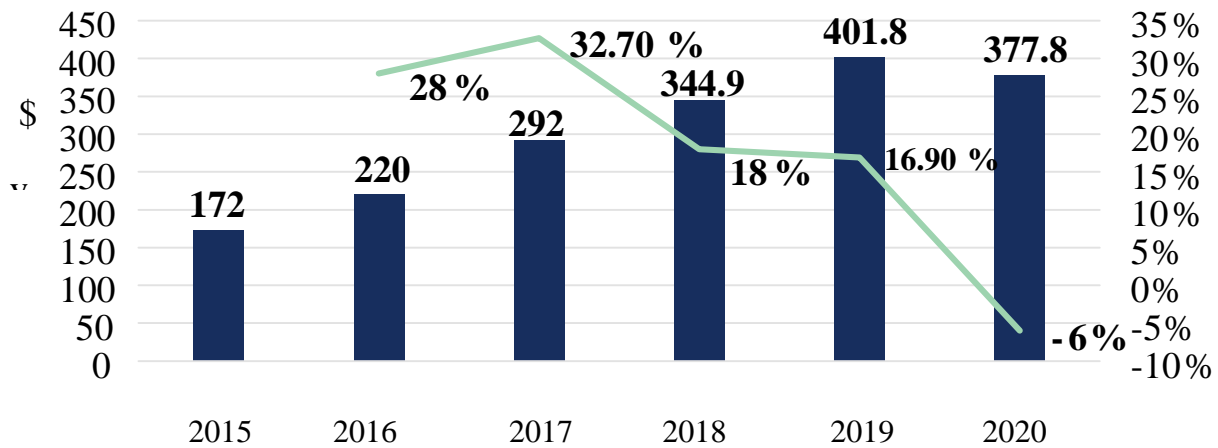
Dövlətin xarici ticarətdə qeyri-neft-qaz sektorunu genişləndirilməsi üzrə həyata keçirdiyi təkmilləşdirici tədbirləri ölkə iqtisadiyyatının davamlı inkişafında xarici ticarətin şaxələnməsinə səbəb olmaqla bərabər Ümumi Daxili məhsulun tərkibində qeyri-neft-qaz sektorunun payının artmasına səbəb olmuşdur (10). Azərbaycan-Türkiyə ticarət-iqtisadi əlaqələrin yaranmasını təməli neft-qaz sahəsində hasilatın artırılması və nəqli üzrə beynəlxalq infrastruktur layihələrinin inşası üzrə investisiya əməkdaşlığından başladığı kimi, qeyri neft-qaz sahəsi üzrə investisiya əməkdaşlığı inkişaf etməkdədir. Belə ki, Türkiyənin 4500-ə qədər investorları birbaşa investisiya yatırımları ilə Respublikanın milli iqtisadiyyatınındemək olar ki, bütün sektorlarında, xüsusən tikinti, elektron ticarət, xidmət, təhsil, səhiyyə, turizm, ictimai iaşə və s. iştirak edirlər, Azərbaycan sahibkarları da (200-dən artıq) Türkiyədə fəaliyyət göstərir (8).

Tədqiqat zamanı müəyyən edilmişdir ki, 2021-ci ildə Azərbaycan Türkiyədən 62 adda mal idxal etmiş və 17 adda mal isə ixrac etmişdir. Müşahidə edilmişdir ki, tədqiqat müddətindəki dövrdə Türkiyə əsasən emal olunmuş məhsul ixrac edir, Azərbaycandan ixrac olunan məhsullar emal olunmamışdır. («STAR» net emalı zavodu məhsulları istisna olmaqla). 2015-2020-ci illərdə Azərbaycanın qeyri neft sektoru üzrə ixracının 20,2%-i Türkiyənin payına düşür. Qeyd olunan illər ərzində Rusiya Federasiyasından (36,3% pay) sonar ikinci yerdə qərarlaşan Türkiyə Respublikası qeyri-neft ixracında xüsusi mövqeyə malikdir (Diaqram 1 və Diaqram 1).



Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi

Diaqram 1. Azərbaycanın Türkiyəyə qeyri-neft məhsullarının ixrac statistikası və artım faizlər



■ Türkiyəyə qeyri-neft ixracı
 — Türkiyəyə qeyri-neft ixracının artım faizi

Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi

Diaqram 2. Azərbaycan və Türkiyənin ümumi və qeyri-neft xarici ticarəti

Azərbaycan-Türkiyə ticarət-iqtisadi əlaqələrin investisiya əməkdaşlığı xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. 2021-ci ilin məlumatına əsasın Türkiyə iqtisadiyyatına yatırılan xarici investisiya 60%-ə qədər artaraq 13 milyard ABŞ dollarına bərabər olmuşdur. (5) Bu investisiya yatırımında Azərbaycan 1-ci yerdədir. Türkiyəyə Azərbaycanın investisiya yatırımı əsasən «SOCAR»-I təmsil edən «SOCARTürkiyə» (hazırkı «Socar-Türkiyə») şirkətidir. 2022-ci ildə isə Azərbaycanda xarici investisiyaların həcmi 759 milyon 146 min dollar təşkil edib. Azərbaycandan ən çox birbaşa investisiya Türkiyə iqtisadiyyatına olmuşdur. Hesabat dövründə investisiya həcmi 1 milyard 760,2 milyon dollar investisiya yatırılıb ki, buda illik müqaisədə 20 dəfə çoxdur.

Türkiyənin «Petkim Petrokimya Holding kompleksinin səhmlərinin nəzarət paketinin 51%-nə malik olan «Socar-Türkiyə» tərəfindən insan olunan və 2018-ci ildə istifadə olunan STAR NEZ tikintisinə 6,3 milyard investisiya qoyulmuşdur. Ümumilikdə, Azərbaycanın Türkiyəyə investisiya yatırımı 16,5 milyard ABŞ dollarına bərabərdir.

Azərbaycan və Türkiyə ticarət əlaqələrinin tənzimlənməsini təkmilləşdirməkdə dövlət başçılarının təşəbbüsləri ilə reallaşan ÇQD-nin əsas senmenti olan, bütün göstəricilərinə görə

beynəlxalq səviyyəli TANAP ABŞ-da yerləşən «Projet-Management institute» tərəfindən «2020-ci ilin layihəsi mükafatına layiq görülmüşdür.

Tənzimlənən Azərbaycan-Türkiyə ticarət-iqtisadi əlaqələrini də qeyri-neft-qaz məhsullarının ticarətində elektron ticarət xidmət ticarətinin genişlənməsini xüsusi qeyd etmək olar. Türk investorları Azərbaycanda Beynəlxalq təsnifata əsasən müəyyən olunan 12 növ xidmət ticarətinin demək olar ki, hamısında iştirak elirlər. Xüsusən ictimai işə, təhsil, turizm sahəsində. Eyni zamanda tikinti sektorunda insan olunan yeni görkəmli tikililər: - SOCAR, Neft Fondu, Mərkəzi Bank, dəniz Mall və s. türk investorları tərəfindən tikilmişdir. (5) İki dövlət arasında ilbəl artan investisiya əməkdaşlığı xarici ticarətin genişlənməsi və strukturunun artırılması əsas amillərdəndir. Hazırda Azərbaycan Türkiyəyə 20 milyarddan artıq, Türkiyə isə ölkəmizə 16 milyarda qədər investisiya yatırmışdır (8).

Nəticə. Azərbaycan-Türkiyə ticarət-iqtisadi əlaqələrinin tənzimlənməsində təkmilləşdirilməsində son illər qəbul olunan «Pereferensial haqqında» qanunaəsasən 15 qurum Türkiyədən idxal məhsuluna 5 il müddətinə rüsumun alınmasını qeyd etmək olar. Eyni zamanda Türkiyə ilə sərhəddə olan Naxçıvan MR-dan ildə 160 milyon manatlıq məhsuldan idxal rüsumunun alınması oduqca səmərəlidir. Beləliklə, dost və qonşu dövlətlər olan Azərbaycanla Türkiyənin ticarət-iqtisadi əlaqələrinin tənzimlənməsinin təkmilləşdirilməsi ilə milli iqtisadiyyatın inkişafının artan xətlə yüksəlməsinə səbəb olduğundan perspektivdə uzunmüddətli olub, şaxələndirilməsini əks etdirir. Bunun bazar nümunəsi ikinci «Əsrin müqaviləsi»ndə Türkiyənin investisiya payına malik olması ilə bərabər 2021-ci ilin 15 iyununda hər iki dövləti başçılarının imzaladığı «Azərbaycan Respublikası ilə Türkiyə Respublikası arasında müttəfiqlik haqqında» Şuşa Bəyannaməsidir. Bu tarixi sənəddə dövlətlər arasında birgə əməkdaşlıqda xarici ticarətlə əlaqədar «Malların maneəsiz hərəkəti» maddəsinin qeyd olunması bütün dünyaya nümunə olan Azərbaycan-Türkiyə dostluq və qardaşlıqla həyata keçirilən ticarət əməkdaşlığının uzun müddətliyini əks etdirir.

ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan dövlət statistika komitəsi
2. Azərbaycan dövlət gömrük komitəsi
3. Azərbaycanın xarici ticarəti – 2022. Bakı-2022.
4. Azərbaycan rəqəmlərdə.
5. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası. Bakı. 12 Noyabr 1995
6. Azərbaycanın xarici ticarət əlaqələrinin tənzimlənməsi üzrə Türkiyə Respublikası Hakimiyyəti arasında tərəfdaşlıq və əməkdaşlıq gəzisinin təsdiq edilməsi haqqında qanun. Bakı şəhəri. 1 fevral 2008
7. Azərbaycan Respublikasının Xarici İnvestisiyanın qorunması haqqında Qanun. Bakı şəhəri. 15 yanvar 1992
8. Azərbaycan Respublikası və Türkiyə Respublikası arasında Birgə Bəyannamə 13 Aprel 2004
9. Əliyeva R.Ə -Beynəlxalq iqtisadi münasibətlər. Dərslik. Bakı 2013
10. Azərbaycan Mərkəzi Bankı

УДК 339

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В СОВРЕМЕННОМ СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ АЗЕРБАЙДЖАНО-ТУРЕЦКИХ ТОРГОВО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Хумар Фархад кызы Абдуллаева
У Президента Азербайджанской Республики
Академия государственного управления
abdullayevakhumar1@gmail.com

Резюме. Внешнеторговые и экономические связи играют важную роль в социально-экономическом развитии каждого государства и влияют на увеличение валового внутреннего

продукта. Согласно концепции рыночной экономики, внешнеторговые отношения регулируются административно-экономическими методами и постоянно совершенствуются за счет импорта электронно-технологических новинок, изобретенных в ходе промышленных революций, и применения их во всех областях.

Статья посвящена научным исследованиям по регулированию азербайджано-турецких торгово-экономических отношений и улучшениям, проводимым государствами в соответствии с требованиями современной эпохи. Установление торгово-экономических отношений между двумя дружественными государствами началось с инвестиционного сотрудничества. Так, турецкая компания TRAO наряду с иностранными компаниями имеет инвестиционную долю в международных соглашениях, заключенных по инфраструктурным проектам по увеличению добычи нефти и газа, добываемых на Каспии, и их транспортировке за границу.

Ключевые слова: Торгово-экономические отношения, Азербайджан, государственное регулирование, Турция, современное.

UDC 339

STATE REGULATION IN THE MODERN IMPROVEMENT OF AZERBAIJAN-TURKEY TRADE-ECONOMIC RELATIONS

Khumar Farhad Abdullayeva

Academy of Public Administration under the President of the Republic of Azerbaijan

abdullayevakhumar1@gmail.com

Summary. Foreign trade and economic relations play an important role in the socio-economic development of each state and affect the growth of the Gross Domestic Product. In accordance with the concept of a market economy, foreign trade relations are regulated by administrative and economic methods and are constantly improved by importing electronic and technological innovations invented during the industrial revolutions and applying them to all areas.

The article is devoted to scientific research on the regulation of Azerbaijan-Turkey trade and economic relations and the improvements made by the states in accordance with the requirements of the modern era. The establishment of trade and economic relations between the two friendly states began with investment cooperation. Thus, the Turkish TRAO company has an equal investment share with foreign companies in international contracts concluded on increasing oil and gas production from the Caspian Sea and infrastructure projects for transporting it abroad.

Keywords: Trade and economic relations, Azerbaijan, state regulation, Turkey, modern.

Redaksiyaya daxilolma: 22.10.2024

Çapa qəbul olunma: 15.04.2025



UOT 336.02

DOI 10.30546/JIECM.2025.1.080

YAŞIL VERGİ TƏŞVIQLƏRİ VƏ ƏTRAF MÜHİTİN QORUNMASI ARASINDA DİNAMİK ƏLAQƏLİLİK

Elnarə Nəbi qızı Əhmədova

Azərbaycan Kooperasiya Universiteti
elnara.ahmadova123@gmail.com

Xülasə. Yaşıl vergi təşviqləri, dövlətlərin ətraf mühitin qorunmasını təşviq etmək məqsədilə vergi siyasətində etdikləri dəyişikliklərdir. Bu təşviqlər, ekoloji dayanıqlılıq və iqtisadi inkişaf arasında tarazlıq yaratmağa çalışır. Yaşıl vergilərin məqsədi, ekologiya baxımından zərərli fəaliyyətləri azaldaraq, təbii sərvətlərin qorunmasını təmin etməkdir. Bu təşviqlər, həmçinin şirkətləri və fərdləri ətraf mühitə dost texnologiyaları və davamlı istehsal metodlarını qəbul etməyə təşviq edir.

Yaşıl vergi təşviqlərinin ətraf mühitin qorunması ilə dinamik əlaqəsi geniş miqyasda iqtisadi və ekoloji təsirlər göstərir. Bu vergi siyasətləri, ən çox karbon emissiya və digər zərərli tullantıların azaldılması üzərində cəmlənir. Əgər yaşıl vergi sistemləri effektiv tətbiq olunarsa, bu, ekoloji təhlükəsizlik və təbiətin bərpasına müsbət təsir göstərə bilər. Məsələn, karbon vergiləri və enerji səmərəliliyi təşviqləri, bərpa olunan enerji mənbələrinin istifadəsini artırır və ətraf mühitin dayanıqlılığını dəstəkləyir.

Bununla yanaşı, yaşıl vergi təşviqləri iqtisadiyyatın digər sahələrinə də təsir göstərir. Bu təşviqlər, təmiz texnologiyaların inkişafını stimullaşdıraraq, iş yerləri yaradır və yeni iş sahələrini ortaya çıxarır. Yalnız ətraf mühitin qorunmasına deyil, həm də iqtisadi artıma və sosial rifahın yüksəlməsinə töhfə verir.

Son olaraq, yaşıl vergi siyasətlərinin uğurlu olması üçün onların uyğun şəkildə tətbiq edilməsi, izlənməsi və zamanla tənzimlənməsi zəruridir. Bu cür təşviqlərin uzunmüddətli effektivliyi, təkcə vergi dərəcələrinin artmasından deyil, həm də dövlətin ətraf mühit siyasətlərinin strateji hədəflərinə uyğun olaraq tətbiqindən asılıdır.

Açar sözlər: Yaşıl vergi təşviqləri, ətraf mühitin qorunması, dinamik əlaqəlilik, COP29, cari vəziyyət.

Giriş. Bu tədqiqatın əsas mövzusu yaşıl vergi təşəbbüslərinin ətraf mühitin mühafizəsinə təsirinin təhlili və davamlı inkişaf üçün global fəaliyyət kontekstində onların əhəmiyyətindən ibarətdir. Xüsusilə, tədqiqatda yaşıl vergi kreditləri və yığımlar və ətraf mühitin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması kimi fiskal siyasətlər arasındakı əlaqəyə diqqət yetirilir. Məqsəd müvafiq vergi islahatlarının bizneslərin və istehlakçıların daha yaşıl və enerjiyə qənaət edən həyat tərzinə doğru davranışına necə təsir edə biləcəyini anlamaqdır.

Tədqiqatın obyektı və metodikası. Tədqiqatın obyektı ekoloji siyasət kontekstində təbii ətraf mühitin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasına yaşıl vergi güzəştinin təsirini təhlil etməkdir. Tədqiqat zamanı dövlət sənədlərinin, beynəlxalq ekoloji təşkilatların hesabatlarının təhlili və fiskal siyasət də daxil olmaqla bir sıra müasir yanaşmalardan istifadə olunub. Bundan əlavə araşdırmada, inkişaf etmiş iqtisadiyyata malik ölkələrdə müxtəlif vergi güzəştləri sistemlərinin effektivliyinə dair statistik məlumatların təhlilindən istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın nəticələrinin müzakirəsi və təhlili. Nəticələrin təhlili göstərdi ki, yaşıl vergi güzəştləri həm şirkətlərin, həm də istehlakçıların davranışlarına əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Bərpa olunan enerji mənbələrinə, enerji səmərəliliyinə və davamlı istehsala investisiyalar üçün vergi güzəştləri sisteminin tətbiqi havanın keyfiyyət göstəricilərinin əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşması və istixana qazları emissiyalarının azalması ilə nəticələnir. Tədqiqatlar həmçinin, xüsusilə enerji və

nəqliyyat sektorlarında aşağı karbonlu texnologiyalara keçid üçün stimulların təmin edilməsində mühüm rol oynadığını göstərir.

Bununla belə, bu həllərin effektivliyi siyasi sabitlikdən, tənzimləmələrin icra dərəcəsindən və müvafiq maliyyə alətləri vasitəsilə davamlı inkişafı təşviq etməli olan maliyyə institutlarının dəstəyindən asılıdır.

Elmi yenilik. Bu tədqiqatın elmi yeniliyi fiskal siyasətin təhlilini ətraf mühitin mühafizəsi aspekti ilə, xüsusən də ekoloji siyasət aləti kimi yaşıl vergi kreditlərinin praktiki tətbiqi kontekstində birləşdirməsindən ibarətdir. Mühüm töhfə həm də müxtəlif ölkələr arasında empirik məlumatlar və müqayisəli təhlillər nəzərə alınmaqla bu təşəbbüslərin ekoloji səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi üçün müasir metodların təqdimatıdır.

Praktik əhəmiyyəti. Tədqiqat ətraf mühitin mühafizəsi üçün effektiv maliyyə alətlərinin işlənilməsi hazırlanmasında siyasi və iqtisadi qərar qəbul edənlər üçün dəyərli məlumatlar təqdim edir. Praktiki əhəmiyyət inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrdə davamlı iqtisadi inkişafa və vətəndaşların həyat keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasına imkan verəcək yaşıl vergi güzəştlərinin tətbiqi ilə bağlı tövsiyələrin həyata keçirilməsinin mümkünlüyündən irəli gəlir. Bundan əlavə, bu sahədə ən yaxşı təcrübələrin müəyyən edilməsi ekoloji siyasətin qlobal təkmilləşdirilməsinə və Dayanıqlı İnkişaf Məqsədlərinin (SDG) həyata keçirilməsinə töhfə verə bilər.

İqtisadi səmərəsi. İqtisadi səmərəlilik baxımından yaşıl vergi güzəştlərinin tətbiqi həm qısa, həm də uzunmüddətli perspektivdə sərfəli ola bilər. İlk xərclər yüksək olsa da, ətraf mühitin çirklənməsi ilə bağlı ictimai səhiyyə xərclərinin azaldılması, eləcə də enerji səmərəliliyinin artırılmasının uzunmüddətli faydaları ilkin investisiyanı kompensasiya edə bilər. Bundan əlavə, innovativ ekoloji texnologiyaların inkişafı yeni iş yerlərinin yaradılmasına və beynəlxalq bazarda rəqabət qabiliyyətinin artmasına kömək edir.

Dünya ölkələrində “Yaşıl Vergi” qaydaları

Dünyada iqlim dəyişikliyi ilə bağlı məlumatlılığın artması vergi siyasətinə də təsir edir. KPMG (KPMG Audit, Vergi və Məsləhət xidmətləri göstərən peşəkar firmaların qlobal şəbəkəsidir) tərəfindən nəşr olunan Yaşıl Vergi İndeksi qlobal vergi siyasətindəki dəyişikliyi göstərir. İndeks göstərir ki, yaşıl vergi siyasəti ilə maraqlanmayan bir çox ölkə son üç ildə bu sahəyə investisiyalarını artırıb. Cənubi Amerika ölkələri həyata keçirdikləri siyasətlə bərpa olunan enerji bazarının zirvəsinə doğru qaçır.

Paris Sazişindən sonra iqlim dəyişikliyi ilə mübarizə planları gücləndikcə, dövlətlər ekoloji cəhətdən təmiz davranışı təşviq etmək üçün vergi siyasətlərini yenidən təşkil edirlər. KPMG qlobal vergi siyasətindəki dəyişikliyi izah etmək və bu mövzuda məlumatlılığı artırmaq üçün Yaşıl Vergi İndeksini nəşr etmişdir.

Qeyd etməliyik ki, yaşıl vergi siyasəti yüksəlir. Bir çox ölkələr bu sahəyə investisiyalarını artırır. 2014-cü ildə Cənubi Amerika ölkələri elektrik enerjisinin 53%-ni bərpa olunan mənbələrdən istehsal edirdi. Dünya üzrə bu nisbət orta hesabla 22% təşkil edir [1].

Kolumbiya 2015-ci ildə təbiətə dəyən zərərin azaldılması, həyat keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması və təmiz və bərpa olunan enerji mənbələrinə çıxış üçün stimullar da daxil olmaqla fəaliyyət planı yaratmışdır.

Çili hökumətin vergi islahatları təşəbbüsü çərçivəsində 2014-cü ildə karbon vergisi tətbiq edib. Bundan əlavə ölkə, 2016-cı ildə satılan hər yeni avtomobil üçün “yaşıl vergi” tətbiq etmişdir [1].

2016-cı ildə Meksikada Ətraf Mühitin Mühafizəsi Qanunu qüvvəyə minib. Qanun ətraf mühitin çirklənməsinə səbəb olan təşkilatların cərimələnməsini nəzərdə tutur. İqlim Dəyişikliyi Qanunu Meksikada da qəbul edildi. Əsas etibarıyla, qeyd etdiyimiz bu qanun illik emissiyaları 25 min tondan çox karbon qazı olan təşkilatlardan illik emissiyaları barədə hesabat vermələrini tələb edir. Meksika Gəlir Vergisi Qanunu bərpa olunan enerji avadanlıqlarına investisiyaları vergidən azad edir.

2016-cı ildə Argentina təmiz enerji layihələrini inkişaf etdirən bizneslərə vergi güzəştləri təqdim edən Plan RenovAR proqramını işə salmışdır. Qeyd etməliyik ki, bu sahədə Şimali Avropa sistemik şəkildə inkişaf edir. Skandinaviya və digər Avropa ölkələri tənzimləmə siyasətlərinin effektivliyinə görə yüksək yer tuturlar. Ümumiyyətlə qeyd etdiyimiz bütün bu ölkələrin bir çoxu təbii ehtiyatların,

habelə külək enerjisi kimi bərpa olunan enerjinin uğurunu təmin etmək məqsədiylə uzunmüddətli vergi siyasətinə malikdir.

Danimarka, Finlandiya, Almaniya, Hollandiya və İsveç Ekoloji Performans İndeksində ilk 10-luqdadır. Danimarka, Finlandiya və İsveçdə məlumatlılıq kifayət qədər yüksəkdir. Ətraf mühitə zərər verən hər cür fəaliyyətə vergi tətbiq edən bu ölkələr KPMG araşdırmasında ekoloji vergi gəlirləri baxımından ilk üç yerdədir.

2013-cü ildə Finlandiyada Ar-Ge investisiyaları 6,68 milyard avroya çatıb. 2016-cı ildə enerji tədqiqatlarına 129,3 milyon avro büdcə ayrılıb. İrlandiya, həmçinin ekoloji cəhətdən təmiz texnologiyalar üzrə tədqiqat və inkişaf fəaliyyətləri üçün 25% vergi endirimi tətbiq edir [1].

İtaliya, 80 milyard avro büdcə ilə AI-nin ən böyük miqyaslı tədqiqat və innovasiya proqramı olan Horizon 2020 proqramı çərçivəsində Ar-Ge təşviqləri təklif edir [1].

Kanada Enerji İnnovasiya Proqramı üçün Ar-Ge layihələrini, o cümlədən yeni nəsil elektrikli nəqliyyat vasitələrinin doldurulması infrastrukturunu maliyyələşdirmişdir. O, təmiz enerji sektorunda innovasiyaları dəstəkləmək üçün son iki ildə 46,1 milyon Kanada dolları toplayıb.

Dünya ölkələrində yaşıl nəqliyyat vasitələri üçün vergi təşviqi

2016-cı ildən etibarən Danimarkada nəqliyyat vasitələrinə iki növ vergi tətbiq edilir. Birincisi, avtonəqliyyat vasitələrinin qeydiyyatı vergisi, ikincisi isə daha yığcam və yanacağa qənaət edən avtomobil sahiblərinə üstünlüklər verən yaşıl vergidir. Vergi dərəcəsi mühərrikin nə qədər yanacaq sərfiyyatı təmin etdiyindən asılı olaraq dəyişir. Burada yığcam və qənaətcil avtomobillərə endirimlər nəzərdə tutulub.

Yaponiyada hər il minik və yük maşınlarına tətbiq edilən avtonəqliyyat vergisində ekoloji cəhətdən təmiz nəqliyyat vasitələri üçün ilk ildə 50-75% endirim tətbiq edilir. Ekoloji cəhətdən təmiz nəqliyyat vasitələri üçün avtomobil alarkən ödənilən vergilərə 20-100% endirim var [1].

2012-ci ildə Hindistan elektrikli avtomobil və ya hibrid avtomobil istehsalçıları tərəfindən təchiz edilən hibrid avtomobillər və litium-ion batareyaları üçün bəzi ehtiyat hissələri üçün gömrük rüsumlarını azaldıb. Belə ki, Hindistanda hibrid və elektromobillərin istehsalı üçün də stimullar verilir [10].

Almaniyada avtonəqliyyat vasitəsi vergisi qeydiyyata alınmış hər bir avtomobilin karbon qazı emissiyasından asılı olaraq dəyişir. Yüksək karbon qazı emissiyası olan avtomobillər digərlərinə nisbətən daha çox vergi ödəyirlər. Bundan əlavə, ekoloji cəhətdən təmiz nəqliyyat vasitələri alanlara xalis siyahı qiyməti 60 min Avrodan aşağı olan elektrikli avtomobillər üçün 4000 Avro, hibrid avtomobillər üçün isə 3000 Avro mükafat ödənilir. Bu fondun 50 faizi dövlət, 50 faizi isə avtomobil istehsalçıları tərəfindən təmin edilir. Elektrikli nəqliyyat vasitələri də avtonəqliyyat vasitələri vergisindən azad edilə bilər [1].

Yaşıl vergi təşviqləri və ətraf mühitin qorunması

Regionlar arasındakı uyğunsuzluq, xüsusilə Latın Amerikasına ölkələri və Karib hövzəsi kimi az inkişaf etmiş coğrafiyalarda aşağı karbonlu inkişaf və iqlimə uyğunlaşma və dayanıqlığın artırılması üçün tələb olunan kapital axınlarında əhəmiyyətli investisiya boşluğunun olduğunu vurğulayır. Bu, həm də Latın Amerikasına və Karib dənizi regionunun ESG (Ətraf mühit, sosial və korporativ idarəetmə) problemlərini həll etmək üçün yaşıl, sosial, davamlılıq və davamlılıqla əlaqəli istiqrazlar üçün geniş istifadə olunmamış bazara daxil olmaq imkanı təqdim edir.

Latın Amerikasına və Karib hövzəsi regionu bir neçə səbəbə görə yaşıl, sosial, davamlılıq və davamlılıqla əlaqəli əlaqələrin potensialını açmaq üçün yaxşı mövqedədir. Yaşıl, sosial, davamlılıq və davamlılıqla əlaqəli istiqrazların buraxılması Latın Amerikasına ölkələrinin və Karib hövzəsinin dövlət siyasətləri və iqlim dəyişikliyinə azaldılması, enerji keçidi, biomüxtəlifliyin qorunması, davamlı inkişaf və sosial bərabərliyin sürətləndirilməsi üzrə beynəlxalq öhdəlikləri ilə birləşdirilə bilər. Braziliya, Kolumbiya və Meksika da daxil olmaqla, regionun bir neçə ölkəsi öz ölkələrindəki emitentlər üçün yaşıl, sosial, davamlılıq və davamlılıqla əlaqəli istiqrazlarda həyata keçirmək üçün ESG ilə bağlı milli siyasətlər və taksonomiyalar və ya yol xəritələrini dərc etmişdir [2].

Əlavə olaraq, beynəlxalq yaşıl, sosial, davamlılıq və dayanıqlılıqla əlaqəli istiqrazlar inkişaf etməkdə olan kapital bazarlarını dəstəkləmək üçün yüksək təsirli bir yoldur, xüsusən də kapital tutumlu və uzunmüddətli xarakter daşıyan və tez-tez xarici texnologiyalar tələb edən ESG layihələri üçün. Bu istiqrazlar ümumiyyətlə Beynəlxalq Qiymətli Kağızlar Assosiasiyası və İqlim İstiqrazları Təşəbbüsü kimi nüfuzlu beynəlxalq təşkilatlar tərəfindən müəyyən edilmiş meyarlara və prinsiplərə uyğundur. Bu çərçivələr davamlılığa sadıq olan şirkətlər, dövlətlər, subsuverenlər və dövlətə məxsus qurumlar üçün hərtərəfli meyarlar və təlimatlar təqdim edir [2].

COP29 və Yaşıl Vergi Təşviqləri

COP29, 2024-cü ilin 11-22 noyabr tarixlərində Azərbaycan paytaxtı Bakı şəhərində keçirildi. Bu konfrans, iqlim dəyişikliyi ilə mübarizədə qlobal əməkdaşlığı gücləndirmək və dayanıqlı maliyyələşdirməni artırmaq məqsədini daşıyırdı.

Yaşıl Vergi Təşviqləri və COP29

COP29-da, ətraf mühitə dost təcrübələrin təşviq edilməsi üçün yaşıl vergi siyasətləri və dayanıqlı maliyyələşdirmə məsələləri önə çıxdı. Xüsusilə, fosil yanacaq istehsalçılarına qarşı vergilərin artırılması və bu gəlirlərin yaşıl investisiyalara yönləndirilməsi müzakirə olundu. Azərbaycan əvvəlcə fosil yanacaq istehsalçılarına vergi tətbiq etməyi təklif etsə də, bəzi ölkələrin etirazları üzündən bu planı ləğv edərək, yoxsul ölkələrdəki yaşıl investisiyaları dəstəkləmək üçün yeni bir fondun yaradılmasını hədəflədi [3].

Beynəlxalq Əməkdaşlıq və Maliyyələşdirmə

Konfransda, inkişaf etmiş ölkələrin inkişaf etməkdə olan ölkələrə iqlim dəyişikliyi ilə mübarizə üçün maliyyə dəstəyi verməli olduğu vurğulandı. Xüsusilə, Afrika və Ərəb ölkələri, təmiz enerjiyə keçid və iqlim dəyişikliyi ilə mübarizə üçün illik 1 trilyon dollardan artıq maliyyə dəstəyi tələb etdilər. Bu çərçivədə, uçuşlar, maliyyə əməliyyatları və fosil yanacaq çıxarılması kimi sahələrdə yeni vergilərin tətbiq edilməsi təklif olundu [4].

Yaşıl Enerji və Texnologiyalar

COP29-da yaşıl enerji bölgələri, enerji saxlama və şəbəkələr, hidrogen və digər mövzular üzrə yüksək səviyyəli görüşlər keçirildi və bu sahələrdə əlaqəli öhdəliklər üzərində işlənildi. Həmçinin, rəqəmsallaşmanın iqlim hərəkətini dəstəkləməkdəki rolu müzakirə olundu və dayanıqlı rəqəmsal transformasiya üçün ortaq tədbirlər təşviq edildi [3].

Nəticə olaraq, COP29, yaşıl vergi təşviqləri və dayanıqlı maliyyələşdirmə məsələlərində beynəlxalq əməkdaşlığı gücləndirmək və iqlim dəyişikliyi ilə mübarizədə daha effektiv strategiyalar inkişaf etdirmək məqsədini daşıyan mühüm bir platforma oldu.

Cari vəziyyətin təhlili

Həm ölkə daxilində, həm də hədudlarımızdan kənarında müsbət tendensiyaların təbliği ilə mövcud problemlərə qarşı mübarizə tədbirləri həyata keçirilir. Hətta atmosfərə atılan karbon tullantılarına nəzarət edə bilməyən sənayeçi və sahibkarlara müəyyən vergilərin tətbiqi də son günlər müzakirə mövzusu olub.

İqtisadiyyat naziri Mikayıl Cabbarov bir müddət əvvəl “Yaşıl iqtisadiyyatda kiçik və orta biznesin rolu” mövzusunda keçirilən konfransda bildirib ki, iqlim dəyişikliyi ilə mübarizə və “yaşıl texnologiyalar” dan istifadənin genişləndirilməsi məqsədilə ekoloji və “yaşıl vergilər”in tətbiqi dairəsinin müəyyənləşdirilməsi istiqamətində işlər aparılır. “Bu sahədə qabaqcıl beynəlxalq təcrübənin öyrənilməsi və karbon emissiyalarının azaldılması üçün “karbon vergisi” və ya oxşar verginin tətbiqi imkanlarının qiymətləndirilməsi nəzərdən keçirilir [5].

M.Cabbarov həmçinin bildirib ki, sahibkarların “yaşıl layihələri” Sahibkarlığın İnkişafı Fondu tərəfindən güzəştli kreditlər hesabına maliyyələşdirilir: “İndiyədək fondun güzəştli kreditlərindən yararlanan “yaşıl layihələr” təkrar emal, alternativə keçid kimi sahələri əhatə edir” [5].

Hazırda ölkəmizdə karbon emissiyaları ilə bağlı ayrıca vergilər və ya emissiya ticarəti sistemləri yoxdur. Lakin onu da qeyd edək ki, 2026-cı ildən Avropa İttifaqı sərhəddə karbon ticarəti sistemini tətbiq etməyə başlayacaq. Bu proses artıq karbon vergisi tətbiq etməyən ölkələri belə vergilərin tətbiq edilməməsinin yerli sahibkarların ixrac bazarlarında rəqabət qabiliyyətinə necə təsir edəcəyi barədə

düşünməyə vadar edəcək. Qeyd edək ki, Avropa İttifaqına üzv ölkələr üçüncü ölkələrdən idxal olunan bəzi məhsullara sərhəddə karbon vergisinin tətbiqi ilə bağlı razılığa gəliblər. Belə ki, Aİ-yə üçüncü ölkələrdən idxal olunan sement, alüminium, gübrə, elektrik enerjisi, dəmir və polad kimi məhsullara karbon vergisi tətbiq olunacaq. Bu qaydalar 150 avrodan aşağı olan mallara şamil edilməyəcək [5].

2024-cü il üzrə vergilərlə bağlı statistik göstəricilər Dövlət Statistika Komitəsi (DSK) tərəfindən hələ də qeydə alınmamışdır. Gəlin son illərin datalarına baxaq...

Cədvəl 1.

Son illərdə vergilər üzrə göstəricilər

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|---------------|---------------|---------------|----------------|
| Gəlirlər-cəmi | 4681,7 | 6396,3 | 0679,6 | 5236,39 |
| <i>o cümlədən:</i> | | | | |
| Fiziki şəxslərin gəlir vergisi | 151,0 | 194,6 | 474,4 | 659,64 |
| Hüquqi şəxslərin mənfəət (gəlir) vergisi | 351,7 | 958,4 | 522,5 | 024,29 |
| Torpaq vergisi | 0,8 | 5,7 | 7,4 | 7,78 |
| Əmlak vergisi | 86,8 | 11,3 | 31,5 | 92,84 |
| Əlavə dəyər vergisi | 818,3 | 214,5 | 946,2 | 127,73 |
| Sadələşdirilmiş vergi | 08,9 | 99,7 | 23,3 | 57,03 |
| Aksiz | 98,2 | 105,8 | 358,9 | 452,19 |
| Yol vergisi | 04,9 | 19,1 | 48,5 | 37,33 |
| Mədən vergisi | 30,2 | 38,4 | 61,0 | 63,45 |
| Xarici iqtisadi fəaliyyətlə bağlı vergilər | 160,6 | 360,0 | 642,9 | 800,87 |
| Sair daxilolmalar | 3530,3 | 3748,8 | 823,0 | 3173,24 |
| | | | | |
| Xərclər-cəmi | 6416,3 | 7422,4 | 2064,6 | 6457,96 |
| <i>o cümlədən:</i> | | | | |
| Ümumi dövlət xidmətləri | 533,0 | 974,0 | 099,5 | 769,03 |
| Müdafiə və milli təhlükəsizlik | 755,1 | 541,6 | 896,3 | 854,83 |
| Məhkəmə hakimiyyəti, hüquq-mühafizə və prokurorluq | 826,2 | 033,0 | 366,7 | 671,29 |
| Təhsil | 774,3 | 092,2 | 696,4 | 124,83 |
| Səhiyyə | 687,6 | 378,6 | 417,9 | 722,14 |

№ 1/2025

səh. 80-89

| | | | | |
|--|-------|-------|-------|--------|
| Sosial müdafiə və sosial təminat | 3 | 3 | 3 | 4 |
| | 112,6 | 164,2 | 464,4 | 281,45 |
| Mədəniyyət, incəsənət, informasiya, bədən tərbiyəsi, gənclər siyasəti və bu qəbildən olan digər fəaliyyət | 3 | 3 | 4 | 4 |
| | 42,0 | 72,1 | 04,6 | 63,40 |
| Mənzil və kommunal təsərrüfatı | 2 | 2 | 2 | 3 |
| | 45,7 | 17,3 | 67,2 | 32,42 |
| Kənd təsərrüfatı | 8 | 9 | 9 | 9 |
| | 62,2 | 10,4 | 20,1 | 47,62 |
| Ətraf mühitin mühafizəsi | 2 | 2 | 2 | 3 |
| | 40,6 | 46,0 | 81,6 | 58,57 |
| İqtisadi fəaliyyət | 5 | 5 | 6 | 9 |
| | 545,6 | 500,6 | 961,3 | 320,34 |
| Əsas bölmələrə aid edilməyən xidmətlər | 2 | 1 | 3 | 2 |
| | 491,4 | 992,4 | 288,6 | 612,04 |

Mənbə: [6]

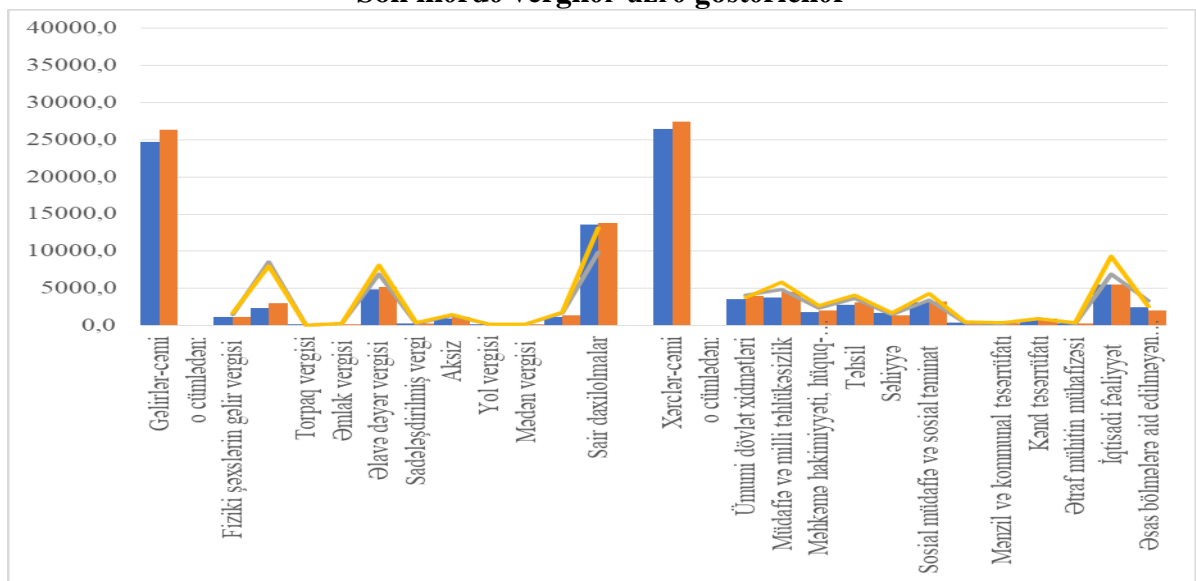
Verilən cədvəldən aşağıdakı əsas nəticələr çıxarılır:

Ümumi gəlirlər (Gəlirlər-cəmi) 2020-ci ildən 2023-cü ilə qədər davamlı artmış, 24,681.7 milyon manatdan 35,236.39 milyon manata yüksəlmişdir. Bu, iqtisadi fəaliyyətin artması və ya vergi yığılmasında yaxşılaşma əlamətidir.

Ətraf mühitin mühafizəsi ilə bağlı vergilər (Ətraf mühitin mühafizəsi) 2020-ci ildə 240.6 milyon manat, 2023-cü ildə isə 358.57 milyon manata qədər artmışdır. Bu da ətraf mühitə dair vergilərin ümumi gəlirlər içində daha mühüm yer tutmağa başladığını göstərir.

Ümumi xərclər (Xərclər-cəmi) 2020-ci ildən 2023-cü ilə qədər artmış və 26,416.3 milyon manatdan 36,457.96 milyon manata çatmışdır. Bu, dövlətin müxtəlif sahələrə olan maliyyə öhdəliklərinin artdığını göstərir.

Ətraf mühitin mühafizəsi xərcləri 2020-ci ildə 240.6 milyon manat, 2023-cü ildə isə 358.57 milyon manata yüksəlmişdir. Bu, dövlətin ətraf mühitin qorunmasına ayırdığı vəsaitin artdığını göstərir. Lakin, ümumi xərclərə nisbətə bu pay hələ də kiçik qalır. 2023-cü ildə bu xərclər ümumi xərclərin 0.98%-ni təşkil edir, 2020-ci ildə isə 0.91% idi.

Qrafik 1.**Son illərdə vergilər üzrə göstəricilər****Mənbə:** [6] əsasında hazırlanmışdır

Nəticə olaraq, qrafikə əsasən deyə bilərik ki, yaşıl vergilər ilə ətraf mühitin mühafizəsi xərcləri arasında dinamik bir əlaqə mövcuddur. Ümumi gəlirlər artdıqca, ətraf mühitə yönəlmiş xərclərin də artdığı görünür. Bu, hökumətin davamlı inkişaf və yaşıl siyasətə olan marağını göstərir. Lakin, ətraf mühitə ayrılan vəsaitlərin ümumi xərclər içindəki nisbəti hələ də nisbi olaraq kiçikdir. Bu, hökumətin yaşıl təşviqlər və ətraf mühitin qorunması sahəsində daha çox sərmayə qoymağa ehtiyacı olduğunu göstərir.

Yaşıl vergilərdən əldə edilən gəlirlərin artması ilə ətraf mühitin mühafizəsinə ayrılan xərclərin artırılması, dövlətin yaşıl vergi siyasətini tətbiq etməyə başladığını, lakin bu sahəyə ayrılan vəsaitlərin daha da artırılmasına ehtiyac olduğunu göstərir. Bu, ətraf mühitin qorunması istiqamətində daha əhəmiyyətli nəticələr əldə etmək üçün daha geniş maliyyə dəstəyi tələb edir.

Nəticə olaraq, yaşıl vergi təşviqləri və ətraf mühitin mühafizəsi xərcləri arasındakı əlaqə, ekoloji davamlılıq və yaşıl iqtisadiyyata doğru yönələn irəliləyişin kiçik bir işarəsidir, amma bu sahələrə ayrılacaq vəsaitlərin daha da artırılması və gücləndirilməsi vacibdir [9].

Ümumiləşdirsək, son illərdə ekoloji məsələlər, iqtisadiyyatın və cəmiyyətin davamlı inkişafı üçün önəmli mövzular arasında yer alır. Bu kontekstdə, yaşıl vergi təşviqləri və ətraf mühitin qorunması sahəsində atılan addımlar, dövlətin ekoloji siyasətinin gücləndirilməsi məqsədilə müxtəlif vergi və maliyyə mexanizmlərini tətbiq etməsinə gətirib çıxarmışdır. Yaşıl vergilər, ətraf mühitə zərərli fəaliyyətləri azaldmağa yönələn vergi növləridir və bu vergi siyasətinin məqsədi ekoloji cəhətdən təmiz texnologiyaların tətbiqini təşviq etmək, zərərli tullantıların miqdarını azaltmaq və ekoloji şüuru artırmaqdır.

Yaşıl vergilər, təbii resursların davamlı istifadəsini və ətraf mühitin qorunmasını təşviq etmək məqsədilə tətbiq edilir. Bu vergi mexanizmləri, təbii resursların təkrar istifadəsi, enerjinin səmərəli istifadə olunması və sənaye sahələrində ekoloji standartların yüksəldilməsi kimi məqsədlərə xidmət edir. Eyni zamanda, yaşıl vergilər, ətraf mühitə zərər verən sənaye fəaliyyətlərini və tullantıları müəyyən dərəcədə nəzarətə götürərək, ekosistemin mühafizəsi üçün maliyyə resursları yaradır. Bu vergi siyasətinin tətbiqi, ətraf mühitin qorunmasına yönələn dövlət xərclərini də artırmağa kömək edir.

Ətraf mühitin qorunması məqsədilə ayrılan dövlət büdcəsi xərcləri, ekoloji vəziyyətin yaxşılaşdırılması və təbii sərvətlərin qorunması üçün müntəzəm olaraq artırılmalıdır. Bu xərclər, çirkləndiricilərin qarşısının alınması, təbiətə zərər verən fəaliyyətlərin azaldılması, ekologiyaya dair təhsil proqramlarının həyata keçirilməsi və təbiət sərvətlərinin qorunması istiqamətində yönəldilir [8].

2020-2023 illəri arasında Azərbaycanın dövlət büdcəsində ətraf mühitin qorunmasına ayrılan xərclərin artırılması, hökumətin ekoloji məsələlərə verdiyi önəm və bu sahədəki inkişafı göstərir. Yaşıl vergi siyasəti, yalnız iqtisadi artımı təmin etmək məqsədilə tətbiq edilməyib, həm də ətraf mühitə təsir edən neqativ amilləri aradan qaldırmağa yönəlmişdir. Bu vergi növləri, sənaye sektorunda ətraf mühitə təsir edən fəaliyyətlərin qiymətləndirilməsi və ekoloji standartların yüksəldilməsi üçün təkan verir. Bu siyasət, həmçinin təkrar emalın təşviqinə, bərpa olunan enerji mənbələrinin istifadəsinin artırılmasına və ekoloji olaraq daha təmiz istehsal proseslərinin tətbiqinə səbəb olur.

Yaşıl vergilər və ətraf mühitin qorunması arasında dinamik bir əlaqə mövcuddur. Vergi mexanizmləri, dövlətin ətraf mühitin qorunmasına yönəlmiş xərclərini maliyyələşdirmək və bu xərcləri artırmaq üçün güclü bir vasitədir. Lakin, bu əlaqə yalnız vergi gəlirlərinin artması ilə yekunlaşmamalıdır. Dövlət, həmçinin bu vergi gəlirlərinin məqsədyönlü şəkildə ətraf mühitin qorunmasına sərf edilməsini təmin etməli, müvafiq qanunvericiliyi tətbiq etməli və ekoloji təhsili dəstəkləyən proqramları maliyyələşdirməlidir. Ətraf mühitin qorunmasına dair daha geniş maliyyə dəstəyi və yaşılşdırma tədbirlərinin daha əhatəli şəkildə həyata keçirilməsi, həm iqtisadiyyatın dayanıqlılığını təmin edəcək, həm də ekologiyanın mühafizəsində mühüm irəliləyişlərə gətirib çıxaracaq [7].

Eyni zamanda, ekoloji fəaliyyətlərə dövlətin verdiyi dəstək, şirkətləri və fərdləri ekoloji cəhətdən təmiz istehsal üsullarına keçməyə təşviq edəcəkdir. Bu, Azərbaycanın ətraf mühitə təsirini azaldaraq, ekoloji dayanıqlı bir iqtisadiyyatın formalaşmasına səbəb ola bilər. Yekun olaraq, yaşıl vergilər və ətraf mühitin qorunması arasında əlaqə, ölkənin ekoloji siyasətinin mühüm bir hissəsini təşkil edir. Bu

siyasət, ətraf mühitin qorunmasını təşviq etməklə yanaşı, iqtisadiyyatda dayanıqlı və ekoloji cəhətdən məsuliyyətli fəaliyyətləri dəstəkləyir. Hökumət, bu əlaqənin gücləndirilməsi üçün yaşıl vergi siyasətini daha da inkişaf etdirərək, ekoloji təhlükəsizlik və iqtisadi inkişafın harmoniya içində getməsinə təmin etməlidir. Bu yanaşma həm ölkə daxilində, həm də beynəlxalq miqyasda ekoloji davamlılığını təmin edəcək mühüm addımlar olacaqdır.

Nəticə. Son illərdə ekoloji məsələlər, iqtisadiyyatın və cəmiyyətin davamlı inkişafı üçün önəmli mövzular arasında yer alır. Bu kontekstdə, yaşıl vergi təşviqləri və ətraf mühitin qorunması sahəsində atılan addımlar, dövlətin ekoloji siyasətinin gücləndirilməsi məqsədilə müxtəlif vergi və maliyyə mexanizmlərini tətbiq etməsinə gətirib çıxarmışdır. Yaşıl vergilər, ətraf mühitə zərərli fəaliyyətləri azaldmağa yönələn vergi növləridir və bu vergi siyasətinin məqsədi ekoloji cəhətdən təmiz texnologiyaların tətbiqini təşviq etmək, zərərli tullantıların miqdarını azaltmaq və ekoloji şüuru artırmaqdır.

Yaşıl vergilər, təbii resursların davamlı istifadəsini və ətraf mühitin qorunmasını təşviq etmək məqsədilə tətbiq edilir. Bu vergi mexanizmləri, təbii resursların təkrar istifadəsi, enerjinin səmərəli istifadə olunması və sənaye sahələrində ekoloji standartların yüksəldilməsi kimi məqsədlərə xidmət edir. Eyni zamanda, yaşıl vergilər, ətraf mühitə zərər verən sənaye fəaliyyətlərini və tullantıları müəyyən dərəcədə nəzarətə götürərək, ekosistemin mühafizəsi üçün maliyyə resursları yaradır. Bu vergi siyasətinin tətbiqi, ətraf mühitin qorunmasına yönələn dövlət xərclərini də artırmağa kömək edir.

Ətraf mühitin qorunması məqsədilə ayrılan dövlət büdcəsi xərcləri, ekoloji vəziyyətin yaxşılaşdırılması və təbii sərvətlərin qorunması üçün müntəzəm olaraq artırılmalıdır. Qeyd etdiyimiz bu xərclər, çirkləndiricilərin qarşısının alınması, təbiətə zərər verən fəaliyyətlərin azaldılması, ekologiyaya dair təhsil proqramlarının həyata keçirilməsi və təbiət sərvətlərinin qorunması istiqamətində yönəldilir. 2020-2023 illəri arasında Azərbaycanın dövlət büdcəsində ətraf mühitin qorunmasına ayrılan xərclərin artırılması, hökumətin ekoloji məsələlərə verdiyi önəmi və bu sahədəki inkişafı göstərir.

Yaşıl vergi siyasəti, yalnız iqtisadi artımı təmin etmək məqsədilə tətbiq edilməyib, həm də ətraf mühitə təsir edən neqativ amilləri aradan qaldırmağa yönəlmişdir. Bu vergi növləri, sənaye sektorunda ətraf mühitə təsir edən fəaliyyətlərin qiymətləndirilməsi və ekoloji standartların yüksəldilməsi üçün təkan verir. Bu siyasət, həmçinin təkrar emalın təşviqinə, bərpa olunan enerji mənbələrinin istifadəsinin artırılmasına və ekoloji olaraq daha təmiz istehsal proseslərinin tətbiqinə səbəb olur.

Yaşıl vergilər və ətraf mühitin qorunması arasında dinamik bir əlaqə mövcuddur. Vergi mexanizmləri, dövlətin ətraf mühitin qorunmasına yönəlmiş xərclərini maliyyələşdirmək və bu xərcləri artırmaq üçün güclü bir vasitədir. Lakin, bu əlaqə yalnız vergi gəlirlərinin artması ilə yekunlaşmamalıdır. Dövlət, həmçinin bu vergi gəlirlərinin məqsədyönlü şəkildə ətraf mühitin qorunmasına sərf edilməsini təmin etməli, müvafiq qanunvericiliyi tətbiq etməli və ekoloji təhsili dəstəkləyən proqramları maliyyələşdirməlidir.

Ətraf mühitin qorunmasına dair daha geniş maliyyə dəstəyi və yaşıllaşdırma tədbirlərinin daha əhatəli şəkildə həyata keçirilməsi, həm iqtisadiyyatın dayanıqlılığını təmin edəcək, həm də ekologiyanın mühafizəsində mühüm irəliləyişlərə gətirib çıxaracaq. Eyni zamanda, ekoloji fəaliyyətlərə dövlətin verdiyi dəstək, şirkətləri və fərdləri ekoloji cəhətdən təmiz istehsal üsullarına keçməyə təşviq edəcəkdir. Bu, Azərbaycanın ətraf mühitə təsirini azaldaraq, ekoloji dayanıqlı bir iqtisadiyyatın formalaşmasına səbəb ola bilər.

Yekun olaraq, yaşıl vergilər və ətraf mühitin qorunması arasında əlaqə, ölkənin ekoloji siyasətinin mühüm bir hissəsini təşkil edir. Bu siyasət, ətraf mühitin qorunmasını təşviq etməklə yanaşı, iqtisadiyyatda dayanıqlı və ekoloji cəhətdən məsuliyyətli fəaliyyətləri dəstəkləyir. Hökumət, bu əlaqənin gücləndirilməsi üçün yaşıl vergi siyasətini daha da inkişaf etdirərək, ekoloji təhlükəsizlik və iqtisadi inkişafın harmoniya içində getməsinə təmin etməlidir. Bu yanaşma həm ölkə daxilində, həm də beynəlxalq miqyasda ekoloji davamlılığını təmin edəcək mühüm addımlar olacaqdır.

ƏDƏBİYYAT

1. "Ülkeler Yeşil Vergi Düzenlemelerinde Hangi Düzeyde?", İklim Haber, 2024. [Çevrim içi]. Erişim tarihi: 25 Kasım 2024. Erişim adresi: https://www.iklimhaber.org/ulkeler-yesil-vergi-duzenlemelerinde-hangi-duzeyde/?utm_source=chatgpt.com.
2. Vergi Algi. (2024). Uluslararası sermaye piyasalarında yeşil tahviller. Vergi Algi. Erişim adresi: https://vergi.algi.com/uluslararasi-sermaye-piyasalarinda-yesil-tahviller?utm_source=chatgpt.com
3. "Ülkələr Yeşil Vergi Düzenlemelerinde Hangi Düzeyde?", İklim Haber, 2024. [Çevrim içi]. Erişim tarihi: 25 Kasım 2024. Erişim adresi: https://www.iklimhaber.org/ulkeler-yesil-vergi-duzenlemelerinde-hangi-duzeyde/?utm_source=chatgpt.com.
4. "COP29: Flight Tax, Climate Funding and Poorest Countries," The Times, 2024. [Çevrim içi]. Erişim tarihi: 25 Kasım 2024. Erişim adresi: https://www.thetimes.co.uk/article/cop29-flight-tax-climate-funding-poorest-countries-jghjfx6nw?utm_source=chatgpt.com.
5. "İndi də yaşıl vergi," Azerbaijan News, 2024. [Çevrim içi]. Erişim tarihi: 25 Kasım 2024. Erişim adresi: <https://www.azerbaijan-news.az/az/posts/detail/indi-de-yasil-vergi-1727909877/339904>.
6. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, "Səhiyyə," Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi, 2024. [Online]. Available: <https://www.stat.gov.az/search/?q=s%C9%99hiyy%C9%99>. [Accessed: 25-Nov-2024].
7. J. Ekins and M. Speck, "The role of environmental taxes in promoting sustainable development," Environmental Economics and Policy Studies, vol. 21, no. 3, pp. 435-450, 2019.
8. R. McCollum, M. M. Gidden, and S. K. De Boer, "Achieving sustainable development goals through climate action: Policy pathways for 2020–2024," Global Environmental Change, vol. 62, pp. 101056, 2020.
9. S. J. Hsu, "Environmental policy and green taxation: A comparative analysis of recent global trends," Environmental Policy Review, vol. 33, no. 4, pp. 99-112, 2021.
10. United Nations Environment Programme (UNEP), "Global Environment Outlook 6: Healthy Planet, Healthy People," UNEP, 2022. [Online]. Available: <https://www.unep.org/resources/report/global-environment-outlook-6-healthy-planet-healthy-people>. [Accessed: Nov. 25, 2024].

УДК 336.02

ДИНАМИЧЕСКАЯ ВЗАИМОСВЯЗЬ МЕЖДУ СТИМУЛАМИ «ЗЕЛЕНОГО НАЛОГА» И ЗАЩИТОЙ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

Эльнора Наби кызы Ахмадова
Азербайджанский Кооперативный Университет
elnara.ahmadova123@gmail.com

Резюме. Зеленые налоговые льготы — это изменения в налоговой политике, которые штаты вносят для поощрения защиты окружающей среды. Эти стимулы направлены на достижение баланса между экологической устойчивостью и экономическим развитием. Целью зеленых налогов является обеспечение защиты природных ресурсов за счет сокращения вредной для окружающей среды деятельности. Эти стимулы также побуждают компании и частных лиц внедрять экологически чистые технологии и устойчивые методы производства.

Динамичная взаимосвязь между экологическими налоговыми льготами и защитой окружающей среды имеет далеко идущие экономические и экологические последствия. Эта налоговая политика в основном направлена на сокращение выбросов углекислого газа и других вредных выбросов. Если системы зеленого налогообложения будут внедрены эффективно, это может оказать положительное влияние на экологическую безопасность и восстановление природы. Например, налоги на выбросы углерода и стимулы в области энергоэффективности

увеличивают использование возобновляемых источников энергии и поддерживают экологическую устойчивость.

Кроме того, экологические налоговые льготы затрагивают и другие области экономики. Эти стимулы стимулируют развитие чистых технологий, создание рабочих мест и открытие новых направлений бизнеса. Это способствует не только защите окружающей среды, но и экономическому росту и социальному благосостоянию.

Наконец, чтобы политика «зеленого» налогообложения была успешной, ее необходимо правильно реализовывать, контролировать и корректировать с течением времени. Долгосрочная эффективность таких стимулов зависит не только от повышения налоговых ставок, но и от реализации экологической политики государства в соответствии с его стратегическими целями.

Ключевые слова: Зеленые налоговые льготы, защита окружающей среды, динамическое подключение, КС29, текущая ситуация.

UDC 336.02

THE DYNAMIC LINKAGE BETWEEN GREEN TAX INCENTIVES AND ENVIRONMENTAL PROTECTION

Elnara Nabi Ahmadova
Azerbaijan Cooperation University
elnara.ahmadova123@gmail.com

Summary. Green tax incentives are changes in tax policies that governments make to promote environmental protection. These incentives seek to strike a balance between environmental sustainability and economic development. The goal of green taxes is to ensure the conservation of natural resources by reducing environmentally harmful activities. These incentives also encourage companies and individuals to adopt environmentally friendly technologies and sustainable production methods.

The dynamic link between green tax incentives and environmental protection has wide-ranging economic and environmental impacts. These tax policies are most often focused on reducing carbon emissions and other harmful waste. If green tax systems are implemented effectively, they can have a positive impact on environmental safety and nature restoration. For example, carbon taxes and energy efficiency incentives increase the use of renewable energy sources and support environmental sustainability.

In addition, green tax incentives also affect other sectors of the economy. These incentives create jobs and create new business opportunities by stimulating the development of clean technologies. They contribute not only to environmental protection, but also to economic growth and increased social well-being.

Finally, for green tax policies to be successful, they must be properly implemented, monitored and adjusted over time. The long-term effectiveness of such incentives depends not only on increasing tax rates, but also on the implementation of state environmental policies in accordance with their strategic objectives.

Keywords: Green tax incentives, environmental protection, dynamic connectivity, COP29, current situation.

Redaksiyaya daxilolma: 22.10.2024

Çapa qəbul olunma: 15.04.2025



YAŞIL MALİYYƏ İNNOVASIYASININ ƏTRAF MÜHİTİN KEYFİYYƏTİNƏ TƏSİRİ: COP29 ASPEKTİNDƏN

Elnurə Bünyat qızı Məmmədova

Azərbaycan Kooperasiya Universiteti
elnuramammadova01@gmail.com

Xülasə. Mövcud işin məqsədi, yaşıl maliyyə innovasiyalarının ətraf mühitin keyfiyyətinə olan təsirlərini araşdırmaq və COP29 çərçivəsində bu təsirlərin necə qiymətləndirildiyini təhlil etməkdir. Yaşıl maliyyə, dayanıqlı iqtisadi inkişafı dəstəkləyən və ətraf mühitin qorunmasına yönəlmiş maliyyə alətlərini nəzərdə tutur. Bu işdə, yaşıl maliyyə innovasiyalarının ətraf mühitin müxtəlif aspektlərinə, o cümlədən karbon emissiyalarının azalmasına, bərpa olunan enerji layihələrinin maliyyələşdirilməsinə və təbii sərvətlərin səmərəli idarə olunmasına təsirləri araşdırılır. COP29, bu sahədə beynəlxalq əməkdaşlığın və innovasiyaların inkişafına yönəlik mühüm bir platforma olaraq, yaşıl maliyyə strategiyalarının həyata keçirilməsini təmin etmək məqsədini daşıyır. Əsas nəticə olaraq, yaşıl maliyyə innovasiyalarının ətraf mühitin keyfiyyətinə müsbət təsir etdiyi, lakin bunun üçün güclü siyasi iradə, beynəlxalq əməkdaşlıq və müvafiq siyasətlərin formalaşdırılması zərurəti olduğu ortaya çıxır.

Bu işin nəticələrinə əsasən, yaşıl maliyyə innovasiyalarının ətraf mühitin keyfiyyətinə müsbət təsir göstərdiyi aşkar olunmuşdur. Yaşıl maliyyə, karbon emissiyalarının azalması, bərpa olunan enerji layihələrinin maliyyələşdirilməsi və təbii sərvətlərin daha səmərəli idarə olunması kimi sahələrdə əhəmiyyətli irəliləyişlər təmin edir. Bununla yanaşı, bu təsirlərin daha geniş və davamlı şəkildə reallaşması üçün güclü siyasi iradə, beynəlxalq əməkdaşlıq və müvafiq iqtisadi siyasətlərin formalaşdırılması tələb olunur. COP29, yaşıl maliyyə strategiyalarının qlobal səviyyədə tətbiqi üçün vacib bir platforma rolunu oynayır və bu sahədəki innovasiyaların inkişafına yönəlik mühüm töhfələr verir. Nəticədə, yaşıl maliyyə yanaşmalarının səmərəli şəkildə tətbiqi, ətraf mühitin qorunmasında və dayanıqlı inkişafın təmin edilməsində əvəzolunmaz bir vasitə olaraq qalır.

Açar sözlər: Yaşıl maliyyə, innovasiyalar, ətraf mühitin keyfiyyəti, COP29, dayanıqlı inkişaf.

Giriş. Bu tədqiqatın məqsədi, yaşıl maliyyə innovasiyalarının ətraf mühitin keyfiyyətinə təsirini araşdırmaq və COP29 çərçivəsində bu sahədəki yenilikləri qiymətləndirməkdir. Ətraf mühitin qorunması və dayanıqlı inkişafın təmin edilməsi, qlobal iqtisadiyyatın qarşısında duran əsas problemlərdən biridir. Yaşıl maliyyə innovasiyaları, iqtisadiyyatda ekoloji və sosial məsuliyyət daşıyan investisiya və maliyyə qərarlarının alınmasına yönəlmişdir. Bu sahədəki yeni yanaşmaların və alətlərin istifadəsi, karbon emissiyalarının azaldılması və ətraf mühitin mühafizəsi sahəsində böyük potensiala malikdir [6].

Ətraf mühitin mühafizəsi və dayanıqlı inkişaf, qlobal miqyasda qarşılaşılan ən böyük problemlərdən biridir. Bu problemlərin həlli üçün, iqtisadiyyatın daha ekoloji yönümlü olması və təbii sərvətlərin qorunması vacibdir. Son illərdə, yaşıl maliyyə sahəsində edilən yeniliklər bu məqsədə çatmaq üçün mühüm bir vasitə olaraq ortaya çıxmışdır. Yaşıl maliyyə, ətraf mühitə təsirini azaldan və davamlı inkişafı dəstəkləyən maliyyə alətlərinin tətbiqini nəzərdə tutur. Bu sahə, ətraf mühitin qorunması və iqtisadiyyatın inkişafı arasındakı əlaqəni daha yaxşı başa düşməyə imkan verir. Müasir dövrdə, xüsusilə COP29 kimi beynəlxalq tədbirlər çərçivəsində yaşıl maliyyə yanaşmalarının daha geniş şəkildə qəbul edilməsi, bu sahənin aktuallığını daha da artırır [1].

Bu tədqiqatın əsas məqsədi, yaşıl maliyyə innovasiyalarının ətraf mühitin keyfiyyətinə olan təsirlərini araşdırmaq və bu innovasiyaların COP29 kontekstində əhəmiyyətini və tətbiq imkanlarını qiymətləndirməkdir. Bu məqsədlə, yaşıl maliyyə alətlərinin tətbiqinin ekologiya ilə əlaqəli sahələrdə,

xüsusən karbon emissiyalarının azaldılması və bərpa olunan enerji layihələrinin maliyyələşdirilməsi üzərindəki təsiri araşdırılacaq [7].

Tədqiqatın obyektı yaşıl maliyyə innovasiyalarının ətraf mühitin keyfiyyətinə olan təsirləridir. Yaşıl maliyyə, ətraf mühitin mühafizəsi və dayanıqlı iqtisadi inkişaf üçün maliyyə resurslarının yönləndirilməsi məqsədini güdür. Tədqiqatda yaşıl maliyyə alətləri, o cümlədən yaşıl bonlar, ekoloji investisiya fondları və dayanıqlı kredit mexanizmləri, bu alətlərin ətraf mühitə müsbət təsirləri ilə yanaşı, iqtisadi səmərəliliyi araşdırılacaq [8].

Tədqiqatın subyekti, yaşıl maliyyə innovasiyalarını tətbiq edən dövlətlər, beynəlxalq maliyyə institutları, maliyyə təşkilatları və bizneslərdir. Həmçinin, COP29 çərçivəsində bu innovasiyaların qəbul edilməsi və həyata keçirilməsi üçün lazım olan siyasi iradə, beynəlxalq əməkdaşlıq və müvafiq iqtisadiyyat siyasətləri də tədqiqatın predmetinə daxildir.

Bu tədqiqat, yaşıl maliyyə innovasiyalarının ətraf mühitin keyfiyyətinə olan təsirlərini dərinləşdirilmiş şəkildə təhlil edərək, bu sahədəki boşluqları doldurmağa və praktiki yanaşmalar təklif etməyə çalışır [3]. Tədqiqatın tövhəsi, yaşıl maliyyə sahəsində ətraf mühitin qorunması və iqtisadi artım arasında əlaqənin gücləndirilməsinə və COP29 kimi beynəlxalq tədbirlərdə yaşıl maliyyə alətlərinin daha effektiv şəkildə tətbiqinə yönəldilmiş tövsiyələrdən ibarət olacaqdır. Beləliklə, bu tədqiqat, yaşıl maliyyə sahəsindəki elmi ədəbiyyata töhfə verəcək.

Bu tədqiqatın elmi yeniliyi, yaşıl maliyyə innovasiyalarının ətraf mühitin keyfiyyətinə təsirlərini təkcə nəzəri olaraq deyil, həm də praktiki tətbiq sahələrində araşdırmasıdır. Tədqiqatda COP29 çərçivəsində yaşıl maliyyə yanaşmalarının tətbiqi və bu innovasiyaların uzunmüddətli ətraf mühit təsirləri haqqında yeni məlumatlar təqdim olunur. Həmçinin, yaşıl maliyyə alətlərinin tətbiqi ilə bağlı təklif olunan yeni yanaşmalar, bu sahədəki mövcud biliklərə yenilik gətirəcək.

Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti, yaşıl maliyyə innovasiyalarının tətbiqi ilə bağlı konkret tövsiyələr və strategiyalar təqdim etməsindədir. Bu tövsiyələr, hökumətlərə və maliyyə qurumlarına yaşıl maliyyə alətlərinin tətbiqini genişləndirmək və dayanıqlı layihələrin maliyyələşdirilməsini təmin etmək üçün mühüm rəhbərlik edəcəkdir. Həmçinin, biznes sektoru üçün, yaşıl maliyyə və ekoloji investisiyaların mənfəət təmin etməsi barədə ətraflı məlumat verəcəkdir. Bu tədqiqatın nəticələri, həm də COP29 çərçivəsində yaşıl maliyyə sahəsinin inkişafı üçün praktiki addımların atılmasına töhfə verəcək [2].

Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti, yaşıl maliyyə innovasiyalarının daha geniş tətbiqi və dayanıqlı inkişaf layihələrinin maliyyələşdirilməsinə dair konkret tövsiyələr təqdim etməsindən ibarətdir. Bu tövsiyələr, həm dövlətlərə, həm də maliyyə qurumlarına yaşıl maliyyə alətlərinin tətbiqinin genişləndirilməsi və ekoloji layihələrin daha çox dəstəklənməsi üçün rəhbərlik edəcəkdir. Eyni zamanda, biznes sektoru üçün, yaşıl maliyyə və ekoloji investisiyaların uzunmüddətli mənfəət əldə etmək üçün necə istifadə oluna biləcəyinə dair praktiki tövsiyələr təqdim edilir. Bu tədqiqatın nəticələri, yalnız yaşıl maliyyə sektorunun inkişafına təkan vermək məqsədini daşımır, həm də COP29 çərçivəsində yaşıl maliyyə strategiyalarının daha geniş şəkildə həyata keçirilməsi üçün praktiki addımların atılmasında mühüm rol oynayır.

Yaşıl maliyyə innovasiyaları, yalnız ətraf mühitin qorunması və sosial məsuliyyətin yerinə yetirilməsi baxımından deyil, həm də iqtisadi artım və rəqabət üstünlüyü qazanmaq məqsədilə vacib bir alət olaraq qalır [9]. Bu sahədə daha çox araşdırma və praktiki tətbiqlər, ekoloji iqtisadiyyatın inkişafını sürətləndirəcək və dünya miqyasında dayanıqlı inkişafın təmin edilməsinə xidmət edəcəkdir. COP29 və digər beynəlxalq platformalar vasitəsilə, yaşıl maliyyə strategiyalarının global səviyyədə tətbiqi, ekoloji risklərin azaldılması və iqtisadi dayanıqlılığın artırılması üçün bir yol xəritəsi təqdim edir. Beləliklə, yaşıl maliyyə sahəsindəki inkişaf, həm ətraf mühitin qorunması, həm də uzunmüddətli iqtisadi faydalar əldə etmək üçün strateji əhəmiyyət kəsb edir.

Tədqiqatın obyektı və metodikası. Tədqiqatın obyektı yaşıl maliyyə innovasiyalarının ətraf mühitin keyfiyyəti üzərindəki təsirləridir. Metodik yanaşma olaraq, bu tədqiqatda keyfiyyət və kəmiyyət analizləri, müqayisəli təhlil və mütəxəssis mülahizələrindən istifadə olunmuşdur. Əsas məlumat mənbələri, beynəlxalq təşkilatların hesabatları, maliyyə qurumlarının statistika məlumatları

və COP29 ilə bağlı rəsmi sənədlərdən ibarətdir. Bu yanaşmalar vasitəsilə yaşıl maliyyə innovasiyalarının praktiki tətbiq sahələri və onların ətraf mühitin vəziyyətinə təsiri qiymətləndirilmişdir.

Tədqiqatın nəticələrinin müzakirəsi və təhlili. Tədqiqatın nəticələri göstərir ki, yaşıl maliyyə innovasiyalarının tətbiqi, ətraf mühitin keyfiyyətinə müsbət təsir göstərir [10]. İnsana və təbiətə uyğun inkişafın təmin edilməsi üçün yaşıl maliyyə alətlərinin istifadəsi mühüm əhəmiyyət daşıyır [11]. Bununla yanaşı, tədqiqat göstərir ki, yaşıl maliyyə yanaşmalarının daha geniş şəkildə tətbiqi üçün müvafiq hüquqi və iqtisadi dəstək mexanizmlərinin gücləndirilməsi vacibdir. COP29 çərçivəsində qlobal əməkdaşlıq, yaşıl maliyyə bazarlarının inkişafını sürətləndirmək üçün təkan verə bilər.

Elmi yenilik. Bu tədqiqatın elmi yeniliyi, yaşıl maliyyə innovasiyalarının ətraf mühitin keyfiyyəti ilə bağlı sisteməlik təhlilini təqdim etməsidir [12]. Həmçinin, COP29 platformasında bu innovasiyaların rolu və tətbiq imkanları ilk dəfə belə bir şəkildə qiymətləndirilmişdir. Tədqiqat, yaşıl maliyyə və ətraf mühitin mühafizəsi arasında əlaqələrin daha dərinə anlaşılmalarına imkan yaratmışdır.

Praktik əhəmiyyəti. Yaşıl maliyyə innovasiyalarının praktiki tətbiqi, ətraf mühitin mühafizəsi və iqtisadiyyatın dayanıqlı inkişafını təmin etmək üçün geniş imkanlar yaradır. Bu tədqiqatın nəticələri, dövlətlərə və maliyyə qurumlarına yaşıl maliyyə strategiyalarını daha effektiv şəkildə tətbiq etmək və ekoloji layihələri maliyyələşdirmək üçün yol xəritəsi təqdim edir. Beləliklə, bu işin nəticələri ətraf mühitin qorunması və dayanıqlı inkişaf sahəsində daha konkret addımlar atılmasına kömək edəcək [19].

İqtisadi səmərəsi. Yaşıl maliyyə innovasiyalarının iqtisadi səmərəsi böyükdür. Tədqiqat nəticələrinə görə, ətraf mühitin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması ilə əlaqəli maliyyə alətləri, uzun müddətli dövr ərzində iqtisadi artıma və dayanıqlı inkişafın təmin edilməsinə xidmət edir. Xüsusilə, bərpa olunan enerji layihələrinin və ekoloji infrastrukturun maliyyələşdirilməsi, iqtisadiyyatın karbon ayaq izini azaldacaq və təbii sərvətlərin səmərəli istifadəsinə imkan yaradacaq.

COP 29/CMP 19/CMA 6 çərçivəsində keçiriləcək yüksək səviyyəli seqmentin təkrarı 2024-cü ilin 11 və 22 noyabr tarixlərində Bakıda keçirilmişdir. Bu seqmentin məqsədi, 12 və 13 noyabr 2024-cü ildə keçirilən Dünya Liderlərinin İqlim Fəaliyyəti Sammitində dövlət və hökumət başçıları tərəfindən nitq söyləyən tərəflərdən başqa, digər ölkələrin və qrupların da öz bəyanatlarını verməsidir. Bəyanatlar həmçinin, BMT-nin Təşkilatları və qeyri-hökumət təşkilatlarının üzvləri tərəfindən verilmişdir [18].

Yüksək səviyyəli seqmentin sonunda, beynəlxalq təşkilatlar və qeyri-hökumət təşkilatları üçün ayrıca bəyanatlar dinlənmişdir. Ancaq qeyd etmək lazımdır ki, bəzi tərəflər yalnız bir dəfə öz bəyanatlarını verə bilirlər. 12 və 13 noyabrda öz bəyanatını təqdim edən və ya yazılı bəyanat təqdim edən tərəflər bu seqmentdə ikinci dəfə danışmaq hüququna sahib deyillər [1].

Bəyanatların təqdimat qaydalarına görə, yüksək səviyyəli seqmentdə iştirak edən hər bir tərəf və əlavə olaraq iştirakçı təşkilatlar üçün müəyyən edilmiş müəyyən prosedurlar mövcuddur. Bütün tərəflər üçün 19 noyabr tarixində başlanğıc sessiyasında, "Nizami" plenarı zalına daxil olmaq üçün bilet tələb olunmamışdır. Hər tərəf üçün 4 yer ayrılmışdır. Beynəlxalq təşkilatlar və qeyri-hökumət təşkilatları isə səhər sessiyası üçün biletlə daxil olmuşdur. Biletlər konfransın Xidmətlər Mərkəzində 16 və 18 noyabr tarixlərində toplanmışdır [18].

Plenar sessiyaların izlənməsi üçün isə "Caspian" zalı mövcud olmuşdur və bu zalda heç bir bilet tələb olunmur, çünki orada yalnız canlı yayım nümayiş etdirilmişdir.

Tərəflər üçün verilən vaxtlar sərt şəkildə tənzimlənmişdir. Hər bir tərəf üçün üç dəqiqəlik danışma müddəti müəyyən edilib, qeyri-hökumət təşkilatları üçün isə bu müddət 2 dəqiqə ilə məhdudlaşdırılmışdır. Bəyanatların vaxtında bitməsi üçün bir elektron/mexaniki cihaz istifadə edilmişdir. Qeyri-hökumət təşkilatları üçün bəyanatlar 2 dəqiqə, tərəflər üçün isə 3 dəqiqə ilə məhdudlaşmışdır [2].

BMT-nin Tədbirlər və Konfrans İdarəetmə Departamenti (DGACM), yüksək səviyyəli seqmentdə altı rəsmi BMT dilində tərcümə xidmətlərini təmin edir. Tərcümə xidmətləri, ərəb, çin,

ingilis, fransız, rus və ispan dillərində verilmişdir. Ancaq tərəflər öz milli dillərində də bəyanat verə bilərlər. Belə hallarda, tərcüməçinin təqdim edilməsi olduğunu və yazılı tərcümə təmin edilməsi lazım olduğu bildirilir.

Nəticə olaraq, COP 29 çərçivəsində keçiriləcək yüksək səviyyəli seqmentin təşkili, təşkilatçılıq və zamanın idarə edilməsi məsələləri ciddi şəkildə təhlil edilib. Tərəflər və qeyri-hökumət təşkilatları, konfransın müvafiq qaydalarına uyğun olaraq öz bəyanatlarını təqdim etməli, müəyyən edilmiş zaman limitlərini aşmamalıdır. Tərcümə xidmətləri və plenar sessiyaların müvafiq şəkildə təşkil olunması ilə, konfransın qarşıya qoyulan məqsədlərə çatması daha da asanlaşmışdır [18].

Yaşıl maliyyə aspektindən baxdıqda deyə bilərik ki, bu innovasiyaları, müasir dünyada ətraf mühitin qorunması və davamlı inkişafın təmin edilməsi sahəsində mühüm bir vasitə olaraq yüksəlməkdədir. Bu innovasiyalar, ekoloji təsirləri azaldan və ya müsbət ətraf mühit təsiri yaradan maliyyə məhsulları və xidmətlərini əhatə edir. Yaşıl maliyyə, iqtisadi inkişafı ətraf mühitə dost bir şəkildə reallaşdırmaq məqsədini güdür. COP29 çərçivəsində müzakirə edilən yaşıl maliyyə konsepsiyası, iqlim dəyişikliyi ilə mübarizədə və ətraf mühitin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasında əsas rol oynaya bilər. Bu essədə yaşıl maliyyə innovasiyalarının ətraf mühitin keyfiyyətinə təsirini və COP29 çərçivəsində bu mövzunun necə müzakirə edildiyini təhlil edəcəyik.

Yaşıl Maliyyə İnnovasiyalarının Mahiyyəti

Yaşıl maliyyə innovasiyaları, əsasən təbiətə və ətraf mühitə müsbət təsir göstərən investisiyalar və maliyyə alətləridir. Bunlara yaşıl obligasiyalar, ekoloji layihələrə yönəldilən fondlar və davamlı inkişafı dəstəkləyən digər maliyyə vasitələri daxildir. Yaşıl maliyyə sahəsinin məqsədi, investisiya axınlarını ekoloji cəhətdən davamlı fəaliyyətlərə yönəltməkdir. Bu maliyyə vasitələrinin inkişafı, ətraf mühitin qorunmasında və iqlim dəyişikliyinə qarşısının alınmasında vacib bir addım kimi qəbul edilir. Məsələn, yaşıl obligasiyalar, şirkətlərin və hökumətlərin ətraf mühitə dost layihələr üçün maliyyə toplamaq məqsədilə çıxardığı borc alətləri kimi fəaliyyət göstərir.

COP29 və Yaşıl Maliyyə

COP29, iqlim dəyişikliyi ilə mübarizə və ətraf mühitin qorunması məsələlərini gündəmdə saxlayan ən mühüm beynəlxalq tədbirlərdən biridir. Bu cür sammitlərdə iştirak edən dövlətlər, öz müvafiq ölkələrində yaşıl maliyyə tədbirlərinin genişləndirilməsi və tətbiqi sahəsində razılaşmalar əldə edirlər. COP29 çərçivəsində yaşıl maliyyə innovasiyalarının ətraf mühitin keyfiyyətinə necə təsir etdiyi, xüsusilə də karbon tullantılarının azaldılması və təbii sərvətlərin qorunması mövzuları ön plana çıxır [4].

COP29-da müzakirə olunan əsas məsələlərdən biri, yaşıl maliyyə sahəsindəki müxtəlif alətlərin və yanaşmaların ekoloji təsirlərinin necə qiymətləndirilməsi və izlənməsidir. Məsələn, dövlətlər yaşıl maliyyə məhsullarının global miqyasda yayılmasını və bu məhsulların təsirini nəzərə alaraq xüsusi siyasətlər inkişaf etdirirlər. Bu innovasiyalar, karbonun azaldılması və təbiətə dost texnologiyaların tətbiqini maliyyələşdirmək üçün vacib bir rol oynayır.

Yaşıl Maliyyə və Ətraf Mühitin Keyfiyyəti

Yaşıl maliyyə innovasiyalarının ətraf mühitin keyfiyyətinə təsiri, müxtəlif yollarla nəzərə çarpır. Ən önəmli təsirlərdən biri, ekoloji layihələrin maliyyələşdirilməsidir. Bu layihələr, təbiətin qorunmasını və ətraf mühitin yaxşılaşdırılmasını hədəfləyir. Məsələn, yaşıl maliyyə vasitələri, günəş və külək enerjisi layihələrini dəstəkləyərək karbon tullantılarının azaldılmasına kömək edir. Eyni zamanda, bu layihələr təbii sərvətlərin qorunması və davamlı kənd təsərrüfatı üsullarının tətbiqi kimi sahələrdə də müsbət dəyişikliklərə səbəb olur.

Yaşıl maliyyə innovasiyaları həmçinin, ekosistem xidmətlərinin qorunmasına və bərpasına yönəlmiş layihələri maliyyələşdirir. Bu, su hövzələrinin təmizlənməsi, torpaqların deqradasiyasının qarşısının alınması və bioloji müxtəlifliyin qorunması kimi məsələləri əhatə edir. Bu cür maliyyə alətləri, ekosistemlərin sağlamlığını qorumaq və ətraf mühitin keyfiyyətini yüksəltmək məqsədini güdür.

COP29-da Yaşıl Maliyyə Təsirinin Müzakirəsi

COP29 çərçivəsində yaşıl maliyyə innovasiyalarının ətraf mühitə təsiri geniş müzakirə olunur. Dövlətlər və beynəlxalq təşkilatlar bu mövzu ilə bağlı yeni təşəbbüslər irəli sürürlər. COP29-da müzakirə olunan məsələlər, yaşıl maliyyə məhsullarının və alətlərinin tətbiqinin genişləndirilməsi, bunun üçün beynəlxalq standartların və qaydaların müəyyən edilməsi ilə bağlıdır. Həmçinin, bu innovasiyaların inkişaf etdirilməsi üçün beynəlxalq əməkdaşlığın gücləndirilməsi və investisiya axınlarının daha şəffaf və izlənilən olması vacib məsələlərdəndir [20].

Bundan əlavə, COP29-da yaşıl maliyyə sahəsinin təkcə inkişaf etmiş ölkələrdə deyil, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə də tətbiqi məsələsi müzakirə olunur. Bu ölkələr, ətraf mühitin qorunması və davamlı inkişaf üçün lazım olan maliyyə alətlərini tətbiq etməyə təşviq edilir. Bu yanaşmalar, bərpa olunan enerji sektorlarına investisiya qoyuluşlarını artırmağa və iqlim dəyişikliyinə təsirlərini azaltmağa xidmət edir [4].

Belə ki, yaşıl maliyyə innovasiyaları, ətraf mühitin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasında və davamlı inkişafın təmin edilməsində vacib bir rol oynayır. COP29 çərçivəsində bu innovasiyalar, ekoloji mühitin qorunması və iqlim dəyişikliyi ilə mübarizə sahəsində ciddi tədbirlər üçün bir əsas təşkil edir. Yaşıl maliyyə sahəsindəki irəliləyişlər, yalnız iqtisadi inkişafı dəstəkləmək ilə qalmır, həmçinin ekoloji balans qorumağa yönəlmiş hərəkətləri təşviq edir. Bu yanaşmaların dünya miqyasında tətbiqi, ətraf mühitin gələcək nəsillərə daha sağlam və davamlı şəkildə təhvil verilməsi üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir [5].

Yaşıl Maliyyə İnnovasiyalarının Gələcək Perspektivləri

Yaşıl maliyyə innovasiyaları son illərdə böyük bir inkişaf mərhələsindən keçmiş və iqlim dəyişikliyi ilə mübarizə sahəsində güclü bir alətə çevrilmişdir [13]. Bu innovasiyalar, yalnız dövlətlər və beynəlxalq təşkilatlar tərəfindən deyil, həm də özəl sektor tərəfindən ciddi şəkildə dəstəklənir. COP29, yaşıl maliyyə mövzunu daha da ön plana çıxararaq bu sahədəki yeni inkişafı və imkanları müzakirə edəcəkdir.

Gələcəkdə yaşıl maliyyə innovasiyalarının daha da genişlənməsi və effektiv tətbiqi üçün bir neçə mühüm addımın atılması zəruridir. Əvvəlcə, bu sahədəki məlumatların daha şəffaf və əlçatan olması lazımdır. İnvestorların yaşıl maliyyə alətlərinə olan marağını artırmaq üçün bu alətlərin təsirinin və gəlirlərinin daha açıq şəkildə göstərilməsi vacibdir. Yaşıl maliyyə vasitələrinin qiymətləndirilməsi və təsirinin izlənməsi üçün qlobal standartların və meyarların müəyyənləşdirilməsi də mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Yaşıl Maliyyə və İqlim Dəyişikliyi ilə Mübarizə

Yaşıl maliyyə innovasiyalarının birbaşa təsiri iqlim dəyişikliyi ilə mübarizə sahəsində də özünü göstərir [14]. Ən əsas məqsəd, karbon emissiyalarını azaldaraq qlobal istiləşmənin qarşısını almaqdır. Yaşıl maliyyə vasitələri, bərpa olunan enerji layihələrinin inkişafını maliyyələşdirir, karbon bazarlarını dəstəkləyir və yaşıl infrastrukturunu gücləndirir. Bu yanaşmalar həmçinin, iqlim dəyişikliyinə ən pis təsirlərindən qorunmağa kömək edəcək uzunmüddətli strateji həllər təqdim edir.

COP29-da müzakirə olunan ən vacib mövzulardan biri də, karbon vergi sistemlərinin və ticarət mexanizmlərinin yaşıl maliyyə alətləri ilə inteqrasiya edilməsidir. Yaşıl maliyyə vasitələrinin tətbiqi, yalnız ekoloji deyil, iqtisadi faydalar da təmin edə bilər. Çünki bərpa olunan enerji sahələrinə qoyulan investisiyalar, yeni iş yerlərinin yaradılmasına və enerji səmərəliliyinin artırılmasına imkan tanıyır. Bu cür yanaşmaların genişləndirilməsi, dünya iqtisadiyyatının daha dayanıqlı və davamlı şəkildə inkişaf etməsinə şərait yaradır.

İnkişaf Etməkdə Olan Ölkələrdə Yaşıl Maliyyə

Yaşıl maliyyə innovasiyalarının tətbiqi yalnız inkişaf etmiş ölkələr üçün deyil, inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün də böyük əhəmiyyət kəsb edir [15]. Bu ölkələr, ətraf mühitin qorunması və sosial-iqtisadi inkişafı təmin etmək üçün yaşıl maliyyə vasitələrindən istifadə etməlidirlər. COP29 çərçivəsində, inkişaf etməkdə olan ölkələrə yaşıl maliyyə sahəsində texnoloji dəstək və maliyyə resursları təmin edilməsi məsələsi də müzakirə olunur.

Bu ölkələr, yaşıl maliyyə alətlərini tətbiq etməklə, həm öz iqtisadiyyatlarını gücləndirə bilər, həm də təbii sərvətləri daha səmərəli şəkildə istifadə edərək ətraf mühitə olan təsiri azalda bilərlər. Məsələn, günəş enerjisi və külək enerjisi kimi bərpa olunan enerji sahələrindəki layihələrin maliyyələşdirilməsi, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə enerji təchizatının diversifikasiyasına və ətraf mühitin qorunmasına gətirib çıxara bilər.

COP29-un Gələcək üçün Əhəmiyyəti

COP29, yaşıl maliyyə və davamlı inkişaf mövzularını daha geniş şəkildə müzakirə edərək, bu sahələrdə qlobal əməkdaşlığın gücləndirilməsini təmin edəcəkdir. Bu sammit, dövlətlər və beynəlxalq təşkilatlar arasında əməkdaşlıq üçün bir platforma olaraq fəaliyyət göstərəcəkdir. Yaşıl maliyyə vasitələrinin tətbiqi, yalnız iqlim dəyişikliyinə qarşısını almağa kömək etməyəcək, həm də ekosistemləri qoruyaraq bioloji müxtəlifliyin davamlılığını təmin edəcəkdir [16].

COP29-da qəbul ediləcək qərarlar, gələcək nəsillərə daha yaşanılabılır bir dünya buraxmaq məqsədini güdür. Bu baxımdan, yaşıl maliyyə sahəsindəki irəliləyişlər, ekoloji, sosial və iqtisadi sahələrdə davamlı bir inkişafın təməlini qoyacaqdır. Dövlətlər və özəl sektor arasında güclü əməkdaşlıq, yaşıl maliyyə innovasiyalarının effektivliyini artıracaq və ətraf mühitin mühafizəsinə daha böyük töhfə verəcəkdir.

Yaşıl Maliyyə İnnovasiyalarının Qlobal Əməkdaşlıq və Təşəbbüslərlə Gücləndirilməsi

Yaşıl maliyyə innovasiyalarının qlobal miqyasda effektiv tətbiqi, yalnız milli səviyyədə deyil, beynəlxalq əməkdaşlığın da möhkəmləndirilməsini tələb edir. COP29 çərçivəsində bu mövzuda atılacaq addımlar, dünya miqyasında yaşıl maliyyə sisteminin genişlənməsini və daha səmərəli şəkildə tətbiqini təmin edəcəkdir. Bu məqsədlə, dövlətlər və beynəlxalq təşkilatlar, yaşıl maliyyə sahəsində birgə layihələr və təşəbbüslər həyata keçirməli, texnoloji yeniliklərdən və maliyyə alətlərindən maksimum şəkildə faydalanmalıdır.

Beynəlxalq maliyyə təşkilatları, inkişaf etmiş ölkələr və inkişaf etməkdə olan ölkələr arasında yaşıl maliyyə alətlərinin tətbiqinə dair əməkdaşlıq sahələrini müəyyən etməli və bu əməkdaşlığı daha güclü hala gətirməlidirlər. Bu əməkdaşlıq, yalnız iqlim dəyişikliyi ilə mübarizə məqsədini deyil, həm də sosial və iqtisadi tərəqqini təmin etməyə xidmət etməlidir. İnkişaf etməkdə olan ölkələr üçün yaşıl maliyyə innovasiyalarının tətbiqi, bu ölkələrin inkişaf potensialını artırmaqla yanaşı, qlobal ekosistemin sağlamlığını da qoruyacaqdır.

Yaşıl Maliyyə Təşəbbüslərinin Təhlükəsizliyi və Qlobal Resursların Effektiv İstifadəsi

Yaşıl maliyyə, yalnız ekoloji məqsədləri güdməklə kifayətlənmir, həmçinin iqtisadi təhlükəsizlik və resursların səmərəli istifadəsi baxımından da böyük önəm daşıyır. Ətraf mühitin qorunması və təbii sərvətlərin davamlı istifadəsi, gələcəkdə qlobal resurs çatışmazlıqlarını və ekosistemlərdəki pozulmaları minimuma endirmək üçün vacibdir. Yaşıl maliyyə vasitələri, bərpa olunan enerji mənbələrinə olan sərmayələrin artırılması ilə enerji təchizatını diversifikasiya edərək qlobal enerji təhlükəsizliyinə müsbət təsir göstərir.

Bundan əlavə, ətraf mühitə zərərli təsirləri minimuma endirmək məqsədilə təbiətin bərpası və ekosistem xidmətlərinin qorunması sahəsində maliyyə resurslarının yönəldilməsi, həm də ekosistemlərin dayanıqlılığını təmin edir. COP29-da bu istiqamətdə daha güclü bir əməkdaşlığın qurulması, dünya miqyasında təbiətə yönələn daha mükəmməl maliyyə modellərinin yaradılmasına şərait yaradacaqdır. Bu modellər, ekosistem xidmətlərinin qiymətləndirilməsini və qorunmasını təşviq edərək təbiətə dayalı həllərin maliyyələşdirilməsini asanlaşdıracaq.

İnnovasiyaların Tətbiqində Yeni Texnologiyalar və Maliyyə Alətləri

Yaşıl maliyyə sahəsinin inkişafında yeni texnologiyaların və maliyyə alətlərinin tətbiqi də əhəmiyyətli bir rol oynayır. Süni intellekt, blokçeyn texnologiyası və digər rəqəmsal alətlər, yaşıl maliyyə innovasiyalarının izlənməsi, hesabatlılığı və şəffaflığını artırmaq üçün istifadə oluna bilər. Bu texnologiyalar, investorlar üçün daha dəqiq məlumatlar təqdim edərək onların qərar vermə prosesini dəstəkləyir və yaşıl layihələrin müvəffəqiyyətini izləməyə imkan tanıyır [17].

COP29-da bu cür texnoloji yeniliklərin istifadəsinin artırılması və yaşıl maliyyə sektoruna inteqrasiyası müzakirə olunacaqdır. Bu texnologiyalar həmçinin, yaşıl maliyyə alətlərinin effektivliyini

və şəffaflığını təmin etməklə yanaşı, maliyyə bazarlarında yeni iş imkanları yaratmağa da xidmət edəcəkdir.

Yaşıl Maliyyənin Sosial və İqtisadi Təsirləri

Yaşıl maliyyə innovasiyaları yalnız ətraf mühitə təsir etməklə kifayətlənmir, həm də sosial və iqtisadi sahələrdə müsbət dəyişikliklərə səbəb olur. Bu innovasiyalar, xüsusilə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə, dayanıqlı iqtisadi inkişafı dəstəkləyərək yoxsulluğun azaldılmasına və sosial bərabərliyin təmin edilməsinə kömək edir. Yaşıl investisiyalar, təhsil, səhiyyə və digər sosial sahələrdə davamlı layihələrin həyata keçirilməsinə imkan yaradır. Eyni zamanda, bərpa olunan enerji sahəsindəki layihələr və ekoloji infrastrukturun inkişafı, yeni iş yerlərinin yaradılmasına və insanların həyat səviyyəsinin yüksəlməsinə səbəb olur [21].

Yaşıl maliyyənin iqtisadi təsiri, yalnız konkret layihələrə yönəlmiş sərmayələrin nəticəsi deyil, həm də iqtisadiyyatın dayanıqlı inkişafına xidmət edən bir yanaşmadır. Bu yanaşma, təbiətə dayalı iqtisadi modelin tətbiqini gücləndirərək, uzunmüddətli iqtisadi inkişafı və ekoloji tarazlığı təmin edir.

Nəticə olaraq, yaşıl maliyyə innovasiyalarının ətraf mühitin keyfiyyətinə təsiri müsbət olub, bu sahənin inkişafı üçün beynəlxalq əməkdaşlıq və müvafiq siyasətlərin əhəmiyyəti vacibdir. COP29 çərçivəsində yaşıl maliyyə ilə bağlı qəbul olunan qərarlar, qlobal iqtisadiyyatda ekoloji balansın təmin olunmasında həlledici rol oynayacaq. Tədqiqatın nəticələri, yaşıl maliyyənin ətraf mühitin mühafizəsi və dayanıqlı inkişaf üçün vacib bir alət olduğunu göstərir və bunun iqtisadi səmərəsini artırmaq üçün daha geniş tədbirlərin görülməsini tövsiyə edir.

Nəticə. Bu araşdırma, yaşıl maliyyə innovasiyalarının ətraf mühitin keyfiyyətinə olan təsirlərini, xüsusilə COP29 çərçivəsindəki rolu ilə əlaqədar olaraq mühüm nəticələr təqdim edir. Ətraf mühitin mühafizəsi və dayanıqlı inkişaf qlobal iqtisadiyyatın qarşısında duran ən vacib çağırışlardan biridir və bu tədqiqat, yaşıl maliyyə innovasiyalarının bu çağırışlara necə cavab verdiyini öyrənir. Tədqiqatın nəticələrinə əsasən, yaşıl maliyyə, yalnız ətraf mühitin qorunmasına deyil, həm də iqtisadi inkişafın dayanıqlı şəkildə təmin edilməsinə kömək edən maliyyə alətləridir.

Əsas nəticələrdən biri, yaşıl maliyyə innovasiyalarının ətraf mühitin keyfiyyətinə müsbət təsir göstərməsidir. Bu innovasiyalar, karbon emissiyalarının azalması, bərpa olunan enerji layihələrinin maliyyələşdirilməsi və ekoloji kənd təsərrüfatı kimi sahələrdə mühüm irəliləyişlərə səbəb olur. Yaşıl maliyyə vasitələri, maliyyə bazarlarını dayanıqlı iqtisadiyyatın inkişafına yönəldən yeni mexanizmlər və alətlər təqdim edir. Yaşıl maliyyə ilə əlaqəli alətlər, ekoloji zərərlərin azaldılması və təmiz texnologiyaların geniş tətbiqi üçün imkanlar yaradır.

COP29, beynəlxalq əməkdaşlıq baxımından yaşıl maliyyə sahəsinin inkişafında həlledici bir platforma olaraq çıxış edir. Tədqiqat, COP29 çərçivəsində yaşıl maliyyə alətlərinin inkişafı və beynəlxalq əməkdaşlığın gücləndirilməsinin vacibliyini vurğulayır. Lakin, bu səylərin uğurlu olması üçün müvafiq milli siyasətlər, maliyyə alətləri və hüquqi dəstək mexanizmlərinin olması lazımdır. COP29 yalnız siyasi iradə təmin etsə də, yaşıl maliyyə strategiyalarının effektiv tətbiqi üçün yerli səviyyədə də konkret addımların atılması vacibdir.

Bu araşdırmanın elmi yeniliyi, yaşıl maliyyə innovasiyalarının ətraf mühitin keyfiyyətinə olan təsirlərini həm nəzəri, həm də praktiki baxımdan araşdıraraq, bu sahədəki boşluqları doldurmasıdır. Əvvəlki tədqiqatlar əsasən yaşıl maliyyə nəzəriyyələri üzərində fokuslanmışdı, lakin bu tədqiqat, real tətbiq sahələrini və bu innovasiyaların ətraf mühitə və iqtisadiyyata olan konkret təsirlərini dərinliklə araşdırmışdır.

Praktik əhəmiyyət baxımından, bu tədqiqat, hökumətlərə və maliyyə institutlarına yaşıl maliyyə strategiyalarını daha effektiv şəkildə həyata keçirmək üçün tövsiyələr təqdim edir. Bu tədqiqatın nəticələri, yaşıl maliyyənin daha geniş tətbiqini təmin etmək üçün həm hüquqi, həm də iqtisadi şərtlərin möhkəmləndirilməsi zərurətini vurğulayır. Ayrıca, maliyyə institutlarının sosial və ekoloji məsuliyyətlərini öz investisiya strategiyalarına inteqrasiya etmələri vacibdir, çünki bu yanaşma yalnız iqlim dəyişikliyi ilə mübarizə aparmağa deyil, həm də iqtisadi cəhətdən səmərəli layihələrin həyata keçirilməsinə imkan yaradır.

İqtisadi səmərəlilik baxımından, yaşıl maliyyə innovasiyalarının uzunmüddətli dövr ərzində böyük iqtisadi faydalar gətirəcəyi aydın olur. Bərpa olunan enerji və ekoloji infrastrukturaya yönəldilən investisiyalar, həm ətraf mühiti qoruyur, həm də iqtisadi artımı təşviq edir. Bu cür investisiyalar, xüsusilə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə, enerji səmərəliliyini artırmaq və davamlı iqtisadiyyatın qurulmasına böyük töhfə verəcəkdir. Yaşıl maliyyə, yalnız ekoloji məqsədlər üçün deyil, həm də iqtisadi baxımdan gələcəkdə üstünlüklər təmin edəcəkdir.

Tədqiqatın nəticələri göstərir ki, yaşıl maliyyə innovasiyaları, ekoloji dayanıqlılığın təmin olunmasında və iqtisadi inkişafın dəstəklənməsində əsas rol oynayır. Bununla yanaşı, bu sahənin inkişafı üçün beynəlxalq əməkdaşlıq və uyğun siyasətlərin tətbiqi çox vacibdir. COP29 çərçivəsindəki qərarlar, qlobal iqtisadiyyatda ekoloji balansın təmin edilməsi üçün əsas bir hərəkətverici qüvvə olacaq. Hər bir ölkə, öz müvafiq hüquqi və maliyyə infrastrukturunu qurmaqla, yaşıl maliyyə vasitələrinin effektiv tətbiqinə nail ola bilər. Son olaraq, yaşıl maliyyə yalnız ətraf mühitin qorunması üçün deyil, həm də dayanıqlı iqtisadiyyatın qurulması üçün vacib bir vasitədir və bu tədqiqat bu sahədəki potensialı dərk etməyə imkan yaratmışdır.

ƏDƏBİYYAT

1. Azerbaijan News. (2024, November 19). Azerbaijan leads green finance push at COP29 with new climate platform.
2. Cambridge Institute for Sustainability Leadership (CISL). (2024, October 30). COP29 – Azerbaijan, 11-24 November 2024.
3. Climate Bonds Initiative. (2023). Green Bond Market Summary 2023. London: Climate Bonds Initiative. Retrieved from www.climatebonds.net
4. COP29 Declaration on Green Finance. (2024). Building a Sustainable Future Through Green Finance. COP29 Conference Report.
5. Euronews. (2024, October 11). ‘The finance COP’: Here’s what to expect from the COP29 climate summit in Baku next month.
6. European Investment Bank. (2022). Supporting Green Finance for a Sustainable Future. European Investment Bank Report. Retrieved from www.eib.org
7. Flammer, C. (2021). Corporate Green Bonds. *Journal of Financial Economics*, 142(2), 528-549. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2021.01.001>
8. He, X., & Li, Y. (2021). Green Finance Development in China: An Empirical Analysis. *Journal of International Financial Markets, Institutions, and Money*, 72, 101263. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2021.101263>
9. International Finance Corporation (IFC). (2021). Green Finance for Sustainable Development. IFC Report. Retrieved from www.ifc.org
10. OECD. (2020). Financing Climate Futures: Rethinking Infrastructure. OECD Publishing.
11. Parker, L. (2022). Assessing the Impact of Green Financial Instruments on Environmental Quality: A Global Perspective. *International Journal of Environmental Economics and Policy*, 13(1), 65-81.
12. Reuters. (2024, November 19). Beyond B-loans? Development banks seek private money for climate change fight.
13. Scholtens, B., & Dam, L. (2020). The Financial Industry and Green Finance: Challenges and Opportunities. *Environmental Economics and Policy Studies*, 22(4), 643-658. <https://doi.org/10.1007/s10018-020-00287-2>
14. Stigson, B. (2019). Financing the Future: The Role of Green Finance in Sustainable Development Goals (SDGs). Cambridge University Press.
15. Sullivan, R. (2019). Green Finance and Investment for Sustainable Development. Springer.

16. Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD). (2020). Final Report: Recommendations of the Task Force on Climate-related Financial Disclosures.
17. UNEP Finance Initiative. (2023). The Role of Green Finance in Environmental Sustainability. United Nations Environment Programme. Retrieved from www.unepfi.org
18. United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC). (2024). Updated Provisional List of Speakers for the Resumed High-Level Segment. Retrieved from https://unfccc.int/sites/default/files/resource/updated_provisional_list_of_speakers_resumed_high_level_segment.pdf.
19. United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC). (2024). COP29 - Updated Provisional List of Speakers for the Resumed High-Level Segment.
20. World Bank Group. (2022). Green Finance: A Conceptual Framework. Washington, DC: World Bank Group.
21. World Economic Forum. (2021). Mobilizing Green Finance: Opportunities and Challenges. Global Agenda Council on Financing for Sustainable Development.

УДК 336.02**ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИЙ ЗЕЛЕНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ НА КАЧЕСТВО ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ: С ТОЧКИ КС-29**

Эльнура Бунят Мамедова
Азербайджанский Кооперативный Университет
elnuramammadova01@gmail.com

***Резюме.** Целью данной работы является исследование влияния зеленых финансовых инноваций на качество окружающей среды и анализ того, как это воздействие оценивается в рамках КС-29. Зеленое финансирование относится к финансовым инструментам, которые поддерживают устойчивое экономическое развитие и защищают окружающую среду. В этом исследовании рассматривается влияние инноваций в области зеленого финансирования на различные аспекты окружающей среды, включая сокращение выбросов углекислого газа, финансирование проектов возобновляемой энергетики и эффективное управление природными ресурсами. Целью КС-29 является обеспечение реализации стратегий зеленого финансирования как важной платформы для развития международного сотрудничества и инноваций в этой области. Главный вывод заключается в том, что зеленые финансовые инновации оказывают положительное влияние на качество окружающей среды, но для этого необходима сильная политическая воля, международное сотрудничество и формулирование соответствующей политики.*

По результатам данного исследования установлено, что зеленые финансовые инновации положительно влияют на качество окружающей среды. Зеленое финансирование обеспечивает значительный прогресс в таких областях, как сокращение выбросов углекислого газа, финансирование проектов возобновляемой энергетики и более эффективное управление природными ресурсами. В то же время для более широкой и устойчивой реализации этих эффектов необходимы сильная политическая воля, международное сотрудничество и разработка соответствующей экономической политики. КС-29 служит важной платформой для реализации стратегий зеленого финансирования на глобальном уровне и вносит важный вклад в развитие инноваций в этой области. В результате эффективное применение подходов «зеленого» финансирования остается незаменимым инструментом защиты окружающей среды и обеспечения устойчивого развития.

***Ключевые слова:** Зеленые финансы, инновации, качество окружающей среды, КС-29, устойчивое развитие.*

UDC 336.02

**THE IMPACT OF GREEN FINANCIAL INNOVATION ON ENVIRONMENTAL QUALITY:
FROM THE COP29 PERSPECTIVE**

Elnura Bunyat Mammadova
Azerbaijan Cooperation University
elnuramammadova01@gmail.com

***Summary.** The aim of this work is to investigate the impacts of green financial innovations on environmental quality and to analyze how these impacts are assessed within the framework of COP29. Green finance refers to financial instruments that support sustainable economic development and are aimed at environmental protection. This work examines the impacts of green financial innovations on various aspects of the environment, including carbon emission reduction, financing of renewable energy projects and efficient management of natural resources. COP29, as an important platform for the development of international cooperation and innovation in this field, aims to ensure the implementation of green finance strategies. The main conclusion is that green finance innovations have a positive impact on environmental quality, but this requires strong political will, international cooperation and the formulation of appropriate policies.*

Based on the results of this work, it was found that green finance innovations have a positive impact on the quality of the environment. Green finance provides significant progress in areas such as reducing carbon emissions, financing renewable energy projects and more efficient management of natural resources. However, for these effects to be realized in a broader and more sustainable manner, strong political will, international cooperation and the formulation of appropriate economic policies are required. COP29 serves as an important platform for the global implementation of green finance strategies and makes significant contributions to the development of innovations in this area. As a result, the effective implementation of green finance approaches remains an indispensable tool in protecting the environment and ensuring sustainable development.

Keywords: *Green finance, innovations, environmental quality, COP29, sustainable development.*

Redaksiyaya daxilolma: 20.11.2024

Çapa qəbul olunma: 15.04.2025



UOT 338

DOI 10.30546/JIECM.2025.1.1012

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA KİÇİK SAHİBKARLIĞIN İNKİŞAFI: İNNOVATİV YAŞIL TURİZM ASPEKTİNDƏN

Nüşabə Zahir qızı Mehdiyeva

Azərbaycan Kooperasiya Universiteti
nushabamehdiyeva123@gmail.com

***Xülasə.** Turizm dünyanın ən sürətlə inkişaf edən sektorlarından biridir və bir çox ölkələrin iqtisadi inkişafına birbaşa təsir göstərir. Bununla belə, turizm sektoru xidmət və fəaliyyətlərində böyük miqdarda su və enerji istifadəsi və tullantı istehsalına görə ciddi şəkildə tənqid olunur. Bu gün iqlim dəyişikliyinə və digər ekoloji problemlərə ictimai maraq artır. Əvvəlki illərlə müqayisədə istehlakçılar ətraf mühit haqqında daha şüurludurlar. Bu vəziyyət istehlakçıların satın alma davranışında və ekoloji təmiz müəssisələrə münasibətində əsaslı dəyişikliklərə səbəb olur. Davamlı turizm turizm fəaliyyətinin mənfi təsirlərini azaltmaq məqsədi ilə ortaya çıxdı. Turizmdə davamlılıq destinasiyanın gələcəkdə öz mövcudluğunu davam etdirmə qabiliyyəti deməkdir və turizm sektorunun uzunmüddətli həyat qabiliyyəti üçün vacibdir. Bu araşdırma turizm sənayesində davamlılığın artan əhəmiyyətini və təsirlərini başa düşməyə yönəlib.*

Yaradıcı yaşıl turizm sektoruna xüsusi diqqət yetirməklə, bu məqalədə kiçik biznesin Azərbaycan iqtisadiyyatının inkişafında oynadığı rolu araşdırılmışdır. Ölkə iqtisadiyyatını şaxələndirməyə və neft gəlirlərindən asılılığı azaltmağa getdikcə daha çox səy göstərdiyinə görə kiçik müəssisələr davamlı inkişafın kifayət qədər mühüm aspektinə çevrilib. Xüsusilə yaşıl turizm, ətraf mühitin mühafizəsini dəstəkləmək üçün nəzərdə tutulan ekoloji cəhətdən təmiz, davamlı iqtisadi vasitə kimi böyük marağa səbəb olur.

Tədqiqatda Azərbaycanda fəaliyyət göstərən kiçik müəssisələrin ekoloji cəhətdən təmiz siyasətlə yaşıl səyahətləri təşviq etməyə necə kömək edə biləcəyinə baxılır. Bu, ekoloji cəhətdən təmiz səyahətin təşviqi, bərpa olunan enerji mənbələrindən istifadə, tullantıların azaldılması və yerli təbiətin qorunmasını əhatə edir.

Ədəbiyyat araşdırması, nümunə araşdırmaları və statistik məlumatlar vasitəsilə bu məqalədə Azərbaycanda yaşıl turizmin mövcud vəziyyəti qiymətləndirilmiş, kiçik biznesin üzlaşdiyi maneələr müəyyənləşdirilmişdir. Sonda kiçik şirkətlərin ərazinin ekoloji cəhətdən dayanıqlı olmasına, eləcə də iqtisadi cəhətdən necə kömək edə biləcəyi vurğulanmışdır.

***Açar sözlər:** Yaşıl turizm, sahibkarlığın inkişafı, kiçik sahibkarlıq, Azərbaycan, innovasiya.*

Giriş. Ölkəmizdə davamlılıq konsepsiyalarından daima istifadə olunur. Ölkəmizdə turizm sektorunda tullantıları və çirklənmənin qarşısını almaq olduqca mühüm bir vəzifədir. Belə ki, global turizm sektorunun ənənəvi bələdlərini azaltmaqla yanaşı, davamlı səyahətlərdə biomüxtəlifliyi qorumaq və iqlim dəyişikliyi ilə mübarizə aparmaq yaşıl turizmin əsas məqsədidir [9].

Ziyarətçilərə heyrətamiz təcrübələr və yerli əhaliyə öz mədəniyyətlərini və yaşayış tərzlərini qoruyub saxlamaq imkanı təqdim edərkən, davamlılıq perspektivi hamımıza dünyanı gələcək nəsillər üçün qorumaq üzərində cəmləşməyə kömək edir. Səyahət etməyin davamlı yollarından biri "yavaş səyahət"dir ki, bu zaman ziyarətçilər bir yerdə daha çox vaxt keçirir və daha çox gözəməli yerlər görür, turistik məkanları tanıyır. Bütün bunlar mövzunun aktuallığından və bə bə verir.

Tədqiqatın obyektı və metodikası. Tədqiqatın əsas obyektı kiçik sahibkarlığın inkişafını innovativ yaşıl turizm aspektindən dəyərləndirməkdir. Metodoloji olaraq bu araşdırmada ilk olaraq nəzəri ədəbiyyat təhlili aparılmış, daha sonra mövcud statistik məlumatlar əsasında təhlillər aparılmışdır. Araşdırma zamanı müxtəlif dillərdə olan ədəbiyyatlara istinad edilmişdir.

Tədqiqatın nəticələrinin müzakirəsi və təhlili. Azərbaycan ekoturizm imkanları ilə yetişdiyi halda, araşdırma yerli şirkətlərin yaşıllaşmağa çalışarkən müxtəlif maneələrlə üzləşdiyini göstərib. Bu maneələrdən bəziləri ekoloji cəhətdən təmiz metodlar haqqında məlumatın olmaması, maliyyə çatışmazlığı və hökumətin qeyri-adekvat köməyidir. İrəli düşünən KOS-lar gündəlik fəaliyyətlərinə davamlılığını daxil etməklə yaşıl turizmin sadəcə keçib gedən dəb olmadığını sübut etdilər.

Elmi yenilik. Bu araşdırmanın ən mühüm yeniliyi ondan ibarətdir ki, məqalədə, kiçik biznes və yaşıl turizmin əsaslandığı ədəbiyyatlara nəzər yetirilmişdir. Ənənəvi olaraq tədqiq edilən kiçik biznes və yaşıl turizmə dair ədəbiyyat inkişaf ideyasının tədqiqatçıları üçün yenidir və “fərdi inkişaf və davamlı inkişaf strategiyası” mövzusu xüsusi dəyər tələb edir. Bundan əlavə, məqalədə Azərbaycanın xüsusi mövqeyi və həll edilməmiş ekoloji problemlərinə görə seçilməyən turizm sektorlarının inkişaf potensialına diqqət ayrıca yönəldilmişdir.

Praktik əhəmiyyəti. Tədqiqatın ən mühüm yeniliyi məqalədə, kiçik biznes və yaşıl turizmin əsaslandığı ədəbiyyatlara nəzər yetirilməsidir. Ənənəvi olaraq, araşdırmada tədqiq edilən əsas məsələ kiçik bizneslərdir. Bundan əlavə tədqiqat işində yaşıl turizmə də yer verilmişdir. Mövcud ədəbiyyatlar bu sahədəki inkişaf ideyasının artırılmasında bizə innovativ fikirlər verir. Belə ki, bu sahədə davamlı inkişaf strategiyasını başa düşmək olduqca vacibdir. Bundan əlavə, məqalədə ölkəmizin yaşıl aspektdən turizm inkişafı təhlil edilmiş, habelə bu sahədə həll edilməmiş ekoloji problemlər müəyyən edilmişdir.

İqtisadi səmərəsi. İqtisadi baxımdan Azərbaycanda yaşıl turizmi təşviq etmək böyük üstünlüklərə malik ola bilər. Sənayedəki kiçik firmalar iş yerləri yarada, yaxınlıqdakı ərazilərə kömək edə və ətraf mühitə dəyən ziyanı ləngidə bilər, bununla da uzunmüddətli maliyyə dayanıqlığını təşviq edə bilər.

Yaşıl siyasətləri həyata keçirərək kiçik səyahət biznesləri də ətraf mühitlə maraqlanan ziyarətçiləri cəlb edə bilər. Bu da ölkə üçün turizm gəlirini artırır. Bundan əlavə, davamlı təcrübələrə doğru dəyişiklik dünya səyahət sənayesində Azərbaycan şirkətlərinə rəqabət üstünlüyü əldə etməyə kömək edə bilər.

Əsas hissə

Azərbaycanda kiçik sahibkarlığın inkişafının innovativ yaşıl turizm aspektindən dəyərləndirilməsi baxımından ilk olaraq ölkəmizdəki cari vəziyyətə baxmalıyıq.

Cədvəl 1.

Azərbaycanda kiçik sahibkarlığın inkişafının mövcud göstəriciləri

| Göstəricilər Indicators | 2022 | | | | 2023 | | | |
|--|--|------------------------|----------------|----------------|--|------------------------|----------------|---------|
| | Kiçik sahibkarlığın inkişafının mövcud göstəriciləri Current indicators of small business development | | | | Kiçik sahibkarlığın inkişafının mövcud göstəriciləri Current indicators of small business development | | | |
| | Cəmi Total | o cümlədən of which | | | Cəmi Total | o cümlədən of which | | |
| Mikro Micro | | Kiçik Small | Orta Medium | Mikro Micro | | Kiçik Small | Orta Medium | |
| Yaradılmış əlavə dəyər*, milyon manat Value added*, million manat | 17.170,4 | 7.091,9 | 2.796,1 | 7.282,4 | 20.087,1 | 7.653,2 | 3.200,8 | 9.233,1 |
| İşçilərin sayı, min nəfər Number of employees, thsd. person | 370,1 | 42,4 | 104,8 | 222,9 | 390,8 | 49,9 | 110,3 | 230,6 |

№ 1/2025

səh. 100-109

| | | | | | | | | |
|---|---------|---------|-------|---------|---------|---------|-------|---------|
| Orta aylıq nominal əməkhaqqı, manat Average monthly nominal wages, manat | 707,9 | 450,8 | 575,6 | 843,0 | 765,8 | 501,5 | 642,8 | 899,4 |
| Əsas kapitalla investisiyalar, milyon manat Investments directed to fixed capital, million manat | 2.827,1 | 857,1 | 955,1 | 1.014,9 | 2.366,1 | 303,5 | 794,0 | 1.268,6 |
| Fəaliyyətdə olan sahibkarlıq subyektləri The number of active enterprises | 377.842 | 366.944 | 7.760 | 3.138 | 401.149 | 389.133 | 8.610 | 3.406 |

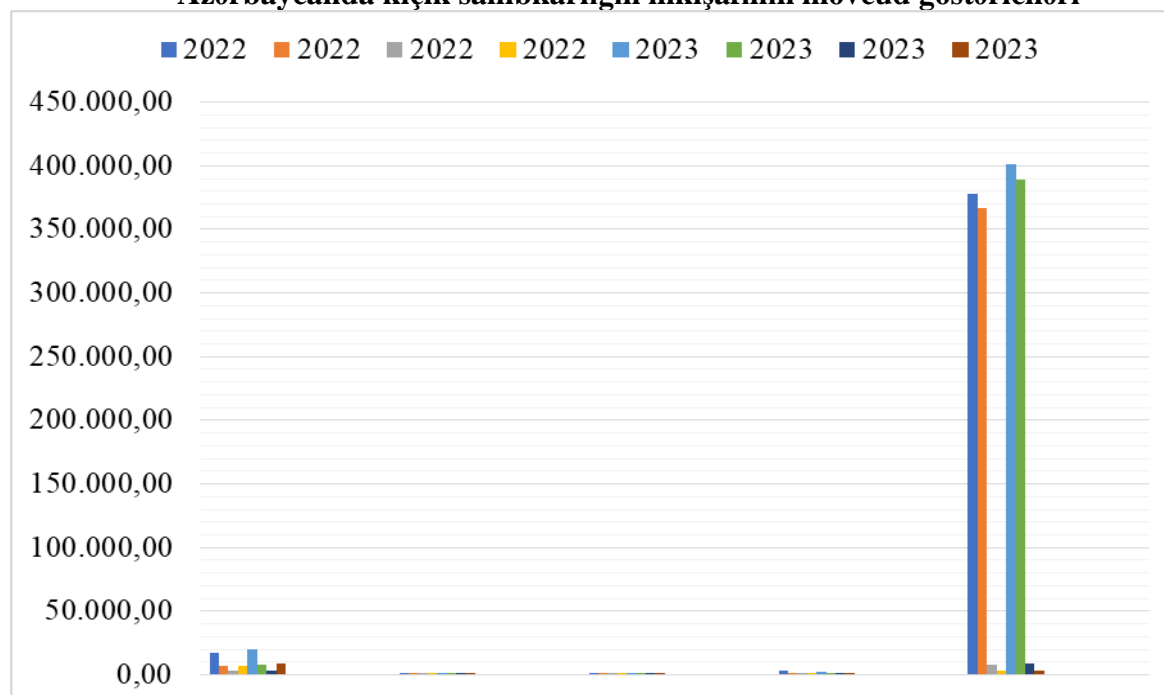
Mənbə: [1] əsasında hazırlanmışdır.

Cədvəlin təhlili nəticəsində aşağıdakı əsas fikirləri qeyd edə bilərik:

2022-ci illə müqayisədə 2023-cü ildə əlavə dəyərdə artım olub. Bu rəqəm 2022-ci ildə 17 170 milyon manat olduğu halda, 2023-cü ildə 20 087 milyon manata yüksəlib. Artım mikro, kiçik və orta sahibkarlıq kateqoriyalarının hər birində müşahidə olunur. Bu, ümumi iqtisadi inkişafı və xüsusilə orta müəssisələrin artan rolunu göstərir.

Qrafik 1.

Azərbaycanda kiçik sahibkarlığın inkişafının mövcud göstəriciləri



Mənbə: [1] əsasında hazırlanmışdır.

Qrafikdən məlum olur ki, 2023-cü ildə işçilərin sayı artıb. 2022-ci ildə 370 min nəfər işləyirdisə, 2023-cü ildə bu rəqəm 390 min nəfərə yüksəlib. Qeyd olunan bu artım məsələsi xüsusilə mikrobiznes və kiçik biznesdə diqqətəlayiq olsa da, orta biznes əlavə iş yerləri yaratmağa və işçi qüvvəsinin artmasına kömək edə bilər.

Qeyd edək ki, 2023-cü ildə orta aylıq əməkhaqqı artırıldıqdan sonra 2022-ci ildə orta aylıq əmək haqqı 7077 manat olub və bu rəqəm 2023-cü ildə 765 manata yüksələrkən müşahidə olunub. Bu artımın kiçik və orta sahibkarlığa da təsir etdiyi diqqətə çatdırılır.

Qeyd edək ki, 2023-cü ildə müəssisələrin sayı artdı və 2022-ci ildə 377.842 olan müəssisələrin sayı 2023-cü ildə 401.149-a yüksəldi. Bu artım xüsusilə mikro və kiçik biznes sahələrində özünü göstərir.

2022-ci ilə nisbətən 2023-cü ildə iqtisadi göstəricilərdə ümumi artım müşahidə olunur. Xüsusilə əlavə dəyər yaradılması sahəsində işçilərin sayında və birgə aylıq gəlirlərində artım müşahidə olunur. Bununla belə, kapital qoyuluşlarında azalma var. Ümumiyyətlə, mikro və kiçik müəssisələrdə müsbət inkişaf olsa da, orta sahibkarlığın iqtisadiyyatda artan rolu xüsusilə diqqəti cəlb edir.

Bütün bu məlumatlar göstərir ki, yaşıl turizmin təşviqi bu qeyd olunan göstəricilərlə ölkəmiz üçün olduqca əlçatandır (xüsusilə də Qarabağ bölgəsi üçün).

Qeyd etməliyik ki, bütün bunlardan öncə gəlin baxaq ki, turizm sektoru iqtisadiyyat üçün nə qədər vacibdir.

Turizm global mədəniyyətin mühüm tərkib hissəsidir. Turizm dünyanın müxtəlif yerlərini kəşf etməyə, müxtəlif coğrafiyalardan olan insanlarla görüşməyə, yeni ənənələrin və fəaliyyətlərin yaranmasına imkan verir. Digər tərəfdən, bu gün iqlim dəyişikliyinə və digər ekoloji problemlərə ictimai maraq artır.

Bundan əlavə, istehlakçılar əvvəlki illərlə müqayisədə ətraf mühitə daha həssasdırlar. Bu vəziyyət istehlakçıların satın alma davranışında və səyahət seçimlərində böyük dəyişikliklərə səbəb olur. İstehlakçılar yaşıl otellər üçün daha çox pul ödəməyə hazırdırlar və davamlı sertifikatlar səyahət qərarlarına müsbət təsir göstərir.

Ətraf mühitə qarşı şüurlu istehlakçıların artması, eləcə də hökumət qaydaları və qeyri-hökumət təşkilatlarının tələbləri biznesləri davamlı strategiyalara və ekoloji cəhətdən təmiz təcrübələrə yönəldir [5]. Əsasən, turizmin gələcək illərdə inkişafa davam edəcəyi gözlənilirdi üçün, mövcud turizm vərdisləri ətraf mühitə, yerli icmalara və dünyanın təbii sərvətlərinə həddən artıq zərər vurduğu üçün davamlı olmayacaq. Bu, turizm sənayesinin uzunmüddətli həyat qabiliyyəti üçün davamlı səyahəti vacib edir [4, s.55].

Turizm dünyanın ən sürətlə inkişaf edən sektorlarından biridir və bir çox ölkələrin iqtisadi inkişafına birbaşa təsir göstərir. Bununla belə, turizm sənayesi əməliyyatlarında istifadə olunan böyük miqdarda su və enerji və tullantıların əmələ gəlməsinə görə ciddi şəkildə tənqid edilmişdir [6]. Bundan əlavə, turizm global istixana qazı emissiyalarının 8%-ni təşkil edir. Bütün emissiya mənbələri nəzərə alındıqda bu, çox böyük göstəricidir. Davamlı turizm turizm fəaliyyətinin mənfi təsirlərini azaltmaq məqsədi ilə ortaya çıxdı. Davamlı turizm biznes və istiqamətlər üçün bir çox faydalar təmin edir [4, s.55].

Ədəbiyyatda dayanıqlı turizmlə bağlı araşdırmalar təhlil edildikdə məlum olur ki, dayanıqlı turizmin turistlərin məmnuniyyətini, sədaqətini və yenidən ziyarət etmək niyyətini artırır. Bundan əlavə, dayanıqlı turizm mehmanxana və yerləşdirmə obyektinin imicinə və rəqabət üstünlüyünə müsbət təsir göstərir [7]. Digər tərəfdən, biznes və istiqamətlər davamlı turizm təcrübələrində müxtəlif çətinliklərlə üzləşirlər [4, s.56].

Yaşıl iqtisadiyyatda davamlı turizm

| No | Davamlı turizm Tərfi |
|----|---|
| 1 | Davamlı turizm, turizmin müsbət iqtisadi, sosial və ekoloji faydalarından tam istifadə etməyə çalışan idarəetmə, inkişaf və marketing təcrübələrinin məcmusudur. |
| 2 | Davamlı turizm, mənfi təsirləri minimuma endirməyə və ya aradan qaldırmağa və planetimizin gələcəyini təmin etməyə imkan verən yaşamaq, inkişaf etdirmək və idarə etmək təcrübəsidir. |
| 3 | Davamlı turizm yerli ətraf mühitə, cəmiyyətə və iqtisadiyyata mənfi təsirlər buraxmadan səyahət etməkdir. |
| 4 | Davamlı turizm vahid yanaşma çərçivəsində 3P (insanlar, mənfəət, planet) əsasları üzərində qurulmuş iqtisadi fəaliyyətlərdir. |
| 5 | Davamlı turizm qeyri-adi təcrübələri, emosional əlaqələri və təbii, mədəni və sosial kapitalı davamlı təcrübələrdə şüurlu şəkildə qiymətləndirən bir turizmdir. |
| 6 | Bunlar bütün kapital növlərinə (sosial, mədəni, təbii və s.) xalis müsbət töhfə verən turizm növləri və prosesləridir. |
| 7 | Davamlı turizm, turizm sənayesindəki fəaliyyətlərin, fəaliyyət göstərdiyi ətraf mühiti və/və ya cəmiyyəti davamlı edəcək şəkildə həyata keçirilməsini təklif edən bir fəlsəfədir. |
| 8 | Davamlı turizm, turistlər və yerli insanlar arasında mənalı mübadilə yaradan və səfərlərin keçirildiyi ətraf mühitə, bölgəyə və icmalara uzunmüddətli faydalar təmin edən fəaliyyətdir. |
| 9 | Davamlı turizmdə söhbət dünyanı bütün canlılar üçün daha yaxşı bir yerə çevirən turizm tərəfdaşlıqlarından gedir. |
| 10 | Ətraf mühitə hörmət edən, təbii və mədəni sərvətləri uzunmüddətli perspektivdə qoruyan, sosial və iqtisadi cəhətdən davamlı və ədalətli olan hər hansı inkişaf, təkmilləşdirmə və ya turizm fəaliyyətidir. |
| 11 | Turizmdə davamlılıq destinasiyanın gələcəkdə də mövcudluğunu davam etdirə bilməsi deməkdir. |
| 12 | Məhz davamlı turizm, asılı olduğu ətraf mühitə zərər vermədən yerli iqtisadiyyatı təmin edə bilər. |
| 13 | Davamlı turizm mədəni bütövlüyü, əsas ekoloji prosesləri və bioloji müxtəlifliyi qoruyub saxlamaqla, iqtisadi, sosial və estetik ehtiyacları ödəyə biləcək şəkildə bütün resursların idarə olunmasına rəhbərlik etməkdir. |
| 14 | Davamlı turizm, davamlı inkişafa uyğun gələn və ona töhfə verən bütün turizm növlərinə (ənənəvi və ya alternativ) aiddir. Bu tərifin kontekstində inkişaf mütləq artım demək deyil; Bu, mahiyyət etibarilə müəyyən sosial və iqtisadi məqsədlərə nail olunan bir prosesdir. |
| 15 | Davamlı turizm, spesifik bir turizm növü deyil, bütün turizm növlərini ekoloji, sosial və iqtisadi baxımdan daha faydalı etmək üçün istifadə edilən bir yanaşmadır. |

Mənbə: [4, s.49] əsasında hazırlanmışdır.

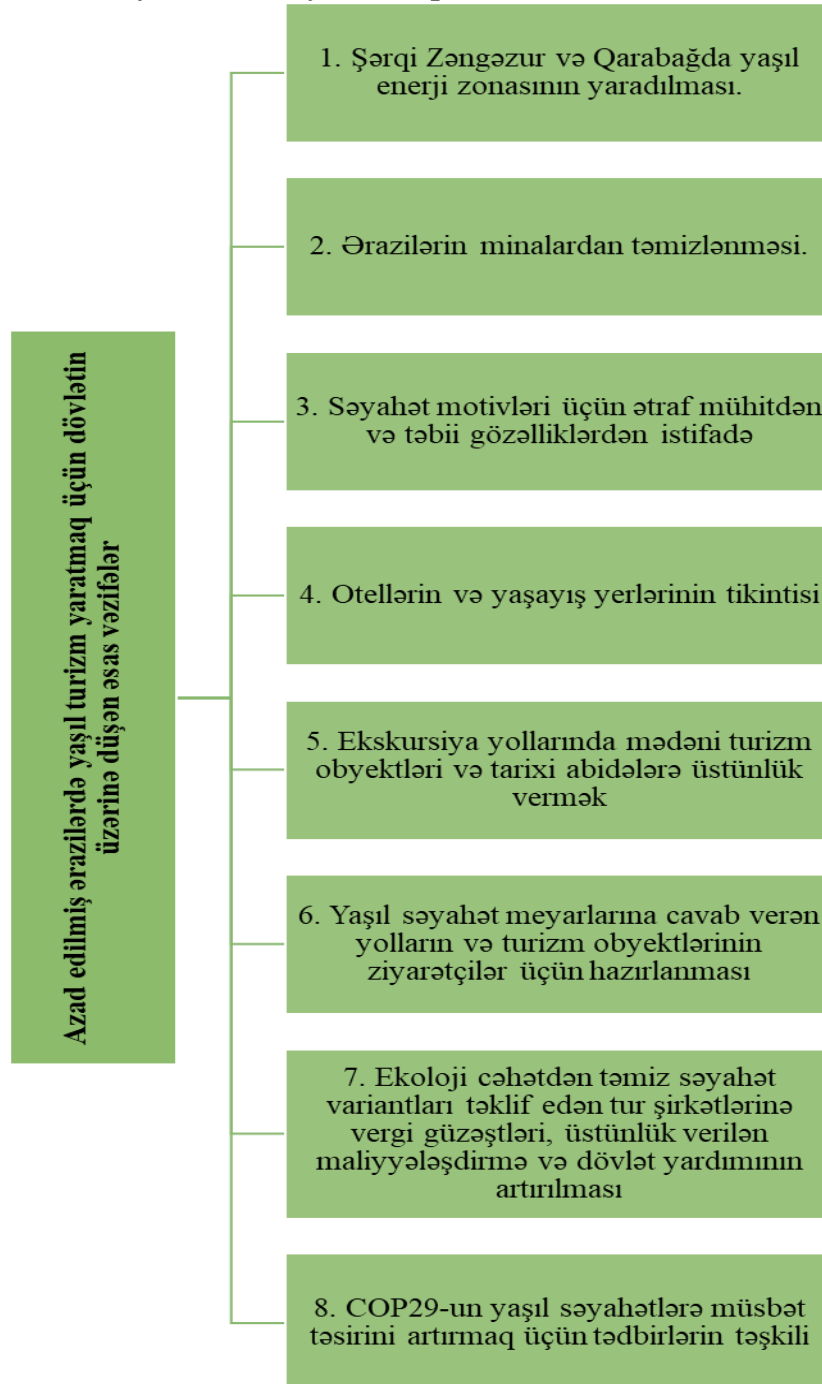
Qarabağ qələbə çalan Azərbaycan ordusunun 2020 və 2023-cü illərdə apardığı hərbi əməliyyatlar və cənab Prezident İlham Əliyevin müdrik siyasəti nəticəsində öz azadlığına qovuşdu. Hər yerdə

olduğu kimi, Qarabağın bərpası və turizmin inkişafı bu regionun azadlığından sonra üzləşdiyi əsas problemlərdən biri idi. Çünki bu ərazidə turizmin inkişafı üçün bütün lazımı şərait var.

Ümumiyyətlə, işğaldan azad edilmiş bölgələrdə yaşıl turizmin təkamülü xüsusilə əhəmiyyətlidir. Bu işin həyata keçirilməsində dövlətin əvəzsiz rolu var. Azad edilmiş ərazilərdə yaşıl turizm yaratmaq üçün dövlətin üzərinə düşən əsas vəzifələr aşağıdakı sxem üzrə əsaslandırılmışdır.

Sxem 1.

Azad edilmiş ərazilərdə yaşıl turizm yaratmaq üçün dövlətin üzərinə düşən əsas vəzifələr



Mənbə: [2, s.7-8] əsasında hazırlanmışdır.

1. Şərqi Zəngəzur və Qarabağda yaşıl enerji zonasının yaradılması.
2. Ərazilərin minalardan təmizlənməsi - Bu torpaqlarda 1,5 milyon mina basdırılıb.

3. Səyahət motivləri üçün ətraf mühətdən və təbii gözəlliklərdən istifadə etmək - Qarabağ və Şərqi Zəngəzurun Kiçik Qafqazdakı mövqeyi onların ölkəsini bitki və heyvanlar aləminin bolluğu, eləcə də məlum təbii sərvətləri, çayları və mağaraları ilə fərqləndirir. Bu ərazilərdəki faydalı qazıntılar bu bölgələrdəki təbii bulaqları yer kürəsində rast gəlinən misilsiz bulaqlara çevirir. Kəlbəcərin “İstusu” və Zəngilanın “Qotursu” bulaqları sovet dövründə hər il 50-80 min ziyarətçi qəbul edirdi [2, s.7].

4. Otellərin və yaşayış yerlərinin tikintisi - Bölgədə inkişaf etdiriləcək bizneslər bir qədər fərqli olmalıdır. Kənd qonaq evlərinin sayı otellərdən çox olmalıdır.

5. Ekskursiya yollarında mədəni turizm obyektləri və tarixi abidələrə üstünlük vermək - Bunun üçün Qarabağa və Şərqi Zənguzura rahat və təhlükəsiz avtomobil yolları salınmalı, oradakı tarixi yerlərin inventarlaşdırılması aparılmalı, digər zəruri infrastruktur obyektləri inkişaf etdirilməlidir. Ən vacib işlərdən biri ziyarətçilərə məlumat və təlimat verməkdir. Bunun üçün ziyarətçilərə bu diyarın tarixi, milli adət-ənənələri barədə məlumat verilməli və digər məlumat vasitələri hazır olmalıdır.

6. Yaşıl səyahət meyarlarına cavab verən yolların və turizm obyektlərinin ziyarətçilər üçün hazırlanması - Ziyarətçilər üçün təbiət qoynunda dağ gəzintiləri, alpinizm, kənd turizmi, məşhur Qarabağ atlarına minmək, düşərgə, velosiped sürmək və s. kimi tədbirlərin təşkili bu prosesin inkişafına kömək edə bilər.

7. Ekoloji cəhətdən təmiz səyahət variantları təklif edən tur şirkətlərinə vergi güzəştləri, üstünlük verilən maliyyələşdirmə və dövlət yardımının artırılması [8].

8. COP29-un yaşıl səyahətlərə müsbət təsirini artırmaq üçün tədbirlərin təşkili BMT-nin bu layihənin 29-cu konfransını 2024-cü ilin payızında Azərbaycanda çağırması ekoloji cəhətdən təmiz turizmin inkişafı üçün mühüm şanslar təqdim edir. Bərpa edilmiş Qarabağ üçün COP29 təşəbbüsü bir sıra perspektivlər təqdim edir. COP29 konfransının təsdiq edilmiş normalarına ərazinin yenidən qurulmasında riayət olunacaq. Bütün bunlar daha sonra ölkəmizdə yaşıl turizmin formalaşmasına kömək edəcək [2, s.8].

20 noyabr 2024-cü il, Bakı – COP29-un onuncu günündə urbanizasiya, nəqliyyat və turizmə həsr olunmuş tematik sessiyalar keçirilmişdir. Bu gün iki əsas təşəbbüsün başlanması ilə əlamətdar oldu: COP29 MAP Bəyannaməsi Dayanıqlı və Sağlam Şəhərlər üçün və COP29 Turizmde İqlim Fəaliyyətinin Təkmilləşdirilmiş Bəyannaməsi.

Bu təşəbbüslər iqlim dəyişikliyi ilə mübarizədə və şəhər dayanıqlığının təşviqində mühüm rol oynamağa hazırlaşır. Turizm bəyannaməsi ilə COP29 Sədrliyi əsas iqtisadi əsas olan turizm sektorunun ətraf mühitə təsirini azaltmaq üçün dayanıqlı təcrübələrin qəbul edilməsində dəstəklənməyə yönəlib. Bu təşəbbüslər birlikdə davamlı gələcəyə doğru qlobal fəaliyyət üçün zəmin yaradır. Onların təmsil etdikləri öhdəliklər COP30-a gedən yolun formalaşdırılması üçün həyati əhəmiyyət kəsb edir və şəhər iqlimi strategiyalarının və həllərin irəliləyişində mühüm rol oynayır [3].

BMT-nin Turizmi ilə tərəfdaşlıqda başlanan COP29 turizm təşəbbüsü qlobal turizm sektorunda iqlimlə bağlı fəaliyyətə təkan vermək məqsədi daşıyır. Bir sıra nazirlər və digər yüksək səviyyəli nümayəndələr Turizmde Təkmilləşdirilmiş İqlim Fəaliyyəti üzrə Birinci Nazirlər Toplantısında iştirak etdilər, burada COP29 Sədrliyi sektoru iqlim fəaliyyətinə dair məqsədlərlə uyğunlaşdırmaq üçün iddialı planları açıqladı.

COP29 Turizm Təşəbbüsünün başlanmasını şərh edən COP29-un prezidenti Muxtar Babayev deyib ki, “Azərbaycanın sədrliyi ilə ilk dəfə olaraq turizmin BMT-nin İqlim Dəyişikliyi COP29 Fəaliyyət Gündəliyinə daxil edilməsi mühüm iqtisadi və ekoloji sektor üçün əlamətdar hadisədir. Bununla belə, sektor qlobal istixana qazı emissiyalarına əhəmiyyətli töhfə verir. Bu sistem ekosistemlərə təzyiq göstərir və özü də iqlim dəyişikliyinə təsirlərinə, o cümlədən dəniz səviyyəsinin yüksəlməsinə, biomüxtəlifliyin itirilməsinə və ekstremal hava hadisələrinə qarşı çox həssasdır [3].

Təqdim edilən MAP Bəyannaməsi şəhər mühitlərində iqlim dəyişikliyi problemlərinin həllinə yönəlib. Bu sistem, sağlam şəhərlər, şəhərlərdə dayanıqlı nəqliyyat, iqlimə davamlılıq, yaşıl tikinti, kənd təsərrüfatı və şəhərlərdə təbiətə əsaslanan həllər və şəhər iqliminin maliyyələşdirilməsinə diqqət yetirməklə, yerli səviyyədən qlobal səviyyəyə qədər sektorlararası əlaqənin artırılmasını tələb edir [3].

Bu gün əvvəllər keçirilmiş çoxsektorlu İqlim Fəaliyyəti üzrə Yüksək Səviyyəli Açıq, ardınca dörd yüksək səviyyəli dəyirmi masa, iqlim dəyişikliyi qarşısında şəhərin dayanıqlığını və sağlam şəhərləri artırmaq üçün əsas öhdəliklər və tədbirlərə yönəldilmişdir. Müzakirələr şəhər infrastrukturunun təkmilləşdirilməsi, iqlim tədbirlərinin şəhər planlaşdırılmasına inteqrasiyası və hökumətlər, bizneslər və icmalar arasında əməkdaşlığın təşviqi ilə bağlı olub.

Azərbaycan Respublikası Dövlət Şəhərsalma və Arxitektura Komitəsinin sədri Anar Quliyev qeyd edib ki, "Mən fəxrlə bildirirəm ki, dünyanın müxtəlif yerlərindən olan həmkarlarımla birlikdə və BMT-Habitat təşkilatının himayəsi altında XİT-i istifadəyə vermişik. COP29 Urbanizasiya və İqlim Dəyişikliyi Günündə Dayanıqlı və Sağlam Şəhərlər üçün bu təməlqoyma sənədi öz növünün ilkidir" [3].

Nəticə. Sahibkarlığın Azərbaycan Respublikasında inkişafı, xüsusən, innovativ yaşıl turizm aspektindən əhəmiyyətli bir potensiala sahibdir. Bu model, turizm sektorunun inkişafı ilə yanaşı, yerli icmaların sosial-iqtisadi vəziyyətində də müsbət qarşılır. Bu sistem daimi inkişaf və ekoloji baxımdan qorunmağı tələb edir. Yaşıl turizm, təbii amil və enerji istifadəsini azaldan ekoloji cəhətdən təmiz layihələrlə təbii amilini qoruyur və yerli bizneslər üçün yeni imkanlar yaradır. Son olaraq, Azərbaycanın bu sahədə daha sürətlə inkişaf edə bilməsi üçün hökumət və özəl sahibkarlar arasında əməkdaşlıq, habelə qanunvericilik və maliyyə dəstəyi də gücləndirilməlidir.

ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi. (2024). Azərbaycanda sahibkarlıq. [Onlayn]. <https://www.stat.gov.az/source/entrepreneurship/>. [Giriş: Noyabr. 28, 2024].
2. Qasimov, Y., Guliyeva, N., Ağamalyeva, L., Böyükkişi, N., Quliyeva, X., Yusupov, Q., et al., Yaşıl Turizm: Yeni İmkanlar, Yeni Trendlər. Azerbaijan University, 2024. [Online]. Available: <https://www.au.edu.az/userfiles/uploads/f2765f2b020ff1baad2bd4a2d6e23941.pdf>.
3. COP29 Presidency. (2024, November 28). COP29 presidency spotlights tourism, transport, and urbanisation | Day ten - Urbanisation / Transport / Tourism day. COP29. <https://cop29.az/en/media-hub/news/cop29-presidency-spotlights-tourism-transport-and-urbanisation-day-ten-urbanisation-transport-tourism-day>
4. Gedik, Y. (2024). Turizmin yeşil yüzü: Sürdürülebilir turizm faydaları, zorlukları ve stratejileri üzerine kavramsal bir çerçeve. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(25), 44.
5. H. Huang, T. Lin, M. Lai, and T. Lin, "Environmental consciousness and green customer behavior: An examination of motivation crowding effect," *International Journal of Hospitality Management*, vol. 40, pp. 139-149, 2014.
6. K. Hussain, F. Ali, N. Ragavan, and P. Manhas, "Sustainable tourism and resulting resident satisfaction at Jammu and Kashmir, India," *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, vol. 7, no. 5, pp. 486-499, 2015.
7. P. Lansing and P. Vries, "Sustainable tourism: Ethical alternative or marketing ploy?" *Journal of Business Ethics*, vol. 72, pp. 77-85, 2007.
8. K. Lee, "Sustainable tourism destinations: The importance of cleaner production," *Journal of Cleaner Production*, vol. 9, no. 4, pp. 313-323, 2001.
9. K. Lee, M. Lee, and N. Gunarathne, "Do green awards and certifications matter? Consumers perceptions, green behavioral intentions, and economic implications for the hotel industry: A Sri Lankan perspective," *Tourism Economics*, vol. 25, no. 4, pp. 593-612, 2019.

УДК 338

РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ: С АСПЕКТА ИННОВАЦИОННОГО ЗЕЛЕННОГО ТУРИЗМА

Нушаба Захир кызы Мехтиева
Азербайджанский Кооперативный Университет
nushabamehdiyeva123@gmail.com

***Резюме.** Туризм является одним из наиболее быстрорастущих секторов в мире и оказывает непосредственное влияние на экономическое развитие многих стран. Однако туристический сектор подвергается резкой критике за большое количество воды и энергии, а также за образование отходов в сфере услуг и деятельности. Сегодня общественный интерес к изменению климата и другим экологическим проблемам возрастает. По сравнению с предыдущими годами потребители более заботятся об окружающей среде. Такая ситуация приводит к кардинальным изменениям в поведенческом поведении потребителей и их отношении к экологически чистым предприятиям. Устойчивый туризм возник с целью снижения негативных последствий туристической деятельности. Устойчивость в туризме означает способность дестинации продолжать свое существование в будущем и важна для долгосрочной жизнеспособности туристического сектора. Целью данного исследования является понимание растущей важности и последствий устойчивого развития в индустрии туризма.*

В данной статье, уделяя особое внимание сектору креативного зеленого туризма, рассматривается роль малого бизнеса в развитии экономики Азербайджана. Поскольку страна все больше стремится диверсифицировать свою экономику и снизить зависимость от нефтяных доходов, малый бизнес стал довольно важным аспектом устойчивого развития. Зеленый туризм, в частности, вызывает большой интерес как экологически чистый и устойчивый экономический инструмент, предназначенный для поддержки защиты окружающей среды.

В исследовании рассматривается, как малый бизнес, работающий в Азербайджане, может способствовать продвижению экологически чистых путешествий с помощью экологически чистой политики. Это включает в себя продвижение экологически чистых путешествий, использование возобновляемых источников энергии, сокращение отходов и защиту местной природы.

На основе литературных исследований, тематических исследований и статистических данных в этой статье дана оценка текущего состояния зеленого туризма в Азербайджане и выявлены препятствия, с которыми сталкивается малый бизнес. В конце было подчеркнуто, как небольшие компании могут помочь этому региону стать экологически устойчивым и экономически устойчивым.

Ключевые слова: Зеленый туризм, развитие предпринимательства, малый бизнес, Азербайджан, инновации.

UDC 338

SMALL BUSINESS DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF AZERBAIJAN: FROM THE ASPECT OF INNOVATIVE GREEN TOURISM

Nushaba Zahir gizi Mehdiyeva
Azerbaijan Cooperation University
nushabamehdiyeva123@gmail.com

***Summary.** Tourism is one of the fastest growing sectors in the world and has a direct impact on the economic development of many countries. However, the tourism sector has been severely criticized for its high water and energy consumption and waste generation in its services and activities. Today, public interest in climate change and other environmental issues is increasing. Consumers are more environmentally conscious than ever before. This situation is leading to fundamental changes in consumer purchasing behavior and attitudes towards environmentally friendly businesses. Sustainable tourism emerged with the aim of reducing the negative impacts of tourism activities. Sustainability in tourism refers to the ability of a destination to continue its existence in the future and is essential for the long-term viability of the tourism sector. This study aims to understand the increasing importance and implications of sustainability in the tourism industry.*

With a special focus on the creative green tourism sector, this article examines the role of small businesses in the development of the Azerbaijani economy. As the country increasingly seeks to diversify its economy and reduce its dependence on oil revenues, small businesses have become a significant aspect of sustainable development. Green tourism in particular is attracting great interest as an environmentally friendly, sustainable economic tool designed to support environmental protection.

The study examines how small businesses operating in Azerbaijan can help promote green travel through environmentally friendly policies. This includes promoting environmentally friendly travel, using renewable energy sources, reducing waste, and protecting local nature.

Through a literature review, case studies, and statistical data, this article assesses the current state of green tourism in Azerbaijan, identifies the barriers faced by small businesses, and highlights how small businesses can contribute to the ecological sustainability of the region, as well as its economic viability.

Keywords: *Green tourism, entrepreneurship development, small business, Azerbaijan, innovation.*

Redaksiyaya daxilolma: 20.11.2024

Çapa qəbul olunma: 15.04.2025



AZƏRBAYCANIN İXRAC POTENSİALININ GENİŞLƏNDİRİLMƏSİ PERSPEKTİVLƏRİ

¹Natiq Əli oğlu Cavadov, ²Nərmin Qabil qızı Mirzəzadə, ³Uğur Səbuhi oğlu Süleymanov

¹Azərbaycan Texnologiya Universiteti

²Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti

³Şəki Regional Elmi Mərkəzi

²narminmirzazada@gmail.com

Xülasə.Tədqiqatın məqsədi. İqtisadiyyatın müxtəlif sferalarının ixrac fəaliyyətinin genişləndirilməsi, ilk növbədə ixrac potensialına söykənir. İxrac potensialı ölkənin iqtisadi potensialının tərkib hissəsi kimi iqtisadi təhlükəsizliyin təmin edilməsinin mühüm vasitələrindən biri hesab olunur. Bu baxımdan ixracın əmtəə strukturunun diversifikasiyasının ixracın coğrafi strukturunda çoxşaxəliliyin təmin edilməsi xarici iqtisadi siyasətin prioritetləri sırasındadır. Ona görə dövlət, ixrac əməliyyatlarının təşviqini həyata keçirməklə bir tərəfdən ixrac potensialının gücləndirilməsini stimullaşdırılmağa, digər tərəfdən mümkün həvəsləndirmə üsullarından istifadə etməklə dünya bazarlarına daha əlverişli şərtlərlə çıxışı təmin etməklə ixrac potensialını daha səmərəli yollarla reallaşdırmağa çalışır. Bu baxımdan tədqiqatın məqsədi Azərbaycanın ixrac potensialının genişləndirilməsi perspektivlərini müəyyənləşdirməkdən ibarətdir.

Tədqiqatın metodları. Tədqiqatın aparılmasında müqayisə və təhlil üsullarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın nəticəsi. Tədqiqatın nəticəsi göstərir ki, ixracının artırılması, diversifikasiyasının təmin edilməsi və stimullaşdırılması istiqamətində təşviqat tədbirləri ixrac potensialının genişləndirilməsində əsaslı rol oynayır.

Açar sözlər: ixrac potensialı, xarici ticarət, iqtisadi təhlükəsizlik, diversifikasiya, stimullaşdırma, təşviq.

Giriş. Ölkənin inkişaf etdirilməsində onun ixrac potensialının yüksəldilməsinin və müqayisəli üstünlüyə malik sahələrdə ixracın artırılmasının, xarici bazarlarda Azərbaycan məhsullarının yer alması və möhkəmlənməsi baxımından mühüm əhəmiyyəti vardır. İxrac potensialı ölkənin iqtisadi potensialının tərkib hissəsidir və bu potensialın xarici bazarlarda reallaşdırılması hazırda ən aktual məsələlərdən hesab olunur. İxrac fəaliyyətinin genişləndirilməsi, ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyin təmin edilməsinin də mühüm vasitəsidir [Брянцев, Р., 2010.]. Belə ki, ixrac edilən məhsulların həcmnin artırılması, həm də tədiyyə balansında müsbət saldonun yaranmasına gətirib çıxarır. Tədiyyə balansında müsbət saldonun yaranması isə təbii ki, ölkəyə valyuta daxilolmalarının həcmnin artmasında əhəmiyyətli rol oynayır.

Ölkəyə xarici valyuta daxilolmalarının artırılması və daxili valyuta bazarında sabitliyin təmin olunmasında, ixracının dəstəklənməsi tədbirləri mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bir sıra səbəblərdən dünya bazarında istehlak məhsullarının qiymətləri yüksəlir ki, bu da ixracla əlaqədar xarici valyuta daxilolmalarının artmasına şərait yaradır. Beləliklə, ölkəyə valyuta gətirən sahələrin inkişaf etdirilməsi, həmin sahələrin ixrac potensialının artırılması və reallaşdırılması əsas məsələlərdən hesab edilir.

Müasir şəraitdə ixracın əmtəə strukturunun diversifikasiyasının aparılmasının zəruri olduğu qədər, ixracın coğrafi strukturunda da çoxşaxəliliyin təmin edilməsinə ciddi ehtiyac vardır. Statistik məlumatlardan aydın olur ki, ixracın coğrafi strukturu ixracın coğrafi quruluşundan daha genişdir. Bunun əsas səbəblərindən biri xarici ticarətin əmtəə strukturu ilə bağlıdır. Beynəlxalq statistikaya görə

ölkələr tərəfindən 97 mal qrupunda 10 mindən artıq əmtəə üzrə xarici ticarət əlaqələri həyata keçirilir. Əmtəə diversifikasiyasının səviyyəsinin ölçülməsi istər idxalın istərsə də ixracın əmtəə strukturunun öyrənilməsi baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu səviyyəni müəyyən etmək üçün tədqiqatçılar Herfidahl indeksindən istifadə edirlər. Ölkədə ixracın coğrafi quruluşunun diversifikasiya səviyyəsinə isə ixracı nə qədər geniş coğrafiyaya, həm də nisbətən bərabər həcmdə yayılması təsir göstərir.

Materiallar və müzakirələr. Ölkənin beynəlxalq münasibətlərdə iştirak dərəcəsinin müəyyənləşdirilməsində xarici ticarətin vəziyyətinin qiymətləndirilməsi zəruri məsələlərdən hesab edilir [Дюмулен, И.И., 2015]. Ölkənin xarici ticarətdə iştirak dərəcəsi müxtəlif göstəricilər vasitəsilə aparılır. Dünya ticarətində iştirakın əsas göstəriciləri sırasında idxal kvotasını, ixrac kvotasını və xarici ticarət kvotasının adlarını çəkə bilərik. İxrac kvotası – iqtisadiyyatın ayrı-ayrı sahələri və ya müəssisələr üçün əmtəə və xidmətlərin ixracının əhəmiyyətini xarakterizə edən kəmiyyət göstəricisidir. Həmçinin ixrac kvotası xarici bazarlarda rəqabət qabiliyyətinin göstəricisi kimi də çıxış edir. İxrac kvotası ölkənin illik ixracının ÜDM-ə ya ümumi milli məhsula olan nisbəti şəklində hesablanır. İxrac kvotasının yüksəlməsi ölkənin beynəlxalq əmək bölgüsündə iştirakının və rəqabət qabiliyyətinin yüksəlməsini ifadə edir. İxrac kvotası ölkə üçün əhəmiyyətli kəmiyyət göstəricilərindən biri hesab olunur. İxrac kvotası həmçinin ölkə iqtisadiyyatının açıqlıq göstəricilərindən biri hesab edilir. Ölkə iqtisadiyyatının açıq olmasının bir sıra üstünlükləri vardır. Bu istiqamətdə istehsalın beynəlxalq ixtisaslaşması və kooperasiyalaşma prosesinin yüksəlməsini, resursların səmərəli bölgüsünün təmin edilməsini, daxili bazar qiymətlərinin dünya bazar qiymətlərinə yaxın olmasını, yerli istehsalçıların rəqabət qabiliyyətinin yüksəlməsini təmin edilməsini göstərmək olar.

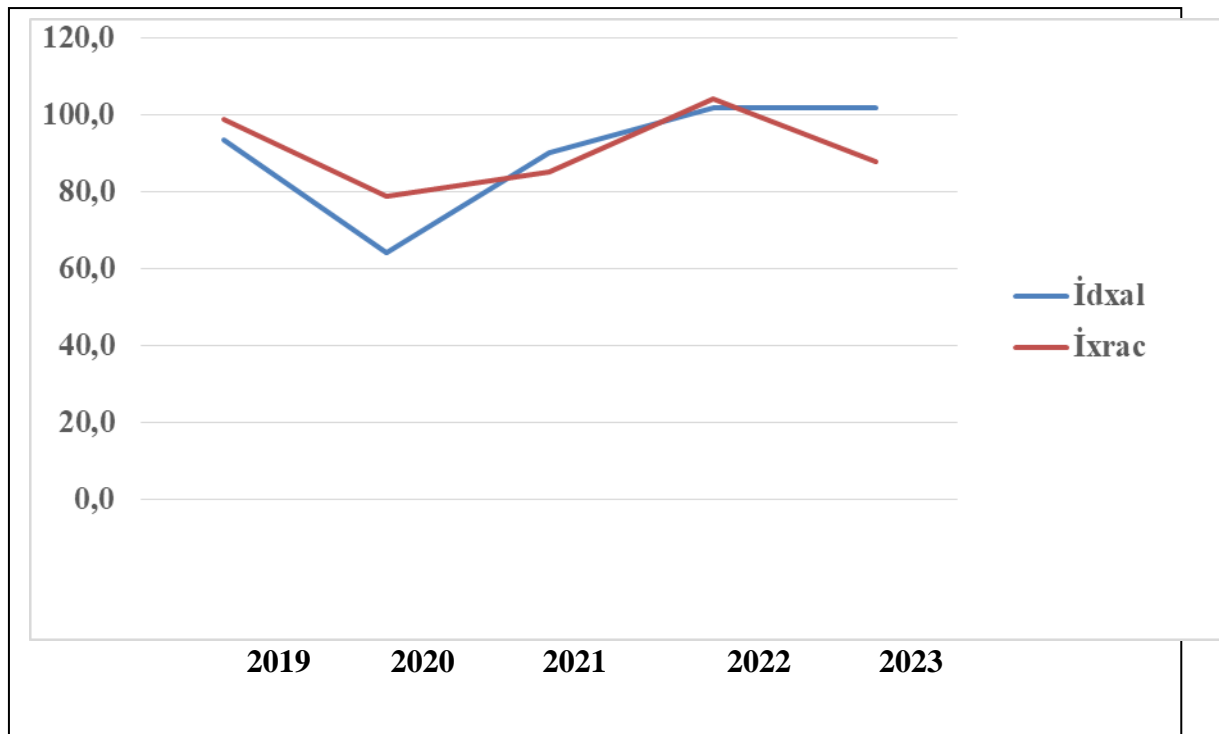
Qeyd edilənlər baxımından Azərbaycan Respublikası üzrə xarici ticarət dövriyyəsinin dinamikasına nəzər saldıqda məlum olur ki, son 5 ildə, konkret olaraq 2019-cu illə müqayisədə 2023-cü ildə bu göstərici 53,7% artmışdır. İxracda 72,6%, idxalda 26,5% artım qeydə alınmış, bütün illər üzrə müsbət saldo əldə edilmişdir [cədvəl].

Cədvəl

Azərbaycan Respublikası üzrə xarici ticarət dövriyyəsinin dinamikası [5]

| İllər | Milyon ABŞ dolları ilə | | | | Əvvəlki ilə nisbətən faktiki qiymətlərlə, faizlə | | |
|-------------|------------------------|----------|----------|----------|--|-------|-------|
| | ticarət dövriyyəsi | idxal | ixrac | saldo | ticarət dövriyyəsi | idxal | ixrac |
| 2019 | 33 302,7 | 13 667,5 | 19 635,2 | 5 967,7 | 96,8 | 93,5 | 98,8 |
| 2020 | 24 464,6 | 10 732,0 | 13 732,6 | 3 000,6 | 72,7 | 64,0 | 78,8 |
| 2021 | 33 911,2 | 11 703,2 | 22 208,0 | 10 504,8 | 87,2 | 90,0 | 85,0 |
| 2022 | 52 686,5 | 14 539,8 | 38 146,7 | 23 606,9 | 103,3 | 101,7 | 104,2 |
| 2023 | 51 183,9 | 17 285,3 | 33 898,6 | 16 613,3 | 91,6 | 101,9 | 87,7 |

Azərbaycan Respublikası üzrə əvvəlki ilə müqayisədə ixrac və idxalın dinamikasının təhlili göstərir ki, ixracda 2022-ci il istisna olmaqla (4,2% artım) digər illərdə azalma baş vermişdir – 2019-cu ildə 1,2%, 2020-ci ildə 21,2%, 2021-ci ildə 15,0%, 2023-cü ildə 12,3%. İdxalda isə təhlil edilən son 2 ildə artım, digər illərdə azalma qeydə alınmışdır [qrafik].



Qrafik. Azərbaycan Respublikası üzrə ixrac və idxalın dinamikası əvvəlki ilə nisbətən %-lə [5].

Araşdırmalar göstərir ki, iqtisadi siyasətdə ixracın prioritetliyi xarici ticarət əməliyyatlarının stimullaşdırılması tədbirlərinin effektivliyindən bilavasitə asılıdır. Belə ki, ixracın genişləndirilməsinə istiqamətlənmiş təşviq və stimullaşdırma mexanizmlərinin müəyyənləşdirilməsinə başlıca hədəf bu sahədə nəticələrin səmərəliliyinə hədəflənir. Bu baxımdan ixrac dövryyəsinin genişləndirilməsi istehsalçıları gəlirlilik, rentabellik və istehsal fəaliyyətinin digər mühüm aspektlərinin yüksəlməsinə sövq etməlidir [Шишкин, А.В., 2017.]. Təbii ki, dövlət ixrac əməliyyatlarının stimullaşdırılmasından və təşviqindən kənar qala bilməz və mümkün həvəsləndirmə üsullarından istifadə etməklə dünya bazarlarına daha əlverişli şərtlərlə çıxışı təmin etməyə, ixrac əməliyyatlarında səmərəli nəticələr əldə etməyə çalışmalıdır. Bunlar isə əsasən ixracın stimullaşdırılmasının iqtisadi mexanizmi vasitəsilə mümkündür.

Məlumdur ki, tənzimləmə tədbirlər, ixracın təşviqində əsas yerlərdən birini tutur. Bu baxımdan xarici ticarətin tənzimlənməsinin vasitələri əsasən aşağıdakılar hesab olunur:

1. Gömrük tarifləri. Azərbaycan Respublikasının Gömrük Məcəlləsində qeyd edilir ki, gömrük tarifləri gömrük sərhədindən keçirilən mallara tətbiq edilən və xarici iqtisadi fəaliyyətin mal nomenklaturasına uyğun olaraq sistemləşdirilmiş gömrük rüsumu dərəcələrinin məcmusudur;

2. Qeyri-tarif vasitələri. Liberal ticarətin inkişafına maneçilik törətməsinə və bir sıra beynəlxalq təşkilatlar o, cümlədən Ümumdünya Ticarət Təşkilatı tərəfindən xoş qarşılanmamasına baxmayaraq təcrübədə xeyli miqdarda qeyri-tarif məhdudiyyətlərindən istifadə olunur. Bunlardan bəziləri aşağıdakılardır:

- kəmiyyət məhdudiyyətləri (kvotalar). Tədiyyə balansında yaranan kəsrin aradan qaldırılması məqsədilə idxal və ya ixraca kvotalar tətbiq olunur. Kvotalar ixrac və ya idxal üzərinə birbaşa qoyulan məhdudiyyət formasıdır. İdxal məhdudiyyətləri əsasən daxili bazarda yerli istehsal olan əmtələrin qiymətləri həddən artıq aşağı düşdükdə, həmin məhsulların idxalına müəyyənləşdirilir. İdxal kvotasında məqsəd yerli istehsalçının müdafiəsidir. Məcburi ixrac kvotaları isə ixrac olunan əmtənin dünya bazar qiyməti yerli bazar qiymətindən yüksək olduğu halda tətbiq edilə bilər. İxrac kvotası

tətbiq olunmadıqda daxili bazarda həmin əmtənin qıtlığı yaranar. İxrac kvotasının müəyyənləşdirilməsində əsas məqsəd isə istehlakçıların qorunmasıdır;

- tarifə bənzər kvotalar. Bu qəbildən olan tənzimləmələr gömrük tariflərinə bənzəyən lakin, gömrük tarifi tənzimləməsi vasitəsi olmayan tənzimləmə vasitəsidir. Başqa sözlə, daxili bazarda yerli istehsalın xüsusi çəkisinin artırılması istiqamətində idxala tətbiq edilən kvotadır. Lakin birbaşa kvotadan fərqli cəhəti kvota daxilində həyata keçirilən idxala aşağı rüsum, kvotadan artıq idxala isə yüksək rüsum tətbiq edilir. başqa sözlə bu formada kvotaları tarif qarışıq kvotalar da adlandırma bilərik;

- görünməyən məhdudiyyətlər. Belə məhdudiyyətlərə sağlamlıq, ətraf mühitin qorunması ilə bağlı tətbiq edilən tədbirlər və tətbiq texniki standartlar aid edilir;

- “könüllü” ixrac məhdudiyyətləri. Bu tədbir ixraca tətbiq edilən kvotalar şəklində olur. Buna səbəb idxalçı ölkənin bazarına ziyan vurmamaq istəyidir. “Könüllü” ixrac kvotası daha çox ikili razılaşmalar əsasında tətbiq edilir;

- dempinq, antidempinq. Dempinq ixracatçının idxalatçı ölkədə öz malını mənşə ölkəsindən daha aşağı qiymətlərlə satması faktıdır. Dempinqin yaranmasının əsas səbəbi ixrac subsidiyaları və ixracın inhisarlaşmasıdır. Dempinqdən müdafiyyə üçün antidempinq rüsumları tətbiq olunur;

- digərləri.

3. İxracın stimullaşdırılması. Xarici ticarət siyasətinin reallaşdırılmasının bir forması ixracı həvəsləndirmək vasitəsilə həyata keçirilir. Bunlara dövlət tərəfindən ixracatçılara verilən dəstəklər (onlara pul ödəmək və ya vergi güzəştləri göstərmək şəklində) aid edilir. Bu dəstək birbaşa və ya dolaylı formada həyata keçirilir.

Xarici ticarətin tənzimlənməsi əsasən idxalın tənzimlənməsi şəklində başa düşülür. Çünki idxalın tənzimlənməsi daxili bazarın tənzimlənməsinin, yerli sahibkarlıq təbəqəsinin və dövlətin iqtisadi maraqlarının müdafiyyəsi baxımından daha həməyyətlili hesab edilir.

Qloballaşma prosesinin dərinləşməsi ixracla bağlı yeni münasibətlərin formalaşmasına, iqtisadi əlaqələrin daha da sıxlaşmasına səbəb olmuşdur. İstər müəssisələr miqyasında, istərsə də dövlətin iqtisadi maraqları baxımından ixrac xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Beynəlxalq bazarlarda fəaliyyət göstərməyin ən qədim və ənənəvi yollarından biri olan ixrac, mal və xidmətlərin ölkə sərhədləri xaricinə sevgi edilməsi prosesini özündə əks etdirir. Bir başqa deyimlə isə ixrac, bir malın və ya hər hansı bir iqtisadi dəyərin qanunvericiliyə uyğun şəkildə ölkə sərhədlərindən kənara çıxarılmasıdır.

İqtisadiyyatın ixrac potensialının reallaşdırılması ayrı-ayrı sahələrin malik olduğu imkanların düzgün qiymətləndirilməsindən asılıdır. Bu baxımdan yeni bir trend kimi ekoloji məhsullar istehsalını qeyd etmək olar. Məlum olduğu kimi ekoloji cəhətdən təmiz məhsullar istehsalı artıq dünyada geniş vüsət almaqdadır. Xüsusən inkişaf etmiş ölkələr bu məhsulların istehsalına xüsusi diqqət göstərməkdədirlər. Bu qəbildən olan məhsulların qiymətləri isə ekoloji cəhətdən təmiz olmayan məhsulların qiymətlərindən xeyli yuxarı olur. Bazarda rəqabət aparmağın ən önəmli metodlarından biri məhsulun keyfiyyəti vasitəsilə rəqabətin aparılmasıdır və keyfiyyəti daha yüksək olan məhsul daha rəqabət qabiliyyətli məhsul hesab olunur.

Bazar münasibətlərinin inkişafı şəraitində ixrac yönümlü istehsala dövlət himayəsinin göstərilməsi olan baxışlar müxtəlifdir. Bu baxışlar başlıca olaraq aşağıdakı istiqamət üzrə qruplaşdırılır:

- xarici ticarət üzrə əsaslar;
- əmtəə istehsalçılarının gəlirlərinin formalaşması ilə bağlı əsaslar;
- bütövlükdə iqtisadiyyatın və onun sahələrinin inkişafı ilə bağlı əsaslar və s.

İxrac yönümlü istehsala dövlət dəstəyini əsasən iki istiqamət üzrə qruplaşdırmaq olar. Bunlardan birincisi məhsul istehsalına dövlət dəstəyi, ikincisi isə məhsulların ixrac potensialının reallaşdırılması istiqamətində göstərilən dövlət dəstəyidir. Son dövrlər həyata keçirilən davamlı iqtisadi siyasət nəticəsində iqtisadiyyatın diversifikasiyası, sahibkarlığın və qeyri-neft sektorunun inkişafı istiqamətində mühüm irəliləyişə nail olunmuşdur. Belə ki, aparılan məqsədyönlü iqtisadi islahatlar qeyri-neft sektorunun ümumi daxili məhsulda xüsusi çəkisi artmasına, ixrac potensialı yüksək olan rəqabətqabiliyyətli malların istehsalının daha da genişlənməsinə səbəb olmuşdur.

Ölkədə fəaliyyət göstərən sahibkarların əhatə dairəsinin və istehsal imkanlarının artması onlara dövlət dəstəyi və dövlət təşviqi mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsini, Azərbaycan mallarının beynəlxalq səviyyədə təbliği üçün yeni imkanların yaradılmasını və tətbiqini zəruri edir. Sahibkarlıq sahəsində son illərdə nail olunmuş sürətli inkişafın davamlılığını təmin etmək, yerli malların ənənəvi və yeni bazarlara çıxarılması imkanlarını artırmaq, beynəlxalq bazara inteqrasiya prosesini sürətləndirmək və bu sahədə əlverişli şəraiti daha da genişləndirmək

Azərbaycan Respublikasının uzun müddətli inkişaf perspektivində ixrac, onun coğrafi və əmtəə strukturunun diversifikasiyasının aparılması, ixrac daxilolmaları hesabına iqtisadi artımın təmin edilməsi xüsusi yer tutur. İxracın təşviqi və dəstəklənməsi istiqamətində aşağıdakı tədbirlərin həyata keçirilməsi nəzərdə tutulmuşdur:

- ixrac bazarlarının coğrafiyasının genişləndirilməsinə və ənənəvi ixrac bazarlarındakı mövqelərin möhkəmləndirilməsinə dəstək verilməsi;
- potensial ixrac bazarları haqqında istehsalçıların məlumatlandırılması;
- potensial ixracatçıların müəyyənləşdirilməsi;
- sertifikatlaşdırma sisteminin təkmilləşdirilməsi, beynəlxalq standartların təmin edilməsi;
- ixrac sənədlərinin əldə edilməsinə dəstək verilməsi.

Belə tədbirlərdən biri “xarici ölkələrdə müxtəlif beynəlxalq tədbirlər təşkil etmək, xarici alıcıları Azərbaycan məhsulları barədə məlumatlandırmaq və yerli şirkətlərlə əlaqələndirmək” [1] məqsədilə Azərbaycan Respublikasının İxracın və İnvestisiyaların Təşviqi Agentliyi yaradılmışdır. Həmçinin “xarici iqtisadi, o cümlədən ticarət əlaqələrinin daha da liberallaşdırılması və genişləndirilməsi, bu sahədə bazar iqtisadiyyatı tələblərinə cavab verən müasir qaydaların müəyyən edilməsi” [2] məqsədilə “Azərbaycan Respublikasında xarici ticarətin daha da liberallaşdırılması haqqında” fərman qəbul edilmişdir.

Dəstək mexanizmi aşağıdakılardır:

- ixrac missiyaları;
- alıcı missiyalarının təşkili;
- beynəlxalq sərgi və yarmarkalarda vahid ölkə stendi ilə iştirak;
- beynəlxalq sərgi və yarmarkalarda fərdi qaydada iştirak;
- ixrac təşviqinin ödənilməsi;
- bazar araşdırması;
- “Beynəlxalq sertifikat”ın alınması;
- tədqiqat-inkişaf program və layihələri.

Nəticə. Qeyd etdiyimiz kimi qeyri-neft sektoru məhsullarının ixracının artırılması, diversifikasiyasının təmin edilməsi və stimullaşdırılması istiqamətində təşviqat tədbirləri görülməkdədir. Lakin araşdırmalardan aydın olur ki, ixracının stimullaşdırılması istiqamətində xeyli sayda təşviq formasının olmasına baxmayaraq bu təşviqlərdən sahibkarlar yetərinə faydalanmırlar. Bunu isə bir sıra səbəblərlə əlaqələndirmək olar. Həmin səbəblər sırasında əsasən aşağıdakıların adlarını qeyd edə bilərik:

- təşviqin yalnız bəzi məhsullara aid edilməsi;
- dövlət tərəfindən göstərilən təşviq tədbirləri barəsində istehsalçıların və ixracatçıların yetərinə informasiyalarının olmaması və s.

Fikrimizcə aşağıdakı tədbirlərin yerinə yetirilməsi ixracının artırılması və qeyd etdiyimiz ixrac təşviqlərinin effektivliyinin təmin edilməsi istiqamətində mühüm rol oyanaya bilər:

- təşviqi həyata keçirən dövlət qurumları tərəfindən maarifləndirmə tədbirlərinin davamlı və daha geniş formada aparılması;
- təşviqi nəzərdə tutulan məhsulların siyahısının genişləndirilməsi;
- təşviq formasının daha aydın və geniş şəkildə tətbiqi haqqında qərarların olması;

№ 1/2025

səh. 110-116

- ixracını həyata keçirən aralıq vasitəçilərin təşviqlərdən faydalanmasının təşkil edilməsi;
- təşviq formalarının sayının çoxaldılması, daha aydın olması və sənədləşdirmənin sadələşdirilməsi və s.

-

ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan Respublikasının İxracını və İnvestisiyaların Təşviqi Agentliyinin - AZPROMO-nun Nizamnaməsi. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2021-ci il 23 iyul tarixli Fərmanı.
2. “Azərbaycan Respublikasında xarici ticarətin daha da liberallaşdırılması haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 24 iyun 1997-ci il tarixli Fərmanı.
3. Брянцев, Р. Импорт и экспорт / Р. Брянцев. – Москва : Лаборатория книги, 2010. – 42 с.
4. Дюмулен, И.И. Международная торговля. Экономика, политика, практика: Монография / И.И. Дюмулен. - М.: ВАВТ, 2015. - 462 с
5. Шишкин, А.В. Международная торговля: вчера, сегодня, завтра / А.В. Шишкин. - М.: Русайнс, 2017. - 480 с.
6. www.stat.gov.az

УДК 338

ПЕРСПЕКТИВЫ РАСШИРЕНИЕ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА АЗЕРБАЙДЖАНА

¹Натиг Али оглы Джавадов, ²Нермин Габиль кызы Мирзазаде, ³Угур Сабухи оглы Сулейманов

¹Азербайджанский технологический университет

²Азербайджанский Государственный Аграрный Университет

³Шекинский региональный научный центр

narminmirzazada@gmail.com

Резюме. Цель исследования. Расширение экспортной деятельности различных сфер экономики базируется, прежде всего, на экспортном потенциале. Экспортный потенциал рассматривается как одно из важных средств обеспечения экономической безопасности как составная часть экономического потенциала страны. С этой точки зрения диверсификация товарной структуры экспорта, обеспечение диверсификации географической структуры экспорта входит в число приоритетов внешнеэкономической политики. Поэтому государство, с одной стороны, содействуя экспортным операциям, пытается стимулировать укрепление экспортного потенциала, с другой стороны, обеспечивая доступ к мировым рынкам на более выгодных условиях, а с другой стороны, реализовать экспортный потенциал более эффективными способами. С этой точки зрения целью исследования является определение перспектив расширения экспортного потенциала Азербайджана.

Методы исследования. При проведении исследования использовались методы сравнения и анализа.

Результат исследования. Результаты исследования показывают, что основополагающую роль в расширении экспортного потенциала играют меры стимулирования в направлении увеличения, диверсификации и стимулирования экспорта.

Ключевые слова: экспортный потенциал, внешняя торговля, экономическая безопасность, диверсификация, стимулирование, продвижение.

UDC 338

PROSPECTS FOR EXPANDING AZERBAIJAN'S EXPORT POTENTIAL

¹Natig Ali Javadov, ²Nermin Gabil Mirzazade, ³Ugur Sabuhi Suleymanov¹Azerbaijan University of Technology²Azerbaijan State Agrarian University³Sheki Regional Scientific Center²narminmirzazada@gmail.com

Summary. *The purpose of the study.* Expanding the export activity of various spheres of the economy is primarily based on the export potential. Export potential is considered one of the important means of ensuring economic security as a component of the country's economic potential. From this point of view, the diversification of the commodity structure of exports, the provision of diversity in the geographical structure of exports is among the priorities of foreign economic policy. Therefore, the state, on the one hand, by promoting export operations, tries to stimulate the strengthening of the export potential, on the other hand, by providing access to the world markets on more favorable terms, and on the other hand, to realize the export potential in more efficient ways. From this point of view, the aim of the study is to determine the prospects of expanding Azerbaijan's export potential.

Research methods. Comparison and analysis methods were used in conducting the research.

The result of the study. The results of the research show that promotion measures in the direction of increasing, diversifying and stimulating exports play a fundamental role in expanding export potential.

Keywords: export potential, foreign trade, economic security, diversification, stimulation, promotion.

Redaksiyaya daxilolma: 29.11.2024

Çapa qəbul olunma: 15.04.2025



UOT 613.2

DOI 10.30546/JIECM.2025.1.0117

DİŞ GİGIENASI VASİTƏLƏRİNİN BAZAR MARKETİNQİ VƏ ONLARDAN ƏHALİ TƏRƏFİNDƏN İSTİFADƏ VƏZİYYƏTİ

¹Seymur Məmmədov, ²Rafiq Çobanov

Azərbaycan Tibb Universiteti

semistans57@gmail.com, raficobanov6@gmail.com

Xulasə. Məqalədə əsasən stomatoloji sağlamlığın (SS) saxlanması təkcə ağız boşluğunun normal fəaliyyəti və diş sıralarının uzun müddət saxlanması üçün deyil, ümumilikdə orqanizmin sağlamlığının qorunması üçün də vacib olduğu və satış təhlili verilib. Ümumdünya Səhiyyə Təşkilatının məlumatına görə, insan xəstəliklərinin səbəbləri arasında 20%-i irsi faktorlar, 25%-i ətraf mühit şəraiti, 55%-i isə həyat tərzilə bağlı hallardır. Azərbaycan bazarında diş macunu satışının təhlili aparılıb, onun nəticələri göstərir ki, yerli bazarda satış liderləri Lacalut, Colgate, Paradontax, Blend-a-med, Sensodyne, Aquafreshdir. Əhali arasında aparılan sorğu həm diş pastası seqmenti səviyyəsində gigiyenik vasitələr bazarının böyüməsi üçün imkanların, həm də buna maneələrin olduğunu göstərdi. Tədqiqat iki mərhələdə aparılıb. Birinci mərhələdə diş macunlarının tərkibi, aşındırıcı növü və pH göstəricisinə görə qiymətləndirilməsi aparılıb. İkinci mərhələdə, müvafiq beynəlxalq sorğu toplusundan istifadə olunmuşdur, 8 marketlərdə, onlardan 4 supermarketlərə 500 anket vərəqələri paylanmışdır.

Açar sözlər: gigiyena, risk faktoru, ağız boşluğu, stomatoloji sağlamlıq, diş macunu, marketing təhlili, istehlakçı seçimləri

Giriş. Stomatoloji sağlamlıq bədənin ümumi sağlamlığının əsas vacib hissəsidir. Sağlam bir təbəssüm təkcə gözəl deyil, həm də ümumi sağlamlıq üçün vacibdir. Stomatoloji sağlamlığı anadangəlmə qüsurlardan, kəskin və xroniki ağrılardan, baş, boyun nahiyəsində xərcəng, ümumi sağlamlıq və rifah üçün fiziki, psixoloji təhlükə yaradan, insanın fəaliyyətini, həyat keyfiyyətini aşağı salan digər problemlərdən azad olmağı nəzərdə tutur. Şübhəsiz ki, insanın diş sağlamlığı bir sıra xarici amillərin təsiri altında formalaşır: iqtisadi şərait, sosial vəziyyət və s.

Diş sağlamlığı üçün risk yaradan ümumi amillərə əsas qruplardan olan qidaların balanssız istehlakı (zülalların, yağların, karbohidratların, vitaminlərin və mineralların qeyri-kafi qəbulu) ümumilikdə insan sağlamlığı üçün zəruri olan flüorid qəbulunun çatışmazlığı daxildir. Kariyesinin əsas səbəbi diş ərpidir. Ərp dişin səthində yerləşən, əsasən mikrobardan ibarət olan yapışqan nazik təbəqədir. Ərp vaxtında çıxarılmırsa, diş daşı əmələ gəlir. Ərpdəki bakteriyalar turşu əmələ gətirir, bu da öz növbəsində diş minasını məhv edərək boşluq əmələ gətirir.

Stomatoloji sağlamlığın (SS) saxlanması təkcə ağız boşluğunun normal fəaliyyəti və diş sıralarının uzun müddət saxlanması üçün deyil, ümumilikdə orqanizmin sağlamlığının qorunması üçün də vacibdir. Bu məqsədlə qədimdən müxtəlif gigiyenik vasitələr – fırçalar, tozlar, macunlar, saplar, ağız yaxalayıcıları və s. istifadə edilir. Lakin ağız boşluğunun gigiyenasına qulluqda yol verilən səhvlər ona gətirib çıxarır ki, artıq gənc yaşlardan insanlar stomatoloji xəstələnmə və dişlərin itirilməsi ilə üzləşirlər. Ona görə də, insanların ağız boşluğuna qulluq üzrə gigiyenik vasitələrdən hansı dərəcədə istifadə etmələri məsələsinin öyrənilməsi və onlara olan tələbat necədir sualı indiyə qədər də öz aktuallığını itirməmişdir.

Ağız gigiyenası təkcə cəlbedici bəyaz təbəssüm və tərəvətli nəfəsə deyil, hər şeydən əvvəl sağlamlığın qorunmasına və diş xəstəliklərinin inkişafının qarşısının alınmasına yönəlib. Mütəxəssislər şərti olaraq bütün diş macunlarını gigiyenik və müalicəvi və profilaktikaya ayırırlar. Əgər dişlərlə bağlı hər hansı problem varsa, onları həll etməyə kömək edəcək bir diş pastası

seçilməlidir. Bu məqsədlə müalicəvi və profilaktik pastalar nəzərdə tutulub. Onlar kifayət qədər geniş tələbləri yerinə yetirirlər, buna görə də adətən qruplara bölünürlər.

Bütün dünyada stomatoloji xəstəliklərin artımı ağız boşluğuna qulluq və gigiyenası məhsulları bazarının böyüməsini şərtləndirən əsas amillərdən biridir. Ağız boşluğu baxımı və gigiyenası bazarının rəqabət mühiti rəqiblər haqqında ətraflı məlumat verir. Ətraflı məlumata şirkətin maliyyə göstəricisi, əldə edilən gəlir, bazar potensialı, investisiyası, istehsal gücü aiddir. Yuxarıda göstərilən məlumatlar yalnız şirkətin ağız boşluğuna qulluq və gigiyenası bazarı ilə bağlı fəaliyyətlərinə aiddir. Ağız boşluğuna qulluq bazarı ağız gigiyenasını və sağlamlığını qorumaq, yaxşılaşdırmaq üçün nəzərdə tutulmuş məhsulların inkişafı, istehsalı, paylanmasına həsr olunmuş müxtəlif, dinamik sənaye seqmentidir. Bu məhsullar xüsusi olaraq diş baxımının müxtəlif aspektlərini, o cümlədən təmizləmə, problemlərdən qorunmaq və ümumi ağız sağlamlığını yaxşılaşdırmaq üçün hazırlanmışdır.

Ağız boşluğuna qulluq bazarı istehlakçılara hər biri xüsusi ehtiyacları, fərdi seçimlərə cavab vermək üçün hazırlanmış diş pastası, ağız qarqarası, diş sapı və diş ağardıcı məhsullar kimi müxtəlif çeşiddə ağız boşluğuna qulluq məhsulları təklif edir. Bu seçim bolluğu istehlakçılara ağız baxımı ehtiyaclarına uyğun geniş çeşiddə məhsullar təqdim edir. Ağız boşluğu sağlamlığı və gigiyenasının əhəmiyyəti haqqında istehlakçıların məlumatlılığının artırılması ağız baxımı məhsulları bazarının böyüməsini şərtləndirən əsas amildir. Son illərdə ağız sağlamlığı və gigiyenasına üstünlük vermək istiqamətində istehlakçıların davranışında nəzərəcarpacaq dəyişikliklər baş vermişdir. Bu göstəricini İnternet və sosial media platformaları vasitəsilə məlumatlara çıxışın artması kimi müxtəlif amillərlə əlaqələndirmək olar. İnsanlar ağız sağlamlığı ilə ümumi rifah arasındakı əlaqəni daha çox dərk etdikcə, yaxşı ağız gigiyenası təcrübələrini təşviq edən məhsul, xidmətləri fəal şəkildə axtarırlar, nəticədə diş baxımı məhsulları və müntəzəm diş müayinələrinə tələbat artır.[6]

Tanınmış şirkətlər məhsul portfelini genişləndirmək və müxtəlif regionlarda bazar paylarını artırmaq üçün tərəfdaşlıqlar, birləşmələr, məhsul innovasiyası və birgə müəssisələr kimi bir neçə əsas biznes strategiyasına diqqət yetirirlər. Genişlənmə və investisiya bu sektorda şirkətlər tərəfindən həyata keçirilən əsas strateji təşəbbüslərdir. Hazırda istehlakçı elə bir vəziyyətlə üzləşir ki, mağazalar və apteklər ona müxtəlif növ diş macunları təklif edirlər. Müəyyən bir diş macunu almaq qərarı çox vaxt diş pastalarının tərkibi, ağız sağlamlığına təsiri haqqında biliklərə əsaslanmır, ancaq reklam faydalarına və dəyərinə əsaslanır. Diş macunu bazarı geniş çeşiddə təsnifləşdirilir, tərkibi, təyinatına görə fərqlənir. Əlavələrdən asılı olaraq pastalar gigiyenik, müalicəvi və profilaktik, xüsusi, peşəkar, tibbiyə bölünür. [2]

Gigiyenik diş macunlarında xüsusi müalicəvi və profilaktik əlavələr yoxdur. Ağız boşluğunu tərəvətləndirir, dişləri yaxşı təmizləyir, onlara parlaqlıq və bəyazlıq verir. Müalicəvi və profilaktik diş macunlarının tərkibində ağız boşluğuna gündəlik qulluq, kariesin profilaktikası, ağızda selikli qişa xəstəlikləri, parodontun profilaktikası üçün nəzərdə tutulmuş vitamin, ekstrakt, duz, mikroelementlər daxildir. [3]. Bundan əlavə, uşaqlar üçün terapevtik və profilaktik pastalar uşağın bədənində ftorun həddindən artıq dozanın qarşısını almaq üçün azaldılması ilə xarakterizə olunur [4]. Karies əleyhinə diş pastaları müalicəvi və profilaktik olaraq təsnif edilir. Onlar dişin mineral toxumasını gücləndirməyə və ərpin əmələ gəlməsinin qarşısını almağa kömək edir. Bu, diş pastalarına ftor, fosfor və kalsium birləşmələrinin daxil edilməsi ilə əldə edilir. Daha sonra ftor tərkibli pastaların kariyəyə qarşı effektivliyi əhəmiyyətli dərəcədə azalır.

Beləliklə, onlardan əsasən uşaqlıqda diş kariyələrinin qarşısını almaq üçün istifadə etmək məqsəduyğundur [1]. Ölkəmizdə ftor tərkibli diş pastalarının istifadəsi bəzi özəlliklərlə bağlıdır. Ölkənin ayrı-ayrı ərazilərində müxtəlif iqlim-coğrafi şəraitə və içməli su, qida məhsullarında ftorun qeyri-bərabər tərkibinə malik nəhəng məkan flüor tərkibli diş macunlarının geniş və geniş istifadəsinə imkan vermir. Bu zaman tərkibində flüor olan diş macunları faydasız olmaqla yanaşı, onların istifadəsi zərərli ola bilər. Xüsusi diş macunları ağardıcı və siqaret çəkənlər üçün bölünür.

Peşəkar diş macunları yüksən aşılavıcı göstəricilərə malikdir. Stomatoloqlar tərəfindən peşəkar təmizlənmədə və dişin cilalanmasında istifadə edilir. Tibbi diş macunları dərman vasitəsi kimi qeydiyyata alınır və fasilələrlə istifadə olunur. İltihab əleyhinə pastalar qanaxma və diş ətinin iltihabı

ilə qarşılaşan insanlar tərəfindən istifadə üçün tövsiyə olunur. Bu tip pastaların tərkibinə mütləq mikrofloranın normallaşmasına və yaraların sağalmasına kömək edən dərman bitkilərinin ekstraktları daxildir. Həssas dişlər üçün macunların tərkibində diş həssaslığını maneə törədən kalium və stronsium duzları var. Bundan əlavə, onların tərkibində güclü aşındırıcı komponentlər yoxdur.

Ağardıcı tipli pastaya çox diqqətlə yanaşmaq lazımdır, çünki ağartma artan aşındırıcı maddələr və ya hidrogen peroksid, aktiv oksigen olan məhsullar səbəbindən baş verir. Bu cür pasta həftədə iki dəfədən çox olmayaraq istifadə edilməlidir. Duzlu pastalar periodontal xəstəlik və periodontitdən əziyyət çəkən insanlar üçün tövsiyə olunur. Onların tərkibində qan dövranını yaxşılaşdıran, metabolik prosesləri stimullaşdıran və analjezik təsir göstərən müxtəlif mineral duzlar var. Uşaqlar üçün altı yaşdan kiçik uşaqlar üçün xüsusi diş pastalarından istifadə etmək tövsiyə olunur.

Tədqiqatın məqsədi ağız boşluğunun xəstəliklərinin profilaktikasında gigiyenik vasitələrin əhəmiyyəti, diş pastalarının seçimində istehlakçıların üstünlüklərini təhlil etməkdir.

Materiallar və tədqiqat metodları

Tədqiqat iki mərhələdə aparılıb. Birinci mərhələdə qeyd olunan pastalar tərkibinə, aşındırıcının növünə və pH dəyərində görə qiymətləndirilmişdir. pH göstəricisi universal kağız indikator vasitəsilə təyin edilmişdir. İkinci mərhələdə Bakı şəhərində 500 nəfər market ziyarətçiləri arasında sorğu keçirilmişdir.

Tədqiqat nəticələri və müzakirə

I. Aşındırıcılığın öyrənilməsi.

Ağız boşluğu qulluğu məhsulları bazarının liderləri Colgate-Palmolive, Procter & Gamble şirkəti, Church & Dwight Co., Inc, GlaxoSmithKline PLC, Unilever PLC-dir. Qlobal ağız boşluğu baxımı məhsulları bazarı məhsul növü, paylama kanalına və coğrafi vəziyyətinə görə bölünür. Bazar paylama kanallarına bölünür: supermarket, hipermarket, market, aptek, onlayn mağazalar və digər kanallara görə seqmentləşir. Diş minasına sərtliyinə ən çox bənzəyən akril plitələrlə sınaqdan əldə edilən vizual məlumatlara əsaslanaraq, aşındırıcılıq dərəcəsinə (ən çoxdan ən azı) görə sınaqdan keçirilmiş diş məacunlarını aşağıdakı kimi sıralaya bilərik:

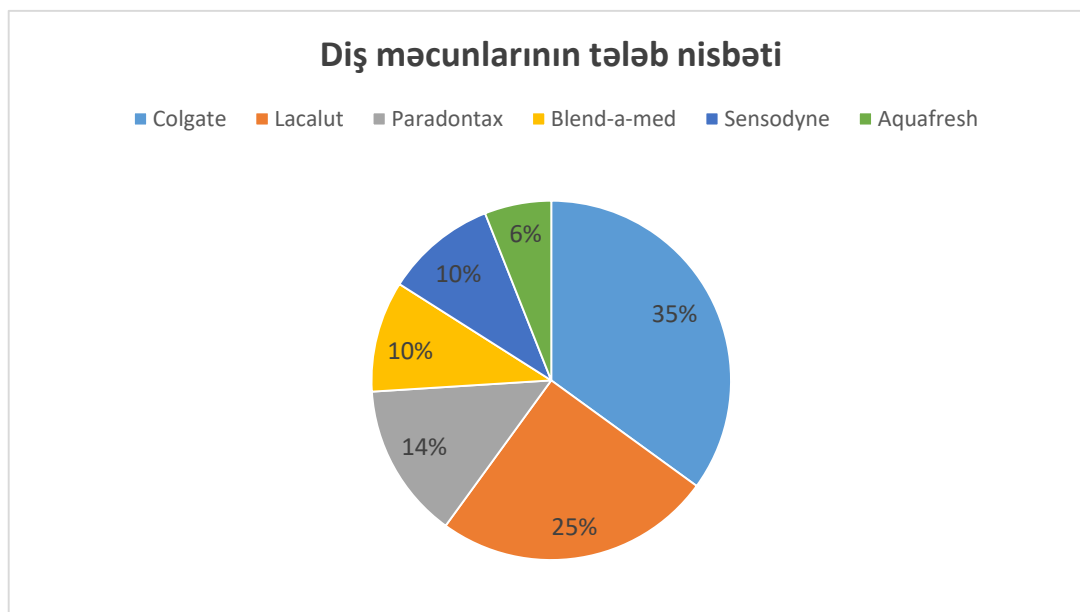
1. "Lacalut" (sulu silikon dioksid)
2. Colgate (kalsium karbonat)
3. Paradontax (silikon dioksid)
4. Blend-a-Med (nəmlənmiş silikonun birləşməsi)
5. Sensodyne (silikon dioksid)
6. Aquafresh (silikon dioksid)

Bu araşdırmadan aydın olur ki, hazırda istifadə olunan aşındırıcı maddələrin böyük əksəriyyəti silisium və kimyəvi cəhətdən çökdürülmüş təbaşir və ya kalsium karbonatdır. Qeyd etmək lazımdır ki, təbaşir kifayət qədər aşağı qiymətə diş səthinin keyfiyyətli təmizlənməsini təmin etsə də, onun dezavantajı diş məacununda mövcud olan flüor ionlarının sərbəst kalsium ionları ilə qaçılmaz qarşılıqlı əlaqəsidir ki, bu da həll olunmayan kalsium flüoridinin və nəzarətsiz kalsiumun əmələ gəlməsinə səbəb olur. aktiv flüorun konsentrasiyasının azalması. Lakin silikon dioksid qida və farmakoloji məhsullar üçün bütün təhlükəsizlik tələblərinə cavab verir, diş pastalarının bütün digər komponentləri ilə yaxşı uyğunlaşır və florid tərkibli dərmanların və səthi aktiv maddələrin, antibakterial, vitamin və digər əlavələrin fəaliyyətini azaltmır. [5]

cədvəl 1.

| Diş məacunları | Ən çox tələb olunan | Ph | Diş məacunlarının tələb nisbəti, %-lə |
|----------------|---------------------|----|---------------------------------------|
| Colgate | 1 | 7 | 35 |
| Lacalut | 2 | 6 | 25 |
| Paradontax | 3 | 8 | 14 |
| Blend-a-med | 4 | 7 | 10 |
| Sensodyne | 5 | 6 | 10 |
| Aquafresh | 6 | 7 | 6 |

Pastanın pH dəyəri ilk növbədə ağız boşluğunda turşu-qələvi balansının bərpasına təsir edir. Bakteriyaların təsiri ilə ağızda turşu mühit yarandığından, pH dəyəri nə qədər yüksək olarsa, zərərsizləşdirmə prosesi daha aktiv olur.



Müəyyən edilmişdir ki, tərkibində silisium dioksidi olan məcunlar (bu maddənin sulu məhlulu olan Lacalut pastası istisna olmaqla) tərkibində flüorun bütün faydalı xüsusiyyətlərini neytrallaşdıran kalsium karbonat olanlardan aşındırıcı xüsusiyyətlərə görə üstündür. Bakteriyaların fəaliyyəti nəticəsində əmələ gələn ağız boşluğunun turşu mühitini, pH dəyəri 7,5-dən yüksək olan, lakin 10,5-dən çox olmayan pastalar daha yaxşı neytrallaşdırır. Təhlil edilmiş anketlərə əsasən, seçim tezliyi baxımından ən çox yayılmış Colgate məcunudur (respondentlərin 35% -i tərəfindən seçilir), lakin eyni pastanın keyfiyyətindən məmnunluq 20% -dən çox deyil. Alış tezliyinə görə ikinci yerdə respondentlərin 25%-nin istifadə etdiyi “Lacalut” diş məcunu gəlir, məhsulun keyfiyyətindən razı qalanların payı isə respondentlərin 90 %-dir.

Nəticə. Diş macunu bazarı geniş çeşiddə təsnifləşdirilir, tərkibi, təyinatına görə fərqlənir. Diş xəstəliklərinin baş verməməsi üçün ağız boşluğunun gigiyenası mütəmadi olaraq aparılmalıdır. Tərkibində fermentlər olan məcunlar ağız boşluğunun gigiyenik vəziyyətini yaxşılaşdırır. Onlar periodontal xəstəliklərin və kəskin mərhələdə ağız mukozasının müalicəsində ağız gigiyenası üçün istifadə üçün tövsiyə olunur [2]. İnsanın ağız sağlamlığı üçün ən vacib olanı diş minasını gücləndirən və kariyesin inkişafının qarşısını alan floridlərdir. Diş məcunlarının müqayisəli tədqiqatlarına əsasən aydın olur ki, tərkibində silikon dioksid olan diş pastaları (Lacalut macunu istisna olmaqla) aşındırıcı xassələrə görə daha üstündür. Müəyyən edilmişdir ki, ağız boşluğuna qulluğun tezliyində istifadə edilən gigiyenik vasitələrin keyfiyyəti, satış qiyməti, stomatoloji sağlamlıq üzrə informasiya səviyyəsi, gigiyenik prosedurlara meyllik, maddi durum, ailənin say tərkibi və digər amillər də təsir göstərir.

ƏDƏBİYYAT

1. Бублий Т.Д. Сравнительная характеристика отбеливающих зубных паст/ Т.Д.Бублий, Н.В. Гасюк// Мир медицины и биологии-2011.
2. Аврамова О.Г. Сравнительная оценка влияния некоторых фторсодержащих зубных паст на состояние полости рта // Стоматология для всех. 2000. № 4.
3. Бужилов Ю.Р. Критерии качества зубной пасты / Ю.Р. Бужилов-М.: Медицина, 2015.
4. Вертухова М. Л. Состав и назначение зубных паст / М.Л. Вертухова - Москва: Гелеос ,2014.

№ 1/2025

səh.117-122

5. Герасименко Е.В. Новое в рациональной индивидуальной гигиене полости рта в детском возрасте /Е.В.Герасименко// Современная стоматология.- 2009. -№2.

6. Боровский Е.В., Суворов К.А. Профилактическая направленность при лечении пациентов с кариесом зубов. Стоматология. 2011

7. Изотова Е. А. Дифференцированный подход к рекомендуемым средствам индивидуальной гигиены у детей / Е. А. Изотова, А. П. Петрова//Бюллетень медицинских интернет-конференций. - 2014. - Т. 4. -№ 5.

8. Киюн И. Д. Сравнительное исследование отбеливающих зубных паст с умеренной абразивностью/И.Д. Киюн // Молодой ученый. - 2015.- №6.

9. Еловикова, Т. М. Статистический анализ влияния гигиенического состояния полости рта на стоматологическое здоровье будущих врачей / Т. М. Еловикова, Н. С. Абрамова, А. С. Кощев // Обеспечение демографической безопасности при решении актуальных вопросов хирургической стоматологии и челюстно-лицевой хирургии : сборник трудов Национального конгресса с международным участием «Паринские чтения 2016». Минск, 5-6 мая 2016 г. - Минск : Издательский центр БГУ, 2016

УДК 613.2

РЫНОЧНЫЙ МАРКЕТИНГ СРЕДСТВ ГИГИЕНЫ ПОЛОСТИ РТА И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НАСЕЛЕНИЕМ

¹Сеймур Мамедов, ²Рафиq Чобанов

Азербайджанский Медицинский Университет

¹semistans57@gmail.com, ²rafiqcobanov6@gmail.com

Резюме. В статье показано поддержание здоровья зубов важно не только для нормального функционирования полости рта и длительного сохранения зубных рядов, но и для защиты здоровья организма в целом, а также дан анализ продаж. По данным Всемирной организации здравоохранения, среди причин заболеваний человека 20% составляют наследственные факторы, 25% — условия окружающей среды и 55% — связанные с образом жизни. Проведен анализ продаж зубной пасты на азербайджанском рынке, его результаты показывают, что лидерами продаж на местном рынке являются Lacalut, Colgate, Paradontax, Blend-a-med, Sensodyne, Aquafresh. Опрос населения выявил как возможности, так и барьеры для роста рынка гигиенических товаров на уровне сегмента зубных паст. Исследование проводилось в два этапа. На первом этапе зубные пасты оценивались по составу, типу абразива и показателю pH. На втором этапе использовался набор международных анкет, 500 анкет были розданы на 8 рынках, в том числе в 4 супермаркетах.

Ключевые слова: гигиена, фактор риска, полость рта, здоровье зубов, зубная паста, маркетинговый анализ, потребительские предпочтения.

UDC613.2

MARKET MARKETING OF DENTAL HYGIENE PRODUCTS AND THEIR USE BY THE POPULATION

¹Seymur Mammadov, ²Rafiq Cobanov

Azerbaijan Medical University

¹semistans57@gmail.com, ²rafiqcobanov6@gmail.com

Summary. In the article, maintenance of dental health (SS) is important not only for the normal functioning of the oral cavity and the long-term maintenance of tooth rows, but also for the protection of the health of the body in general, and a sales analysis was given. According to the World Health

Organization, among the causes of human diseases, 20% are hereditary factors, 25% are environmental conditions, and 55% are lifestyle-related. An analysis of the sale of toothpaste in the Azerbaijani market was carried out, the results of which show that the sales leaders in the local market are Lacalut, Colgate, Paradontax, Blend-a-med, Sensodyne, Aquafresh. The population survey revealed both opportunities and barriers to the growth of the hygiene products market at the level of the toothpaste segment. The research was conducted in two stages. At the first stage, toothpastes were evaluated according to their composition, abrasive type and pH indicator. In the second stage, a set of international questionnaires was used, 500 questionnaires were distributed in 8 markets, including 4 supermarkets.

Keywords: *hygiene, risk factor, oral cavity, dental health, toothpaste, marketing analysis, consumer preferences*

Redaksiyaya daxilolma: 29.11.2024

Çapa qəbul olunma: 15.04.2025



UOT 330.13

DOI 10.30546/JIECM.2025.1.0112

ƏRZAQ TƏMİNATI VƏ ƏRZAQ TƏHLÜKƏSİZLİYİNİN TƏMİNİNDƏ AQRAR SAHƏNİN İNNOVASIYALI İNKİŞAFININ ROLU

Elşad Abdulla oğlu Fərzaliyev

Gəncə Dövlət Universiteti
mr.elshad.farzaliyev@gmail.com

***Xülasə.** Tədqiqatda ərzaq təminatı və ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsində aqrar sahənin inkişaf səviyyəsinin rolu əsaslandırılır. Ərzaq təminatı və ərzaq təhlükəsizliyinin mahiyyəti açıqlanır və qeyd edilir ki, bu təminatın yaradılmasında aqrar sahənin innovasiyalı inkişafı mühüm şərtlərdən biridir. Aqrar sahənin innovasiyalı inkişafına nail olmaq üçün innovativ düşüncəli kadr hazırlığı, bioloji və texnoloji innovasiyaların yaradılmasının və tətbiqinin əhəmiyyəti əsaslandırılır. Ölkəmizdə aqrar sahədə innovasiyalı inkişaf səviyyəsinin aşağı olması qeyd edilir və bu istiqamətdə fəaliyyətin təşviqi ilə yanaşı, texnologiyaların alınması və xarici təcrübənin tətbiqinin məqsəduyğunluğu diqqətə çatdırılır. Aqrar-ərzaq məhsullarının istehsalının artırılması məqsədilə kiber-fiziki istehsal sistemlərinin, tullantısız texnologiyalarının tətbiqinin vacibliyi əsaslandırılır. Eyni zamanda bildirilir ki, aqrar sahənin innovasiyalı inkişafının təmini üçün dövlət dəstəyi tədbirləri gücləndirilməlidir.*

***Açar sözlər.** ərzaq təminatı, ərzaq təhlükəsizliyi, aqrar sahə*

Giriş. Ərzaq təminatı maddi təminat növlərindən biri olub, ərazi icra orqanlarının əhalinin və müxtəlif sosial qrupların ərzaq məhsulları, ərzaq istehsalı texnikası və texnologiyası, ərzaq xidməti əmlakı və digər lazımi elementlərlə təmini məqsədilə həyata keçirdikləri tədbirlər kompleksidir. Bu məsələ istənilən ölkənin əsas vəzifələrindən biridir. Ərzaq təminatı sahəsində uğurlu siyasətin həyata keçirilməsi bir çox aspektlərdən, o cümlədən sosial, iqtisadi, ictimai, milli sabitlik, təhlükəsizlik, əhalinin rifah halının yaxşılaşdırılması və tələbatlarının daha üstün səviyyədə ödənilməsi baxımından mühüm əhəmiyyətə malikdir. İnsanların fundamental tələbatı hesab edilən fizioloji tələbatın ödənilməsi də bilavasitə ərzaq təminatından asılıdır.

Ərzaq təhlükəsizliyi məsələsi dolayısı ilə ərzaq təminatı ilə bağlıdır və ölkənin milli təhlükəsizliyi elementi hesab edilir. Ümumiyyətlə, ərzaq təhlükəsizliyi dedikdə hər bir fərdin sağlam və fəal həyat fəaliyyətini davam etdirməyə imkan yaradan lazımi miqdarda və çeşiddə təhlükəsiz qida məhsullarına istənilən vaxt fiziki və iqtisadi əlçatanlığı nəzərdə tutulur. Ona görə ərzaq təhlükəsizliyi məsələsi dövlətin aqrar və iqtisadi siyasətinin prioritet istiqamətlərindən biri hesab edilir. Bu sahədə həyata keçirilən siyasətin əsas məqsədi ərzaq istehsalı, emalı və əhaliyə çatdırılması sahəsində təkmil mexanizmlərin yaradılmasına nail olmaq, aqrar sahədə inkişafın təmini üçün sistemli tədbirlər həyata keçirməkdən ibarətdir. Eyni zamanda ərzaq təhlükəsizliyinin təmini siyasəti davamlı xarakterli olmalı, yeni yanaşmaların və texnologiyaların tətbiqini əsas məqsəd kimi ön plana çəkməlidir.

Mövzunun aktuallığı. Hal hazırda əhalinin təhlükəsiz ərzaq məhsulları ilə təmini ən aktual məsələlərdən biri hesab olunur. Ərzaq xammalının aqrar sahədə istehsal olunması, bu sahənin ərzaq təhlükəsizliyinin təminində rolunun əhəmiyyətinin göstəricisidir. Deməli, aqrar sahənin inkişafına nail olunması, ərzaq təminatı və təhlükəsizliyi probleminin həllində əsas amil hesab edilir. Sahənin inkişafının innovasiya texnologiyalarının geniş tətbiqi yolu ilə təmini, müasir çağırışlar baxımından vacib hesab edilir. Ona görə aqrar sahədə innovasiya fəaliyyətinin genişləndirilməsi və nəticələrinin fəaliyyət prosesinə tətbiqinin inkişafın, ərzaq təminatı və təhlükəsizliyi səviyyəsinə təsirinin tədqiqi aktuallığı ilə seçilir.

Tədqiqat metodları və müzakirəsi. Tədqiqat prosesində təhlil, müşahidə, müqayisə, sintez və ümumiləşdirmə metodlarından istifadə edilmişdir.

Məlumdur ki, hər bir ölkənin ümumi inkişafında və milli təhlükəsizliyinin təmin edilməsində mühüm element olan ərzaq təhlükəsizliyi və ərzaq təminatı məsələləri, bilavasitə aqrar sahənin inkişafından asılı olur [2, s.23]. Aqrar sahədə inkişafın davamlılığının təmin edilməsi, ərzaq təhlükəsizliyinin təmini ilə yanaşı, ölkədə ictimai-siyasi, iqtisadi, sosial sabitlik baxımından da mühüm əhəmiyyətli məsələ hesab edilir. Bu məsələlərdə problemlərin aradan qaldırılması həm də milli təhlükəsizlik baxımından vacib hesab edilir.

Araşdırmalar göstərir ki, aqrar sahədə inkişafa, istehsal edilən aqrar-ərzaq məhsullarının keyfiyyətinin yüksəldilməsinə, çeşidinin artırılmasına, təsərrüfat subyektlərində istehsalın, yəni məhsuldarlıq səviyyəsinin yüksəldilməsinə nail olmaq, bu sahədə texniki-texnoloji təminatın yenilikçi xarakterinin təmin edilməsi, ön plana çəkilməsi, innovasiyalı inkişaf meyilinin gücləndirilməsi, yenilikçi təşəbbüslərin dəstəklənməsinin prioritetləşdirilməsi və s. amillərlə sıx bağlıdır. Ona görə, sadalanan və bir çox digər amillər aqrar sahənin inkişafının əsas hərəkətverici komponentləri kimi nəzərdən keçirilməli və onların xüsusi diqqət mərkəzində saxlanması, əsas hədəflərdən biri olmalıdır. İnkişaf etmiş aqrar ölkələrdə aqrar-ərzaq məhsullarının istehsalında yüksək məhsuldarlığa nail olunması, bilavasitə inkişafın innovasiyalı istiqamətinin

prioritetləşdirilməsinin nəticəsi kimi qəbul edilir.

Son illər bütün sahə bazarlarında olduğu kimi, aqrar sahə məhsulları bazarında da rəqabətin artması, bu sahə məhsullarının istehsalı, emalı, qablaşdırılması, bazara təklif edilməsi və satışı proseslərinə yenilikçi yanaşmaların tətbiqini zəruriləşdirmişdir [1, s. 14-21].

Xüsusilə, aqrar-ərzaq məhsullarının keyfiyyətinə, istehsal, emal, çeşidləmə, saxlanma, nəqləmə və digər proseslərin səmərəli, texniki-texnoloji baxımdan keyfiyyətlə icra edilməsinə tələbatın artması, yenilikçi texnologiyaların tətbiqinin nə qədər aktual olmasını göstərir.

Çünki, qeyd edilən amillər və aqrar-ərzaq məhsullarının istehsalı və istehlakı ilə bağlı digər proseslər, müasir innovasiya texnologiyaları geniş tətbiq edilmədən, fərdi psixoloji, estetik, fizioloji və digər tələbatlar nəzərə alınmadan, istehlak modellərinə uyğun, dolğun, tam və səmərəli formada təşkil edilə bilmir.

Nəticədə müasir iqtisadi münasibətlər sistemində mühüm amillərdən və meyarlardan biri olan müştəri məmnunluğu lazımı səviyyədə təmin oluna bilmir. Müştəri məmnunluğunun təmin olunmasında yaranan problemlər isə istehsal və istehlak prosesində zəncirvari problemlərin meydana çıxmasına səbəb yaradır.

Aqrar sahədə innovasiya texnologiyalarının tətbiqinə və innovasiyalı infrastrukturun formalaşdırılmasına zərurət yaranan amillərdən biri də yer kürəsində əhalinin artması ilə ərzaq məhsullarına tələbin davamlı artmasıdır. Qeyd edək ki, 1999-cu ildə 6 milyard, 2011-ci ildə 7 milyard olan əhali sayı, 2024-cü ilin indiki dövründə 8,23 milyard nəfərdən çoxdur [7]. Proqnozlara görə dünya əhalisinin sayı 2030-cu ildə 8,55, 2040-cı ildə 9,2, 2050-ci ildə 9,8 milyard nəfərə çatacaq ki, bu da qida məhsullarına tələbin kəskin artacağını deməyə əsas verir və əlavə ərzaq təminatı mənbələrinin yaradılmasını zəruriləşdirir. Deməli, yaxın gələcəkdə dünya ölkələrində əsas vəzifələrdən biri, əhalinin ərzaq məhsullarına tələbinin ödənməsi olacaq. Əhalinin ərzaq məhsulları ilə təmin edilməsi dünya ölkələrin qarşısında əlavə məsuliyyət yaradır, məsələyə ciddi münasibət tələb edir və aqrar sahədə təsərrüfat fəaliyyətinin və aqrar-ərzaq istehsalı və emalı prosesinin yeni yanaşmalar əsasında təşkilini tələb edir. Bu tələbin təmini, hər bir ölkədə aqrar istehsal sahəsində yenilikçi texnologiyaların tətbiqi ilə yanaşı, innovasiya texnologiyalarının tətbiqi sayəsində yüksək məhsuldarlığa nail olmuş digər ölkələrin təcrübəsindən istifadəni də aktuallaşdırır.

İnnovasiya prosesində elmi biliklər innovasiyaların yaranmasına əsas yaradır və onun nəticələrinin aqrar sahədə tətbiqi yeni, fərqli və səmərəli texniki vasitə və alətlərin, texnoloji, təşkilati, idarəetmə proseslərinin, məhsul nümunələrinin yaradılmasını mümkünləşdirir [5, s. 51–54]. Aqrar sahədə innovasiya texnologiyalarının tətbiqi istehsal prosesinin davamlı yenilənməsini təmin etməklə, istehsalın səviyyəsində artımı, inkişafda davamlılığı və sistemliliyi təmin edir [4].

Həm dünya əhalisinin artması, həm də şəhərləşmənin sürətlənməsi, regional və qlobal səviyyədə miqrasiya prosesinin intensivləşməsi, qida məhsullarına tələbatı sürətlə artırır. Şəhərlərə miqrasiyanın

sürətlənməsi nəticəsində kənd əhalisinin azalması, aqrar sahədə çalışanların sayında da müəyyən çatışmazlıq vardır. Eyni zamanda, texnoloji inkişafı ilə bağlı gənclərdə texniki elmlərə meyilin artması, aqrar sahədə ixtisaslı kadr potensialının səviyyəsinə müəyyən mənfi təsirini biruzə verir. İxtisaslı aqrar sahə kadrlarının çatışmazlığı da ciddi problem kimi qarşıda durur və bu problemin həlli də innovasiyalı texnologiyaların, süni zəkanın, məsafədən idarəetmə sistemlərinin tətbiqi yolu ilə mümkün görünür.

Bundan başqa, əksər ölkələrdə səhrələşmənin sürətlənməsi, aqrar-ərzaq məhsulları istehsalı üçün yararlı torpaq sahələrinin eroziyası səbəbindən ilbəil azalması, meşələrin qırılması, təbii ehtiyatların izafi istisamarı və sui-istifadəsi, otlaqların həddən artıq yüklənmə nəticəsində sıradan çıxması, yararlı torpaqların əkin dövriyyəsinə cəlb edilməsi qaydalarına əməl edilməməsi və aqrar texniki normalara düzgün riayət edilməməsi, kimyəvi maddələrin və gübrələrin qeyri-rasional və balanslaşdırılmamış qaydada istifadəsi və digər səbəblərdən aqrar sahədə təsərrüfatçılıq subyektlərinin fəaliyyətlərinin səmərəlilik səviyyəsi tədricən azalmaqdadır.

Qeyd etmək lazımdır ki, global problemlərdən biri olan iqlim dəyişiklikləri, su ehtiyatlarının irrasional istifadəsi də aqrar-ərzaq istehsalında məhsuldarlığın azalmasına səbəb olur. Dünyada əkin sahələrinin zaman keçdikcə keyfiyyətə pisləşməsi və istifadəyə yararlı su ehtiyatlarının azalması, iqlim dəyişiklikləri ilə yanaşı, diqqətin aqrar sahənin istehsal problemlərinin həllinə, heyvandarlıq və əkinçilik sahəsində innovasiyalı fəaliyyətin gücləndirilməsinə yönəldilməsinə də əsas yaradır.

Bildiyimiz kimi, bəşəriyyətin mövcudluğunun əsas amillərindən biri olan insanların qida məhsullarına istehlak tələbatlarının ödənilməsi, bir çox fəaliyyət sahələrində, xüsusilə aqrar sahədə müəyyən tədbirlərin həyata keçirilməsini şərtləndirir. Bu zaman, ən vacib və fundamental tələbat olan fizioloji tələbatların ödənilməsinə xidmət edən tədbirlər ön planda durmalıdır. Bu baxımdan fizioloji tələbatların təminində müstəsna əhəmiyyət kəsb edən ərzaq məhsullarının istehsalı və emalı reallaşdırılan tədbirlərin əsas həlqələrindən biri kimi qəbul edilir. Aqrar-ərzaq məhsullarının istehsalının artırılması, fizioloji tələbatların ödənməsinə və bu sahədə problemlərin həllinə imkan yaradan əsas amil hesab edilir.

Bildiyimiz kimi, bütövlükdə solumun və onun hər bir fərdinin fiziki mövcudluğu və normal fəaliyyəti, həmçinin, digər tələbatlarının ödənilməsi, həm də istehlak dəyərində malik olan müxtəlif məhsullara, xüsusilə ərzaq məhsullarına fiziki və iqtisadi əlçatanlığın təmin edilməsindən asılıdır ki, bu da bilavasitə ərzaq təminatı tədbirlərinin reallaşdırılması ilə bağlıdır. Bu məhsullara fiziki və iqtisadi əlçatanlığın təmin edilməsində elmi-texniki və texnoloji inkişafın nailiyyətlərinin səmərəli istifadəsi mühüm rol oynayır. Ən son elmi nailiyyətlərin istehlak dəyərində malik məhsulların istehsalı, emalı, saxlanması, bölüşdürülməsi, çatdırılması və istehlakı proseslərində tətbiqi mühüm amillərdən biri kimi dəyərləndirilir. Məhz bu amil cəmiyyətin ümumi təkamülü mərhələlərində elmi nailiyyətlərin və innovasiyalı yanaşmaların istehsal-istehlak prosesində səmərəli tətbiqi, cəmiyyətin inkişafının əsas hərəkətverici qüvvələrindən biri kimi qəbul edilir.

Araşdırmalar göstərir ki, aqrar sahədə inkişafın innovasiyalı istiqamətinin gücləndirilməsi istehsal, emal, qablaşdırma, daşınma, bölüşdürülmə və çatdırılma proseslərinə yeni yanaşmalarla məhdudlaşmamalıdır. Sahənin inkişafında innovasiya texnologiyalarının işlənməsi və tətbiqində əsas istiqamətlərdən biri də tullantısız texnologiyaların yaradılması və geniş tətbiqi olmalıdır. Bu məsələnin vacibliyi həm də onunla əsaslanır ki, dünyada 15 milyard əhalinin təmin edilməsi üçün ərzaq məhsulları istehsal edilməsinə baxmayaraq, həmin məhsulların istehsalı, emalı və saxlanması səmərəli və innovativ texnologiyaların aktiv tətbiq edilməməsi ucbatından böyük hissəsi sıradan çıxır və tullanır [6]. Bu problemin həllinin vacibliyi nəzərə alınmalı, ərzaq təminatı və təhlükəsizliyi sahəsində reallaşdırılan siyasətin vacib istiqamətlərindən biri də bu problemin həllinə yönəldilməli, tədarük, istehsal-emal, saxlama, nəql etmə proseslərində tullantıların minimallaşdırılmasına imkan verən innovasiya texnologiyaların tətbiqinə xüsusi diqqət verilməlidir.

Aqrar sahənin innovasiyalı inkişafı bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqəli və qarşılıqlı asılı olan üç istiqamətə sistemli yanaşma yolu ilə nail olmaq daha məqsədəuyğun hesab edilir [3]. Bu istiqamətlərdən birincisi və ən əhəmiyyətlisi innovasiyaya meyilli insan kapitalının yetişdirilməsidir ki, bu da təhsil sistemi ilə bağlıdır. İkinci istiqamət bioloji xarakterli innovasiyalar olub, topağın, bitki və

heyvan növ və sortlarının məhsuldarlığının artırılmasını əhatə edir. Üçüncü istiqamət isə istehsalın, idarəetmənin, əmək məhsuldarlığının keyfiyyət və kəmiyyətə yaxşılaşdırılmasına imkan verən texnoloji məzmunlu innovasiyaların yaradılmasını əsas məqsəd hesab edir.

Yeni təfəkkür tərzinə malik, yenilikçi işçi potensialının yetişdirilməsi sahəsində aqrar sahə müəssisələri maraqlı olmalı, işçilərinin innovasiyalı fəaliyyətin mahiyyəti və üsullarını mənimsəmək sahəsində təhsil proqramlarını həyata keçirən müəssisələrlə əməkdaşlığı genişləndirməlidirlər. İşçilərin yenidən hazırlanması, ixtisaslarının artırılması, innovasiya imkan və potensialının reallaşdırılması, innovasiya komandalарının təşkili və fəaliyyətlərinin təşviqi sahəsində sistemli və davamlı tədbirlər reallaşdırmalıdırlar.

İnnovasiya potensialı olan əməkdaşların fəaliyyətlərinin daha məhsuldar aqrar sahədə məhsullarının növ və cinslərinin yetişdirilməsinə istiqamətləndirilməsi yolu ilə ikinci istiqamətdə əlverişli nəticələrə nail olmaq mümkündür.

Aqrar sahə məhsullarının məhsuldarlığının artırılmasını nəzərdə tutan texnoloji inkişaf istiqaməti ən müasir istehsal texnologiyalarının işlənməsini və tətbiqini nəzərdə tutur. Bu tip texnologiyalar istehsalın artırılması ilə yanaşı, tullantıların azaldırılmasını, xərclərin minimuma çatdırılmasını da məqsəd hesab edirlər.

Hesab edirik ki, tullantısız, yaxud az tullantılı ərzaq məhsulları istehsalına nail olmaq üçün ən son innovasiya texnologiyaları hesab edilən kiber-fiziki istehsal sistemlərinin tətbiqi bu istiqamətdə ən əhəmiyyətli addımlardan biri ola bilər. Mahiyyətə maddi və qeyri-maddi məhsulların vəhdətinin yaradılmasını nəzərdə tutan kiber-fiziki sistemlərin aqrar sahədə tətbiqi, istehsalın səviyyəsinin artırılmasına və davamlı inkişafa, tullantısız istehsal sahələrinin yaradılmasına imkan verir. Kiber-fiziki istehsal sistemlərinə (CPPS) əsasən istehsal edilmiş aqrar sahə məhsul və xidmətlərinin istehsalı və istehlakçı tələbatlarının ödənilməsinə yönəldilməsi, aqrar-ərzaq məhsullarının kifayət qədər səmərəli istehsalı-istehlakı prosesinin reallaşdırılmasında əhəmiyyətli həlqə hesab edilir. Bu həlqə həm də qlobal ərzaq təchizatı, ərzaq təhlükəsizliyinin təmin edilməsi problemlərinin həllində də əhəmiyyətli rol oynayır və təchizat zəncirinin səmərəli təşkilinin təminatçılarından biri kimi çıxış edir.

Müasir qlobal aqro-ərzaq təminat və təhlükəsizliyi zəncirinin səmərəli təşkili məqsədilə innovasiya texnologiyalarının işlənməsi və tətbiqdə müəyyən problemlərin olması məlumdur və onun səmərəliliyinə müxtəlif sosial, siyasi, iqtisadi, ekoloji, mədəni amillər ciddi mənfi təsir edir. Eyni zamanda qlobal səviyyədə aqro-ərzaq təchizatı və təhlükəsizliyi zəncirinin lazımi səviyyədə təşkilinə mənfi təsir edən amillərin yaratdığı problemlər kifayət qədər böyük olsa da, istehsal-əmal müəssisələrində mövcud problemlərin qeyd edilməsi də lazımdır. Bu sahədə həm qlobal həm də sahə xarakterli problemlər, fikrimizcə kiber fiziki sistemlərin və kiber fiziki məhsullar istehsalı sisteminin birləşməsi və ya sıx əlaqələndirilməsi yolu ilə daha optimal formada həll edilə bilər. Hesab edirik ki, bu sistemlərin birləşdirilmiş və ya ciddi əlaqələndirilmiş formada fəaliyyətinin təmin edilməsi, aqro-ərzaq məhsulları istehsalı sahəsində daha mükəmməl texnoloji sistemlərin yaradılmasına imkan verməklə yanaşı, daha mütərəqqi istehsal üsullarının yaradılması və aqrar sahədə səmərəli istehsal və əmal infrastrukturunun formalaşdırılması prosesində əhəmiyyətli dəyişikliklərə zəmin yaradacaq.

Bu məqsədlə, aqrar sahədə sistemli və davamlı əlaqələrə malik olan, stimullaşdırıcı və təminədiçi funksiyaları yerinə yetirən innovativ fəaliyyəti və onun nəticələrinin tətbiqini dəstəkləmək üçün lazımi infrastrukturun modernləşdirilməsi və əlavə olaraq yeni infrastruktur institutlarının yaradılması zəruriləşir. Aqrar sektorda inkişafa zəmin yaradan müasir innovasiyaların işlənməsi və tətbiqinə infrastruktur dəstəyini təmin edəcək innovativ strukturlar şəbəkəsi kənd təsərrüfatı innovasiya klasterləri, elmi parklar, biznes inkubatorlar, vençur fondları, məsləhət xidmətləri kimi qurumlarla təmsil oluna bilər. Bu strukturların hər biri ayrılıqda və əlaqələndirilmiş, inteqrasiya xarakterli fəaliyyətləri ilə aqrar sahənin innovasiyalı inkişafına əsaslı təkan verə bilərlər.

Azərbaycanda təbii potensialın və əlverişlili təbii-iqlim şəraitinin, kifayət qədər geniş maliyyə imkanlarının olmasına baxmayaraq, araşdırmalara və statistik göstəricilərə əsasən deyə bilərik ki, bir çox aqrar sahə məhsullarının istehsalı səviyyəsi potensiallarla müqayisədə aşağıdır. Bir çox zəruri aqrar məhsullara tələbat əsasən idxal hesabına ödənilir ki, bu da ərzaq təhlükəsizliyi problemini

gündəmə gətirir. Eyni zamanda mühüm strateji aqrar-ərzaq məhsullarının istehsal səviyyəsi anoloji təbii-iqlim şərtlərinə və təbii potensiala malik olan ölkələrlə, həmçinin inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisədə xeyli aşağıdır. Qeyd olunan göstəricilər üzrə arzuolunmaz vəziyyətin yaranmasının əsas səbəblərindən biri, aqrar sahədə innovativ texnologiyaların yaradılması sahəsində fəaliyyətin qənaətbəxş olmaması və innovasiya texnologiyalarının məhdud transferi və tətbiqidir.

Müasir istehsal sistemlərinin, innovasiya texnologiyalarının ölkəmizin aqrar sahəsində istifadə edilməsi, bu sahədə fəaliyyətin səmərəliliyinin artırılmasına, məhsulların keyfiyyətinin və rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsinə, müəssisələrin davamlı inkişafının təmin edilməsinə, innovasiyalı istehsal-emal, saxlama, nəql, çatdırma və digər infrastrukturlarının təkmilləşdirilməsinə, yenilənməsinə və inkişafına əsaslı təkan verir.

Azərbaycanda aqrar sahənin inkişafı milli iqtisadi siyasətin əsas prioritetlərindən biri hesab edilir. Ölkənin aqrar istehsal potensialı kifayət qədər yüksək qiymətləndirilir və bu potensialın reallaşdırılması üçün səmərəli yanaşmaların tətbiqi mühüm şərtlərdən biridir. Müasir dövrdə aqrar sahədə inkişafın təməl şərtlərindən biri, innovasiya texnologiyalarının, son sənaye inqilabı nailiyyətlərinin geniş tətbiqi yolu ilə mümkündür. Nəzərə almaq lazımdır ki, bu texnologiyaların və nailiyyətlərin uğurlu tətbiqi müəyyən infrastrukturun yaradılmasını şərtləndirir. Müasir bazar münasibətləri şəraitində aqrar sahənin innovasiya infrastrukturunun yaradılması aqrar-ərzaq məhsullarının müasir texnologiyalar əsasında istehsalına nail olmaqla yanaşı, məhsulların rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsinə, istehsal xərclərinin minimallaşdırılmasına, aqrar sahəyə investisiya axınının təşviqinə, aqrar-ərzaq məhsulları üçün mühüm amil olan keyfiyyətin yüksəldilməsinə və digər faydalı hesab edilən nailiyyətlərin əldə edilməsinə də təminat yaradır. Belə xüsusiyyətlərə malik aqrar-ərzaq məhsulları istehsal edən aqrar sahə müəssisələri üçün rəqabət mühitində uğur qazanmaq, yeni bazarçala çıxış imkanlarını genişləndirmək, regional və qlobal bazarlarda segmentləşmədə daha çox paya sahib olmaq, daha çox gəlir əldə etmək və digər üstünlüklər də yaranır.

Hesab edirik ki, aqrar sahənin innovasiyalı inkişafına imkan verən tədbirlərin görülməsi sayəsində qlobal problemlərdən olan ərzaq təminatı və ərzar təhlükəsizliyinin təmini problemlərinin həlli asanlaşacaq, yerli aqrar-ərzaq bazarına daha çox, geniş çeşidli və keyfiyyətli məhsullar təklif etmək mümkün olacaq. Belə vəziyyətdə istehlakçılar fizioloji normalara uyğun, lazımi miqdarda və daha az xərclə daha təhlükəsiz və daha sağlam aqrar-ərzaq məhsullarını əldə edə biləcəklər.

Nəticə. Nəticə olaraq belə fikir formalaşdırıla bilər ki, mühüm dövləti vəzifələrdən olan ərzaq təminatı və təhlükəsizliyinin təminatında milli aqrar sahənin inkişafı mühüm rola sahibdir. Aqrar sahənin innovasiyalı inkişafı bu mühüm rolun səmərəliliyində mühüm amil hesab edilir. Araşdırmalarımız göstərir ki, ölkəmizdə aqrar sahə müəssisələrində innovasiya fəaliyyəti ilə bağlı fəaliyyət hələ ki, lazımi səviyyədə deyil. Bu baxımdan müxtəlif texnologiyaların transferi, innovasiya texnologiyalarının işlənməsi və tətbiqi infrastrukturunun formalaşdırılması sahəsində müxtəlif ölkələrin təcrübələrindən yararlanmaq məqsədəuyğundur. Qeyd edilənlərlə paralel, aqrar sahədə geniş maliyyə imkanları olan müəssisələrdə innovasiya fəaliyyətinin təşviqi və bu sahəyə dövlət dəstəyinin təmin edilməsi məqsədilə xüsusi proqramların işlənməsi və reallaşdırılması da vəzifələrdən biri olmalıdır.

Eyni zamanda, mövcud təbii potensialdan səmərəli istifadəni təmin etmək üçün innovasiya texnologiyaları ilə təmin edilmiş aqrar istehsal infrastrukturunun imkanlarının vəhdətinin yaradılması, yüksək keyfiyyətli, rəqabət qabiliyyətli aqrar-ərzaq məhsullarının istehsalına nail olmağa, ölkəmizdə ərzaq təminatı və təhlükəsizliyi məsələlərində əsaslı nailiyyətlər qazanmaq mümkün olacaq.

ƏDƏBİYYAT

1. Ataşov B.X. Ərzaq altkomplekslərinin inkişafının proqnozlaşdırılması. Kooperasiya sisteminin regionların inkişafına təsiri problemləri (məqalələr və tezislər toplusu). Bakı, 2007. s. 14-21.

2. Quliyev E. A. Qida təhlükəsizliyinin gücləndirilməsi problemləri və strateji istiqamətləri. Monoqrafiya. Kooperasiya nəşriyyatı. Bakı, 2020, 464 s. s.23.

3.Голубев А. В. 2015. Основы инновационного развития российского АПК: монография. М., РГАУ-МСХА, 188. с. 45-46.

4.Тарик Вафик М.Ф. Возможности инновационных технологий в агропромышленном комплексе. Научные Ведомости. Серия Экономика. Информатика. 2018. Том 45, № 3 с. 457-464.

5.Шевченко А.В., Бабанов А.Б. 2017. Повышение инновационной активности в агропромышленном комплексе как фактор устойчивого развития внешнеэкономической деятельности России. В кн.: Проблемы и перспективы экономики и управления. Материалы VI Междунар. науч. конф. Санкт-Петербург, декабрь 2017 г. СПб., Свое издательство: с. 51–54.

6.Food Research and Innovation Strategy for Fin land 2021-2035 / Sözer N., Nordlund E., Poutanen K., Åkerman M., et al. // VTT Technical Research Centre of Finland. 2023. URL: https://www.vttresearch.com/sites/default/files/2023_03/Food-research-and-in-novation-strategy-for-Finland-2021-2035.pdf

7.<https://countrymeters.info/ru/World> (müraciət tarixi: 20.10.2024.).

УДК 330.13

РОЛЬ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ АГРАРНОГО СЕКТОРА В ОБЕСПЕЧЕНИИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Эльшад Абдулла оглы Фарзалиев
Гянджинский государственный университет
mr.elshad.farzaliev@gmail.com

Резюме. В исследовании обоснована роль уровня развития аграрного сектора в обеспечении продовольственного снабжения и продовольственной безопасности. Изложена сущность продовольственного обеспечения и продовольственной безопасности и отмечено, что инновационное развитие аграрного сектора является одним из важных условий создания этого обеспечения. Для достижения инновационного развития аграрной отрасли обоснована важность подготовки инновационно мыслящих кадров, создания и применения биологических и технологических инноваций. Отмечается низкий уровень инновационного развития аграрного сектора нашей страны и наряду с продвижением деятельности в этом направлении обращается внимание на целесообразность приобретения технологий и применения зарубежного опыта. Для увеличения производства сельскохозяйственной продукции обоснована важность применения киберфизических систем производства и безотходных технологий. При этом констатируется, что меры государственной поддержки должны быть усилены для обеспечения инновационного развития аграрного сектора.

Ключевые слова: продовольственное обеспечение, продовольственная безопасность, аграрный сектор

UDC 330.13

THE ROLE OF INNOVATIVE DEVELOPMENT IN THE AGRICULTURAL SECTOR IN ENSURING FOOD SUPPLY AND FOOD SECURITY

Elshad Abdulla oglu Farzaliev
Ganja State University
mr.elshad.farzaliev@gmail.com

Summary. The role of the level of development of the agricultural sector in ensuring food supply and food security is substantiated in the study. The essence of food supply and food security is explained and it is noted that the innovative development of the agricultural sector is one of the

important conditions for the creation of this supply. In order to achieve the innovative development of the agricultural sector, the importance of the training of innovative thinking personnel, the creation and application of biological and technological innovations is justified. The low level of innovative development in the agricultural sector in our country is noted, and along with the promotion of activities in this direction, the appropriateness of the purchase of technologies and the application of foreign experience is brought to attention. In order to increase the production of agricultural and food products, the importance of applying cyber-physical production systems and zero-waste technologies is justified. At the same time, it is stated that state support measures should be strengthened to ensure the innovative development of the agricultural sector.

Keywords: food supply, food security, agricultural sector

Redaksiyaya daxilolma: 20.11.2024

Çapa qəbul olunma: 15.04.2025



UOT 336.77.01

DOI 10.30546/JIECM.2025.1.1309

AKTİV ƏMƏLİYYAT ANLAYIŞININ MAHİYYƏTİ VƏ HESABATLARDA TANINMASI

Rövşən Kamil oğlu Məmmədov , Cavadxan Elsevər oğlu Cəfərli

Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti

Gəncə şəh., Atatürk prospekti, 450

cavadxanc@gmail.com

Xülasə: Aktiv əməliyyatları iqtisadi fəaliyyətin bir hissəsi olaraq müəssisənin fəaliyyətindəki hər hansı bir dəyər yaradan prosesləri əhatə edir. Aktivlər, müəssisənin gələcəkdə iqtisadi fayda əldə etməsi gözlənilən resurslardır. Bu, daşınmaz əmlak, avadanlıq, əmtəə və ya maliyyə alətləri ola bilər. Aktiv əməliyyatlardan məqsəd, müəssisənin fəaliyyətinin effektivliyini artırmaq, gəlir əldə etmək və sərmayə dəyərlərini qorumaqdır. Aktiv əməliyyatların tanınması prosesi, xüsusilə maliyyə hesabatlarında müvafiq qaydalara və standartlara uyğun olaraq, həmin əməliyyatların nə zaman və hansı şərtlərlə tanınmalı olduğunu müəyyən edir. Bu sahədə, İdarəetmə və Maliyyə Hesabatları üzrə Beynəlxalq Standartlar (IFRS) və yerli mühasibat qaydaları nəzərə alınaraq, aktiv əməliyyatların vaxtında və düzgün şəkildə qeydiyyatata alınması təmin edilir. Hesablarda aktivlərin tanınması, mühasibatlıq anlayışına uyğun olaraq, resursların əldə olunması, istifadəsi və gələcəkdəki gəlir potensialının nəzərə alınması prinsipinə əsaslanır. Məqalə həmçinin, aktiv əməliyyatların təsnifatı, bunların mühasibatda necə qeydiyyatata alındığı, aktivlərin qiymətləndirilməsi, amortizasiyası və digər əlaqəli məsələləri əhatə edir. Aktiv əməliyyatların düzgün tanınması, şirkətlərin maliyyə hesabatlarının etibarlılığını artırır, həmçinin investisiya qərarlarının verilməsi və fəaliyyətin planlaşdırılmasında mühüm rol oynayır.

Açar sözlər: aktivlər, kreditor, kreditləşdirmə, kommertiya bankı, pul vəsaiti

Giriş: Aktiv əməliyyatların köməyi ilə banklar onların sərəncamında olan ehtiyatları gəlir əldə etmək məqsədi üçün yerləşdirir. Bankın aktiv əməliyyatları müəssisələrin və təşkilatların istehsal, sosial, investisiya və elmi fəaliyyətlərinin qısamüddətli və uzunmüddətli kreditləşdirilməsindən ibarətdir. Eyni zamanda əhəliyə istehlak ssudalarının verilməsi, qiymətli kağızların əldə edilməsi, lizinq, faktoring, innovasiya maliyyələşdirilməsi və kreditləşdirilməsindən, müəssisələrin təsərrüfat fəaliyyətində bank vəsaitləri ilə birgə işgüzar iştirakından ibarətdir.

Mövzunun aktuallığı, müasir maliyyə hesabatlarının şəffaflığı, düzgünlüyü və etibarlılığı baxımından böyük əhəmiyyət kəsb edir.. Bu mövzu, xüsusən maliyyə hesabatlarının hazırlanmasında və iqtisadi qərarların qəbul edilməsində müsbət təsirə malikdir. Aktiv əməliyyatların düzgün tanınması və mühasibat qaydalarına uyğun olaraq təsnif edilməsi, şirkətlərin maliyyə vəziyyətini doğru və şəffaf şəkildə əks etdirir.

Tədqiqatın məqsədi aktiv anlayışını, onun maliyyə hesabatlarında tanınma prinsiplərini və mühasibat standartları çərçivəsindəki əhəmiyyətini öyrənməkdir. Bu tədqiqat, aktivlərin tanınması ilə bağlı mübahisələri araşdıraraq müəssisələrin maliyyə vəziyyətinin düzgün qiymətləndirilməsinə dəstək verməyi hədəfləyir.

Tədqiqat obyektı mühasibatlıq, maliyyə hesabatları və onların təqdim edilməsidir. Bu obyektı daha ətraflı şəkildə bu formada təqdim etmək olar: tədqiqat metodları - tədqiqat, keyfiyyət və kəmiyyət metodlarının birləşdirilməsi ilə həyata keçiriləcək: keyfiyyət metodları - müsahibələr və ekspert rəyləri vasitəsilə aktivlərin tanınması ilə bağlı fikirlərin toplanması: kəmiyyət metodları - statistiki analizlər və məlumatların toplanması üçün anketlərin tətbiqi: mühasibat hesabatlarından əldə olunan məlumatların analizi.

MATERİALLAR VƏ MÜZAKİRƏLƏR

Bankın aktiv əməliyyatları iqtisadi məzmunu: ssuda əməliyyatları; hesablaşma əməliyyatları; kassa əməliyyatları; fond və investisiya əməliyyatları; zəmanət əməliyyatlarıdır.

Ssuda əməliyyatları vəsaitlərin müddətli, qaytarılma və öhdəlik şərtlərinə uyğun olaraq borcalana göstərilən əməliyyatlardır. Veksellərin alınması və ya veksellərin zəmanət kimi qəbulu ilə bağlı olan ssuda əməliyyatları hesablaşma (ssuda-hesabat) əməliyyatlarından ibarətdir.

Ssuda əməliyyatlarının kifayət qədər müxtəlif növləri vardır ki, onlar aşağıdakı əlamətlərinə görə qruplara bölünür:

- ◆ Borcalanın növü;
- ◆ Təminat növü;
- ◆ Kreditləşdirmə müddəti;
- ◆ Açılan hesabın növü;
- ◆ Təyinat (kreditləşdirmə obyektləri);
- ◆ Vəsaitlərin verilməsi qaydası;
- ◆ Faizlərin hesablanması və bağlanması qaydası;
 - ◆ Ssudanın bağlanması metodu;
- ◆ Risk dərəcəsi;
- ◆ Rəsmiləşdirilən sənədlərin növü;
- ◆ Vəsaitlərin dövrüyyə xarakteri və s.

Borc alanın növünə görə:

- hüquqi şəxslərə verilən ssudalar: Kommersiya təşkilatlarına (müəssisələrə, təşkilatlara və banklara, firmalara, şirkətlərə), qeyri və hakimiyyət orqanlarına;
- fiziki şəxslərə verilən ssudalar.

Kreditorun növü ilə əlaqədar ssudalar təsnifləşdirilir:

- Bank ssudaları (ayrı-ayrı banklar və bank konsorsiumları, birləşmələri tərəfindən təqdim edilən, buna əsasən də konsorsial adlandırılan kreditlər yaranır);
- Qeyri-bank kredit təşkilatlarının ssudası (lombardların və kirayə məntəqələrinin, qarşılıqlı yardım kassalarının, kredit kooperativlərinin, tikinti cəmiyyətlərinin, təqaüd fondlarının.);
- Müəssisə və təşkilatların vasitəsi ilə borc alanlara verilən ssudalar (kommersiya kreditləşdirilməsi qaydasında və ya əhaliyə ticarət təşkilatları tərəfindən verilən müddətli ödəniş ssudaları).

Təminat növü üzrə təminatlı və təminatlı ssudalar (zəmanət, girov, zəmanətlik və sığorta vasitəsilə) mövcuddur [6].

Bankın təminat tələb etdiyi əsas səbəb borcalanın ssudanı tam şəkildə və vaxtında qaytarmaq qabiliyyətinin və ya istəyinin olmaması zamanı zərər riskindən sığortalanmaqdan ibarətdir. Kreditin təminatı və onun sığortalanması kreditin ödənilməməsi riskini azaldır. Buna əsasən, kredit işçisi üçün ssudanın borcalanın gəlirindən ödənilməsi daha üstündür. Ssudanın təminatı zəmanət, girov, zəmanətlik, sığorta ola bilər. Onun kimi müxtəlif növ aktivlər çıxış edə bilər.

Müştərinin yetərincə təminatı olmadığı və risk səviyyəsi yüksək olan əməliyyatlar üçün ssuda almaq məqsədi üçün müraciət etdiyi halda bank kreditin sığorta təşkilatlarında sığortalanması zamanı onun verilməsinin məqsədəuyğunluğu barəsində məsələni nəzərdən keçirir. Bu əməliyyat «kreditin bağlanmaması riskinin sığortalanması» kimi adlanır. Onu kredit müqaviləsi məbləğindən müəyyən faiz əldə edərək sığorta cəmiyyəti həyata keçirir.

Kreditləşdirmə müddəti üzrə ssudalar:

1. qısamüddətli (bir gündən bir ilədək olan müddətə verilən ssudalar);
2. ortamüddətli (bir ildən üç-beş ilədək müddətə verilən ssudalar);
3. uzunmüddətli (üç-beş ildən yuxarı müddətə verilən ssudalar) növlərə ayrılır.

Banklar ssuda verərkən onları qısamüddətli (bir ilədək) və uzunmüddətli ssudalara (bir ildən yuxarı) bölür. Qısamüddətli ssuda təyin olunan bir müddət üçün (bir ilədək) və ya tələb olunan müddətə rəsmiləşdirilə bilər. Tələb olunanadək ssudalar müəyyən bir müddətə mövcud deyil. Bank onun bağlanmasını istənilən vaxt tələb edə bilər. Bu növ ssudanın təqdim edilməsi zamanı borc alanın

maliyyə vəziyyətinin normal olması və onun aktivlərinin qısa müddət ərzində nəğd pula çevrilməqabiliyyəti müəyyənləşdirilir.

Kreditləşdirmə obyektləri üzrə (təyinatı):

Azərbaycan Respublikasında ssudalar məqsədli və məqsədsiz ssudalar olaraq 2 yerə ayrılır. Məqsədli ssudalara istehsal prosesinin təminatı üçün maddi dəyərlərin ödənilməsinə verilən kreditlər və cari vasitəçilik əməliyyatlarının icra etmək üçün verilən kreditlər, yaşayış yerlərinin tikintisi və əldə edilməsi üçün verilən kreditlər, dövriyyə vəsaitlərinin formalaşdırılmasına verilən kreditlər və s. aid edilir. Məqsədsiz kreditlərə misal olaraq müvəqqəti ehtiyacların ödənilməsinə verilən kreditləri aid etmək olar.

Azərbaycanın və Şərqi Avropa ölkələrinin təcrübələri onu göstərir ki, bazar münasibətləri və bankların müstəqilliyi inkişaf etdikcə onların kredit yatırımlarının strukturu dəyişir və bununla da yeni kreditləşdirmə obyektləri yaranır. Bununla da kommertiya bankının, eləcə də bank sisteminin təşkilati quruluşuna təsir edir.

Sahəvi əlaməti üzrə: ssudalar banklar tərəfindən sənaye və kənd təsərrüfatı, ticarət, nəqliyyat və s. müəssisələrə verilən ssudalara ayrılır. Açılan hesab növü üzrə: ayrı-ayrı ssuda hesablarında təqdim edilən və ya müştərinin banka olan öhdəliklərin müəyyənləşdirilməsini nəzərdə tutan xüsusi ssuda hesablarında kreditləşdirmədən ibarət olan bir dəfəlik ssudalar vardır. Ssudanın bağlanması metodu üzrə: möhlətli ödənişlə və birdəfəlik bağlanan ssudalar mövcuddur.

Möhlətsiz ödənişli kreditlər vacib xüsusiyyətə malikdir: bu kreditlərə əsasən ssuda üzrə faizlərin və borcun bağlanması eyni vaxtda yerinə yetirilir. Möhlətli ödənişlə verilən ssudalara bunlar aiddir: ssudanın bərabər şəkildə ödənilməklə bağlanması (hər ay, hər rüb və s.); ssudanın qeyri-bərabər şəkildə ödənilməklə bağlanması (ssudanın bağlanması üçün ödənişin məbləği hər hansısa amillərdən asılı olaraq dəyişir; artır və ya azalır); ssudanın qeyri-bərabər və qeyri-dövri şəkildə ödənilməklə bağlanması. Möhlətli ödənişli ssudanın verilməsi zamanı müqavilənin qüvvədə olduğu müddət ərzində ssuda məbləğinin hissələrlə ödənilməsi prinsipi mövcud olur. Ssudanın bu növ bağlanması qaydası borc alan üçün borcun birdəfəlik ödənilməsi qaydasından daha rahat olur. Bank üçün ssudanın dövrü olaraq müqavilənin qüvvədə olduğu müddət ərzində bağlanması daha əlverişlidir, çünki bu zaman kreditin dövriyyəsinə daha da sürətlənir və yeni yatırımlar üçün kredit ehtiyatlarını azad edir. Bundan əlavə ssudaların imtiyazlı müddətli və imtiyazsız müddətli ssudalara bölünür. Faizlərin hesablanması və bağlanması üsuluna görə ssudaların təsnifatı belədir:

- Ssuda təqdim edilərkən faizlərin ödənilməsinin saxlanması;
- Kreditin bağlanması zamanı faizlərin ödənilməsi və bütün istifadə müddəti ərzində faizlərin bərabər ödənişlərlə ödənilməsi (hər rüb, yarım ildə bir dəfə və ya xüsusi olaraq

razılaşıdırılmış qrafik üzrə).

Bundan başqa annuitet ödənişli ssuda, əsaslı olaraq, ssudadan istifadə müqabilində əsas borcun faizlərlə birlikdə ödənilməsinin həyata keçirilməsi ilə olan ssuda kimi anlayış da vardır.

Vəsaitlərin dövriyyə xarakterinə görə ssudalar bölünür:

- a) mövsümi və qeyri mövsümi,
- b) birdəfəlik və bərpa olunan (revolver, rollever).

Revolver kreditlər qrupuna əsasən müştərilərə kredit kartları üzrə verilən kreditlər və ya vahid aktiv-passiv hesablar üzrə overdraft, kontokorrent kredit və s. formada verilən kreditlər daxil edilir. Buna əsasən də istehlak ssudalarının üç qrupa bölündüyü (möhlətli ödənişli ssudalar, revolver və möhlətsiz ödənişli ssudalar) ABŞ təcrübəsinə misal göstərmək olar.

Möhlətli ödənişli kredit faizlərin dövrü olaraq bağlanması ibarətdir. Bir çox məqamlarda borcalan bu növ krediti malların alınması və yaxud digər xərclərin ödənilməsi üçün əldə edir və krediti hər ay bərabər hissələrlə bağlamaq öhdəliyi götürür [4,5]. Kredit kartları ilə verilən kreditlər və cari hesablar üzrə overdraft möhlətli ödənişli kreditlər qrupuna aid edilə bilər, çünki dövrü ödənişlər kartlar üzrə də həyata keçirilir, lakin kartlar bir sıra başqa xüsusiyyətləri vardır ki, bu xüsusiyyətlər də kartları kreditlərin başqa bir qrupuna ayırmağa imkan verir. Möhlətli ödənişli ssudaların bağlanması müddəti ABŞ-da adətən iki ildən beş ilə qədər təşkil olunur. Ssudaların həcmi geniş miqyasda dəyişir.

Bu növ kreditlər bir çox hallarda kiçik məbləğlərə verilir, eyni zamanda onlar üzrə kreditləşdirmə obyektini avtomobil, təyyarə, yaxta və dəyəri 100 min ABŞ dollarından artıq olan başqa iri alışlardan ibarət ola bilər.

Revolver kreditlərdən fərqli olaraq möhlətli ödənişli ssudaların bir çoxu təminatlı kreditlərdir. Möhlətli ödənişli kreditlər birbaşa bank krediti formasında formalaşsa da bilər. Birbaşa bank krediti verildikdən bank və borcalan (ssuda istifadəçisi) arasında kredit müqaviləsi bağlanır. Dolayı bank krediti bank və müştəri arasındakı kredit münasibətlərində vasitəçinin olmasından ibarətdir. Adətən, pərakəndə satış müəssisələri vasitəçi rolunda çıxış edir. Bu halda kredit müqaviləsi müştəri ilə sonradan bankdan kredit alan mağaza arasında bağlanır. Bu növ kreditləşdirmə forması ABŞ-da daha geniş yayılmışdır. ABŞ-da avtomobil alınması üçün verilən ssudaların 60%-dən çoxu dolayı kreditdən ibarətdir. Birbaşa və dolayı bank kreditləşdirilməsinin bir çox üstün və mənfi cəhətlərə vardır. İlk əvvəl, birbaşa bank kreditləşdirilməsinə dolayı kreditləşdirilmədən fərqləndirən önəmli cəhət kreditləşdirmə obyektini dəqiq qiymətləndirməyə imkan verən, iqtisadi cəhətdən ssudanın verilməsinin məqsəduyğunluğunun aşkar edilməsinə, onun istifadəsinə, bağlanmasına fəal nəzarətin təşkil edilməsindən ibarət olan kredit prosesinin təşkilinin sadə olmasıdır. Bunların hamısı şübhəsiz ki, bank və borcalan arasında kredit münasibətlərinin təşkil olunmasına yaxşı təsir göstərir [1,2,3].

Bankın mövqeyindən birbaşa bank kreditləşdirilməsi ilə əlaqədar olan neqativ faktorlarla bağlı bank kreditləşdirilməsinə nisbətən daha yüksək risk səviyyəsi aid edilir. Respublikamızda müasir kreditləşdirilmə təcrübəsi kifayət qədər mürəkkəbdir. Bunun səbəblərinə aiddir:

- a) ssudanın verilməsindən əvvəlki mərhələdə müştərilərin krediti ödəmə qabiliyyətinin dərin təhlilini bütün kommersiya bankları həyata keçirmir;
- b) krediti ödəmə qabiliyyətinin təhlil metodikası hər zaman təcrübənin tələblərinə uyğun olmur;
- c) ssuda üzrə təminatın mövcudluğu çox hallarda formal xarakter daşıyır. Həmçinin də, ölkənin makroiqtisadi vəziyyəti (iqtisadi, siyasi, sosial qeyri-sabitlik, inflyasiya, ödəmə böhranı və s.) kredit prosesinin təşkilinə mənfi təsir göstərir.

Dolayı bank kreditləşdirilməsi banka risklərin (kredit, faiz, valyuta, bazar və s.) təsirini aşağı salmağa şərait yaradır. Məsələn, hüquqi şəxslərə (ticarət təşkilatların , müəssisələrinə, firmalara və s.) verilən ssudalar yüksək etibarlılıq dərəcəsi ilə borc alanın (hüquqi şəxsin) krediti ödəmə qabiliyyətini, ssudanı vaxtında və tam bağlamaq imkanlarını müəyyən etməyə və aktiv nəzarəti təşkil etməyə imkan verir. Müştəri üçün isə:

- a) ssudaya tələbatın olduğu zaman (ticarət təşkilatında uzunmüddətli istifadə məhsullarının alınması zamanı, məsələn kredit kartı üzrə) onu əldə etməsi;
- b) ssuda verilməsi üçün onun banka müraciət etməsinə ehtiyac olmaması və s. əhəmiyyətlidir.

Göstərilən təsnifat şərti xarakter daşıyır, belə ki, bank təcrübəsində müəyyənlanmış təsnifata uyğun «təmiz halda» bu və ya başqa ssuda növünü qeyd etmək mümkün deyildir. Bununla yanaşı, təqdim edilmiş təsnifat ssudaların fərqliliyini göstərir, amma bununla bütün təsnifat meyarları bitmiş hesab etmək olmaz. Bütün kredit əməliyyatları müştərilər ilə bağlanmış müqavilələrə əsasən kommersiya bankları tərəfindən yerinə yetirilir. Ssudanın rəsmiləşdirilməsi üçün müştərilər banka kredit müqaviləsindən başqa müddətli öhdəlik (öhdəlik-tapşırıq), girov və ya zəmanət öhdəliyi və ssudanın verilməsi üçün ərizə təqdim edirlər.

Borcalan tərəfindən kredit müqaviləsi üzrə öhdəliklərə əməl etmədikdə kommersiya bankı verilmiş müddətli ssudanın və ona hesablanmış faizlərin ödənilməsinə tələb etmək hüququ vardır. Əlavə olaraq, bank qanunvericilikdə nəzərdə tutulmuş borcun alınması üçün bütün tədbirləri həyata keçirməlidir. Əldə edilmiş kreditlərin qaytarılması üçün borcalanların ödəmə qabiliyyəti olmadığı halda (müflis olması) kommersiya bankı bu barədə məsələ qaldırmaq ərizəsi ilə iqtisad məhkəməsinə müraciət etmək hüququ vardır. Hesablaşma əməliyyatları müştərilərin hesablarına vəsaitlərin köçürülməsi və silinməsi (onların kontragentlər qarşısında öhdəliklərinin ödənilməsi üçün) üzrə əməliyyatlardan ibarətdir. Kommersiya bankları hesablaşmaları Mərkəzi Bank tərəfindən müəyyən olunmuş qaydalar, forma və standartlara əsasən, hər hansı növ hesablaşma əməliyyatının aparılması

qaydası olmadıqda öz aralarında razılığa gəlməklə yerinə yetirilir. Lakin, beynəlxalq hesablaşmaların aparılması isə beynəlxalq bank təcrübəsinə əsasən qəbul edilmiş qayda və qanunlara uyğun icra olunur.

Kommersiya bankları müvafiq ödəniş sənədinin əldə edilməsindən sonrakı əməliyyat günündən gec olmadan müştərinin vəsaitini onun hesabına köçürməlidir. Pul vəsaitlərinin müştərinin hesabına düzgün və ya vaxtında köçürülməməsi, hesabdən silinməməsi zamanı kredit təşkilatı Mərkəzi Banka bu vəsaitlərin məbləğinə və Mərkəzi Bankın rəsmi faiz dərəcəsinə uyğun olaraq cərimə faizi ödəməlidir [7,8].

Kassa əməliyyatları nağd pul vəsaitlərinin verilməsi və qəbulu üzrə əməliyyatlardır. Kassa əməliyyatlarını daha ətraflı olaraq nağd pul vəsaitlərinin hərəkəti, eləcə də pul vəsaitlərinin bankların müxtəlif aktiv hesablarına («Kassa» hesabı və digər banklarda müxbir hesabı da daxil olmaqla) və kommersiya bankı müştərilərinin hesablarına yerləşdirilməsi, istifadəsi və formalaşdırılması ilə bağlı olan əməliyyatlar kimi ifadə etmək olar.

İnvestisiya əməliyyatları bank tərəfindən öz vəsaitlərinin müştərək maliyyə-təsərrüfat və kommersiya məqsədləri ilə qeyri-bank strukturlarının qiymətli kağızları və paylarına yatırılması əməliyyatları hesab olunur. Kommersiya bankının investisiya əməliyyatlarının kredit əməliyyatlarından fərqi odur ki, investisiya əməliyyatlarının keçirilməsi təşəbbüsü bankın müştərisindən asılı deyil, bankın özündən asılıdır. Bu bankın özünün investisiya fəaliyyətidir.

Nəticə. Tədqiqatın sonunda, aktivlərin tanınma prinsipləri və mühasibat standartları arasındakı uyğunluq, müəssisələrin maliyyə vəziyyətinin daha doğru əks etdirilməsi üçün əhəmiyyətli bir vasitə olaraq müəyyən olunmuşdur. Eyni zamanda, aktivlərin qiymətləndirilməsi metodlarının effektivliyi və istifadə olunan strategiyaların nəticələri göstərilmişdir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi. Bu tədqiqat, aktivlərin tanınması ilə bağlı müasir yanaşmaların və praktikaların araşdırılması ilə elmi yenilik təqdim edir. Eyni zamanda, tədqiqat, mühasibat standartlarının tətbiqi üzrə yeni perspektivlər təqdim edərək, aktivlərin tanınması prosesini daha şəffaf və effektiv hala gətirmək məqsədini güdür.

Tədqiqat işinin tətbiqi əhəmiyyəti. Tədqiqatın nəticələri, müəssisələrin aktivlərin düzgün tanınması ilə bağlı daha aydın anlayış əldə etməsinə kömək edəcək. Bu, mühasibat praktikalarının inkişafına və maliyyə hesabatlarının dəqiqliyinə töhfə verəcək. Eyni zamanda, mühasibat standartlarının daha effektiv tətbiqi üçün tövsiyələr təqdim edəcək.

ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan Respublikasının Banklar haqqında qanunu, 1994
2. Abbasov Ə.M, Z.F. Məmmədov. Bank işi və e-bankçılıq. Bakı, 2003
3. Kərimov A. Mühasibat uçotu, vergilər. Bakı, 2012
4. Quliyev V., Fətullayev R., kərimov A. Beynəlxalq uçot və hesabatata giriş. Bakı, 2012
5. Zeynalov V.Z. Beynəlxalq maliyyə, Azərənəşr. Bakı, 2010
6. Кожин В. Я. «Современный бухгалтерский учет» (учебник). Москва. Алфо – Пресс, 2008
7. www.app.gov.az
8. www.unec.edu.az

УДК 336.77.01

СУЩЕСТВЕННОЕ И ОТЧЕТНОЕ ПРИЗНАНИЕ КОНЦЕПЦИИ АКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Мамедов Ровшан Камиль оглы, Джавадхан Эльсевар оглы Джафарли
Азербайджанский Государственный Аграрный Университет
г. Гянджа, проспект Ататюрка, 450

cavadxanc@gmail.com

Резюме. К операциям с активами относятся любые процессы создания стоимости в деятельности предприятия как часть хозяйственной деятельности. Активы – это ресурсы, от которых предприятие, как ожидается, получит экономические выгоды в будущем. Это

может быть недвижимостью, оборудование, товары или финансовые инструменты. Целью активной деятельности является повышение эффективности деятельности предприятия, получение дохода и защита инвестиционных ценностей. Процесс признания операций с активами определяет, когда и при каких условиях эти операции должны быть признаны, особенно в соответствии с соответствующими правилами и стандартами финансовой отчетности. В этой сфере обеспечивается своевременное и правильное оформление активных операций с учетом Международных стандартов менеджмента и финансовой отчетности (МСФО) и локальных правил бухгалтерского учета. Признание активов на счетах основано на принципе приобретения ресурсов, использования и учета потенциальных доходов в соответствии с концепцией бухгалтерского учета. Также в статье рассматривается классификация операций с активами, способы их отражения в бухгалтерском учете, оценка активов, амортизация и другие сопутствующие вопросы. Правильное признание активных операций повышает достоверность финансовой отчетности компаний, а также играет важную роль при принятии инвестиционных решений и планировании деятельности.

Ключевые слова: активы, кредитор, кредитование, коммерческий банк, денежные средства.

UDC 336.77.01

ESSENTIAL AND REPORTING RECOGNITION OF ACTIVE OPERATIONS CONCEPT

Rovshan Kamil oğlu Mammadov, Javadkhan Elsever oğlu Jafarli
Azerbaijan State Agrarian University
450, Ataturk Avenue, Ganja city
cavadxanc@gmail.com

Summary. Asset transactions include any value-creating processes in the activities of an enterprise as part of economic activity. Assets are resources from which the enterprise is expected to obtain economic benefits in the future. This can be real estate, equipment, goods or financial instruments. The purpose of active transactions is to increase the efficiency of the enterprise's operations, generate income and preserve the value of the investment. The process of recognizing asset transactions determines when and under what conditions these transactions should be recognized, especially in financial statements, in accordance with the relevant rules and standards. In this area, taking into account the International Financial Reporting Standards (IFRS) and local accounting rules, timely and correct registration of asset transactions is ensured. The recognition of assets in the accounts is based on the principle of taking into account the acquisition, use and future income potential of resources, in accordance with the accounting concept. The article also covers the classification of asset transactions, how they are recorded in accounting, asset valuation, depreciation and other related issues. Correct recognition of asset transactions increases the reliability of companies' financial statements, and also plays an important role in making investment decisions and planning activities.

Keywords: assets, creditor, lending, commercial bank, cash

Redaksiyaya daxilolma: 20.11.2024

Çapa qəbul olunma: 15.04.2025



UOT 336.77.01

DOI 10.30546/JIECM.2025.1.1365

DEBİTOR ƏMƏLİYYATLARLA BAĞLI MÜHASİBAT UÇOTU PROSESLƏRİNİN İNVENTARİZASİYASI

Həlin Etibar qızı Quliyeva

Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti

helinquliyeva1@gmail.com

***Xülasə.** Bu xülasə xüsusilə debitor borcları ilə əlaqəli əməliyyatların inventarını təqdim edir və onların effektiv maliyyə idarəçiliyində əhəmiyyətini vurğulayır. Debitor borcları təşkilatın pul vəsaitlərinin hərəkətinin kritik tərkib hissəsidir və onların idarə edilməsini tənzimləyən proseslərin başa düşülməsi dəqiq maliyyə hesabatları və risklərin qiymətləndirilməsi üçün vacibdir. Inventar fakturaların yaradılması, ödənişlərin izlənməsi, yığımların idarə edilməsi və hesabların uzlaşdırılması da daxil olmaqla əsas prosesləri müəyyən edir. Bundan əlavə, o, səmərəliliyi və dəqiqliyi artıran mühasibat proqramlarının və avtomatlaşdırılmış xatırlatmaların istifadəsi kimi bu proseslərdə texnologiyanın inteqrasiyasını araşdırır. Bu prosesləri sisteməlik şəkildə kataloqlaşdıraraq, bu tədqiqat təşkilatlara debitor borclarının idarə edilməsini təkmilləşdirmək üçün hərtərəfli çərçivə təqdim etmək məqsədi daşıyır, nəticədə daha yaxşı likvidliyə və maliyyə risklərinin azalmasına gətirib çıxarır. Nəticələr düzgün pul vəsaitlərinin hərəkətini təşviq etmək və biznes əməliyyatlarını davam etdirmək üçün sağlam mühasibat təcrübələrinin vacibliyini vurğulayır.*

***Açar sözlər:** Debitor borcları, maliyyə hesabatı, kredit riskinin qiymətləndirilməsi, elektron pul köçürmələri, ödəniş emalı*

Giriş. Debitor borclarının idarə edilməsi təşkilatın maliyyə sağlamlığının vacib komponentidir. Debitor borcları ilə bağlı mühasibat uçotu proseslərinin effektiv inventarlaşdırılması müəssisələrin pul vəsaitlərinin hərəkətini izləyə, idarə edə və optimallaşdırma bilməsini təmin edir. Bu sənəd debitor borcları ilə bağlı əməliyyatlarla bağlı əsas mühasibat uçotu proseslərinin hərtərəfli icmalını təqdim etmək, onların maliyyə sabitliyinin və əməliyyat səmərəliliyinin qorunmasında əhəmiyyətini vurğulamaq məqsədi daşıyır. Debitor əməliyyatları müştərilər tərəfindən şirkətə olan borcların tanınması, uçotu və yığılmasını əhatə edir. Bu proseslər təkcə pul vəsaitlərinin hərəkətinə təsir etmir, həm də ümumi gəlirliyə, müştəri münasibətlərinə və kredit riskinin idarə olunmasına təsir göstərir. Təşkilatlar debitor borclarının həyat dövrünün müxtəlif mərhələlərini sisteməlik şəkildə qiymətləndirərək - faktura və ödənişlərin işlənməsindən tutmuş tutuşdurma və yığımlara qədər - təkmilləşdirmə üçün sahələri müəyyən edə, dəqiqliyi artırma və səhv riskini azalda bilər [1].

Bu inventar maliyyə mütəxəssisləri üçün ən yaxşı təcrübələri tətbiq etməyə, mühasibat standartlarına uyğunluğu təmin etməyə və əməliyyatları sadələşdirmək üçün texnologiyadan istifadə etməyə imkan verən əsas alət kimi xidmət edir. Nəhayət, bu proseslərin hərtərəfli başa düşülməsi təşkilatlara böyümə və davamlılığı təşviq edən əsaslandırılmış qərarlar qəbul etmək imkanı verir [12].

Debitor əməliyyatlarla bağlı mühasibat uçotu proseslərinin inventarizasiyası

Maliyyə menecmenti sahəsində debitor borcları ilə bağlı mühasibat prosesləri şirkətin likvidliyini və ümumi maliyyə sağlamlığını qorumaq üçün çox vacibdir. Debitor borcları kreditlə təqdim olunan mal və ya xidmətlərə görə müştərilərdən müəssisəyə borclu olan pulları təmsil edir. Bu əməliyyatların effektiv idarə edilməsi pul vəsaitlərinin hərəkətinin optimallaşdırılması, risklərin azaldılması və müştərilərlə əlaqələrin gücləndirilməsi üçün vacibdir [3].

Debitor borcları üzrə əməliyyatlarla bağlı mühasibat uçotu proseslərinin inventarlaşdırılması debitor borclarının həyat dövrünün müxtəlif mərhələlərinin hərtərəfli tədqiqini əhatə edir. Buraya debitor borclarının ilkin tanınması, hesab-fakturaların yazılması prosesi, ödənişlərin yığılması və

ödənilməmiş qalıqların monitorinqi daxildir. Bu mərhələlərin hər biri dəqiqliyi və mühasibat uçotu standartlarına uyğunluğu təmin etmək üçün ciddi sənədləşməni və daxili nəzarətə riayət etməyi tələb edir [6].

Bundan əlavə, bu proseslərin incəliklərini başa düşmək təşkilatlara əməliyyatları asanlaşdıran, səhvlər riskini azaldan və ümumi maliyyə hesabatını təkmilləşdirən ən yaxşı təcrübələri tətbiq etməyə imkan verir. O, həmçinin vaxtında yığımları asanlaşdırmaq və qərarların qəbulunu təkmilləşdirmək üçün avtomatlaşdırılmış hesab-faktura sistemləri və real vaxt rejimində monitorinq alətləri kimi texnoloji həllərin inteqrasiyasını əhatə edir [4].

Müəssisələr artan rəqabət və inkişaf edən iqtisadi şəraitlə üzləşdikcə, debitor borcları ilə bağlı mühasibat proseslərinin dəqiq inventarına malik olmaq təkcə əməliyyat səmərəliliyini dəstəkləmir, həm də strateji aktiv kimi xidmət edir. Bu inventar təşkilatlara cari təcrübələrini qiymətləndirməkdə, təkmilləşdirilməli sahələri müəyyən etməkdə və debitor borclarının idarə edilməsi strategiyalarını daha geniş maliyyə məqsədləri ilə uyğunlaşdırmaqda rəhbərlik edə bilər [9].

Inventar, faktiki məlumatlar və mühasibat uçotu məlumatlarını müqayisə etməklə müəyyən bir tarixə müəyyən edilmiş bir təşkilatın əmlakının və maliyyə öhdəliklərinin vəziyyətinin yoxlanılmasıdır. Debitor borclarının inventarlaşdırılması kimi bölmə müəssisənin aktiv və öhdəliklərinin inventarlaşdırılmasının məcburi hissəsidir. Bir şirkət, onun rəhbərləri və sahibləri üçün debitor borcunun hansı həcməsinə və hansı müddət ərzində hesablanma biləcəyini, habelə şirkətin qarşı tərəflər qarşısında öhdəliklərinin faktiki həcməsinin nə olduğunu obyektiv şəkildə başa düşmək vacibdir. Debitor borclarının inventarının düzgün aparılması, habelə mühasibat məlumatlarının etibarlılığı idarəetmə qərarlarının qəbul edilməsinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Bir qayda olaraq, illik maliyyə hesabatlarını tərtib etməzdən əvvəl inventarlaşdırma davamlı metoddan istifadə etməklə aparılır, yəni təşkilatın bütün debitor və kreditor borcları yoxlanılır [7].

Alıcılar, müştərilər, təchizatçılar, podratçılar, xidmət müqavilələri üzrə icraçılar, digər borclularla hesablaşmalar

Borc məbləğini təsdiqləmək üçün, bir qayda olaraq, hər bir qarşı tərəflə qarşılıqlı hesablaşmaların uzlaşdırılması aparılır. Onun nəticələri müəyyən bir tarixdə qarşılıqlı hesablaşmaların uzlaşdırılması aktında sənədləşdirilir, lakin bəzən borcun məbləğini təsdiq edən qarşı tərəfin məktubu kifayətdir [5].

Maliyyə hesablamalarının yoxlanılması

Borcun inventar komissiyasına təsdiq etmək üçün tutuşdurma aktları şəklində tərtib edilmiş borc aktları təqdim olunur. Hesablaşmaların uzlaşdırılması ayrıca müqavilə və ya bütün bağlanmış əqdlər çərçivəsində həyata keçirilə bilər. Hesablaşmanın uzlaşdırılması müddəti ilkin uzlaşma tarixindən, müqavilənin başlanmasından (tək müqavilə olduqda) və ya müqavilə münasibətlərinin başlanğıcından başlaya bilər.

Hesablamalarda fərqlərin həlli

Qarşı tərəflər arasında maliyyə hesablaşmalarının məbləğləri eyni şəkildə əks etdirilməlidir. Audit zamanı məlum ola bilər ki, təchizatçı və alıcının eyni dövr üçün öhdəlikləri müxtəlif məbləğlərdə əks olunur. Bu uyğunsuzluq, xüsusən də təchizatların hesab-fakturasının olmaması (təchizatçılardan ilkin sənədlərin olmaması) ilə bağlı ola bilər [6].

Mühasibat borcunun bölgüsü

Qarşı tərəflərlə hesablaşmaların inventarlaşdırılmasından sonra öhdəliyin xarakteri və ya onun ödənilmə müddətinin mühasibat uçotu hesablarında əks etdirilənlərə uyğun gəlmədiyi aşkar edildikdə, borcun yenidən təsnifləşdirilməsi tövsiyə olunur. Balans hesabatı tarixindən etibarən 12 ay ərzində ödənilməli olan uzunmüddətli kreditor borcları (və ya onun bir hissəsi) cari öhdəliklər kateqoriyasına keçirilməlidir [11, səh.8].

“Aktivlərin və öhdəliklərin inventarizasiyası Qaydaları”na əsasən Debitor borclarının inventarizasiyası

Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyinin kollegiyasının “Aktivlərin və öhdəliklərin inventarizasiyası Qaydaları”nın təsdiq edilməsi haqqında qərarının 9-cu bəndinə əsasən debitor borclarının inventarizasiyası:

9.1. Inventarlaşdırma prosesi başlamazdan əvvəl aktivlərin idarə edilməsinə cavabdeh olan şəxslər xüsusi sənədlər əsasında mühasibat uçotu aparmalıdırlar. Onlardan aşağıdakı mənbələrdən istifadə etməklə tutuşdurma prosedurları vasitəsilə ödənilməmiş debitor borclarını araşdırmaq və aydınlaşdırmaq tələb olunur:

9.1.1. Əmlak (qiymətli əşyalar) hesab kartları.

9.1.2. Aktiv kitabçası.

9.2. Mühasibat uçotu subyekti debitor borclarının inventarizasiyasını apararkən alıcılardan, sifarişçilərdən, törəmə (asılı) müəssisələrdən, əsas idarə heyətindən, icarə müqavilələrindən, tikinti müqavilələrindən, faiz müqavilələrindən həm uzunmüddətli, həm də qısamüddətli debitor borclarını və digər debitor borcları təsdiq edən müxtəlif sənədləri diqqətlə yoxlamağa borcludur [5].

9.3. Inventar komissiyasına debitor borclarının inventarlaşdırılması zamanı bu aktivləri hərtərəfli yoxlamaq, onların tam adı, yaranma tarixi, təyinatı, məbləği və inventar siyahılarına daxil edilməsi kimi tam təfərrüatlarını sənədləşdirmək tapşırılib [2].

9.4. Investisiyaların inventarlaşdırılmasında komissiya mühasibat uçotu subyektinin mülkiyyətində olan aktivlərin mövcudluğunu yoxlayır.

9.5. Inventarizasiya zamanı mühasibat uçotunda və ya debitor borcları ilə bağlı digər sənədlərdə aşkar edilmiş hər hansı uyğunsuzluq və ya çatışmazlıqlar müvafiq düzəlişlər tələb edir [8].

9.6. Əvvəllər uçota alınmayan və ya mühasibat uçotu registrlərində qeyri-dəqiq göstərilməklə inventarizasiya zamanı aşkar edilmiş debitor borcları dəqiq rekvizitlərlə komissiya tərəfindən mühasibat uçotu kitablarında rəsmi qeyd edilməlidir.

9.7. Inventarlaşdırma komissiyası iddia müddətini keçmiş ümitsiz və şübhəli debitor borclarının metodik sənədli yoxlama prosesi vasitəsilə müəyyən edilməsinə cavabdehdir.

9.8. Inventarizasiya zamanı aşkar edilmiş uçota alınmamış debitor borcları onların mühasibat uçotu subyektinin balansına daxil edilməsini asanlaşdırmaq üçün rəsmi akt vasitəsilə sənədləşdirilir [2].

Yekun olaraq, debitor borcları ilə bağlı əməliyyatların inventarlaşdırılması debitor borclarının effektiv idarə edilməsində vacib addımları vurğulayır. Bu proseslər dəqiq izlənilməsi, vaxtında hesab-faktura və səmərəli inkassasiyanı təmin edir, nəticədə pul vəsaitlərinin hərəkətini və maliyyə sabitliyini dəstəkləyir.

Nəticə. Debitor borcları ilə bağlı mühasibat uçotu proseslərinin inventarını yekunlaşdırmaq üçün dəqiq maliyyə hesabatlarının və pul vəsaitlərinin hərəkətinin idarə edilməsində bu proseslərin əhəmiyyətini vurğulamaq vacibdir.

Birincisi, debitor borcları dövrünün hərtərəfli nəzərdən keçirilməsi - fakturadan tutmuş yığımlara qədər - vaxtında və dəqiq sənədləşdirmənin mühüm rolunu vurğulayır. Bu, effektiv kredit idarəçiliyini asanlaşdırır və ümitsiz borc riskini minimuma endirir [10, səh.42].

Daha sonra, avtomatlaşdırma və hesabatlılıqda texnologiyadan istifadə səmərəliliyi artırır, insan səhvlərini azaldır və debitor borclarının köhnəlməsi və toplanması səyləri haqqında real vaxt anlayışını təmin edə bilər. Kreditlərin qiymətləndirilməsi və yığılması üçün aydın siyasət və prosedurların müəyyən edilməsi təkcə əməliyyatları asanlaşdırmır, həm də şəffaflıq və ardıcılığı təmin etməklə müştərilərlə daha güclü əlaqələri gücləndirir.

Nəhayət, debitor borcları proseslərinin effektivliyini davamlı olaraq qiymətləndirmək üçün müntəzəm auditlər və performans göstəriciləri inteqrasiya edilməlidir. Bu proaktiv yanaşma təşkilatlara bazar şəraitindəki dəyişikliklərə və müştəri davranışlarına uyğunlaşmağa imkan verir, nəticədə pul vəsaitlərinin hərəkəti və maliyyə sağlamlığının yaxşılaşdırılmasına təkan verir.

Xülasə, debitor borclarının uçotu proseslərinin yaxşı təşkil olunmuş inventarlaşdırılması təşkilat daxilində effektiv maliyyə idarəçiliyi, risklərin azaldılması və strateji qərarların qəbulu üçün çox vacibdir.

ƏDƏBİYYAT

1. “Mühasibat uçotu haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanununun tətbiq edilməsi barədə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, Bakı şəhəri, 7 fevral 2005-ci il № 192, <https://e-qanun.az/framework/7366>
2. Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyinin kollegiyasının “Aktivlərin və öhdəliklərin inventarizasiyası Qaydaları”nın təsdiq edilməsi haqqında qərarı, Bakı şəhəri 16 iyul 2013-cü il, <https://e-qanun.az/framework/26284>
3. Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyinin kollegiyasının “İctimai Sektor üçün Mühasibat Uçotunun Beynəlxalq Standartlarına əsasən mühasibat uçotunun aparılması qaydaları”nın təsdiq edilməsi barədə qərarı, Bakı şəhəri 25 dekabr 2018-ci il, <https://e-qanun.az/version/6613>
4. [Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyinin kollegiyasının “Aktivlərin və öhdəliklərin inventarizasiyası Qaydaları”nın təsdiq edilməsi haqqında qərarı, Bakı şəhəri 16 iyul 2013-cü il, https://e-qanun.az/framework/26284](https://e-qanun.az/framework/26284)
5. Azərbaycan Respublikası Mülki Məcəlləsi, Bakı, 26 may 2000-ci il, <https://e-qanun.az/framework/46944>
6. Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyi yanında Dövlət Vergi Xidməti <https://www.taxes.gov.az/az/post/324>
7. Azərbaycan Respublikasında Büdcə sistemi haqqında Qanunu, Bakı şəhəri, 2 iyul 2002-ci il, <https://e-qanun.az/framework/1126>
8. Azərbaycan Respublikasının İcra haqqında Qanunu, Bakı şəhəri, 27 dekabr 2001-ci il, <https://e-qanun.az/framework/1406>
9. Əmlakın və öhdəliklərin inventarizasiyası qaydaları <https://www.taxes.gov.az/az/post/324>
10. Cəfərov E.O. “Maliyyə hesabatının konseptual əsasları”, Bakı, Mühasibat və uçot, 2019, səh.39-52.
11. Abbasov Q.Ə., Cəfərov E.O və b. “İqtisadiyyatın qlobalaşması şəraitində maliyyə hesabatlarının beynəlxalq standartları əsasında maliyyə hesabatlarının hazırlanmasının zəruriliyi və bu standartlar üzrə sistemin yaradılması”, Mühasibat uçotu, audit və iqtisadi təhlil, 2011, №4 (226), səh.7-34.
12. https://www.researchgate.net/publication/305774649_Creditor-Debtor_Relations

УДК 336.77.01**ИНВЕНТАРИЗАЦИЯ УЧЕТНЫХ ПРОЦЕССОВ, СВЯЗАННЫХ С ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ**

Халин Этибар Гулиева
Азербайджанский Государственный Аграрный Университет
helinguliyeva1@gmail.com

Резюме. В этом реферате представлен перечень бухгалтерских процессов, специально связанных с дебиторской задолженностью, с указанием их значимости для эффективного финансового управления. Дебиторская задолженность является важнейшим компонентом денежного потока организации, и понимание процессов, которые управляют ее управлением, необходимо для точной финансовой отчетности и оценки рисков. В перечне определены ключевые процессы, включая формирование счетов-фактур, отслеживание платежей, управление сборами и сверку счетов. Кроме того, в нем рассматривается интеграция технологий в эти процессы, например, использование бухгалтерского программного

обеспечения и автоматических напоминаний, которые повышают эффективность и точность. Систематически каталогизируя эти процессы, это исследование направлено на предоставление организациям комплексной структуры для улучшения управления дебиторской задолженностью, что в конечном итоге приведет к улучшению ликвидности и снижению финансовых рисков. Результаты подчеркивают важность надежных методов бухгалтерского учета для содействия здоровому денежному потоку и поддержанию бизнес-операций.

Ключевые слова: Дебиторская задолженность, финансовая отчетность, оценка кредитного риска, электронные переводы средств, обработка платежей

UDC 336.77.01

INVENTORY OF ACCOUNTING PROCESSES RELATED TO RECEIVABLE TRANSACTIONS

Halin Etibar Guliyeva
Azerbaijan State Agrarian University
helinguliyeva1@gmail.com

Summary. This summary presents an inventory of accounting processes specifically associated with receivable transactions, highlighting their significance in effective financial management. Receivables are a critical component of an organization's cash flow, and understanding the processes that govern their management is essential for accurate financial reporting and risk assessment. The inventory identifies key processes, including invoice generation, payment tracking, collections management, and reconciliation of accounts. Additionally, it examines the integration of technology in these processes, such as the use of accounting software and automated reminders, which enhance efficiency and accuracy. By systematically cataloging these processes, this study aims to provide organizations with a comprehensive framework for improving their accounts receivable management, ultimately leading to better liquidity and reduced financial risks. The findings underscore the importance of robust accounting practices in fostering healthy cash flow and sustaining business operations.

Keywords: Accounts receivable, financial reporting, credit risk assessment, electronic funds transfers, payment processing

Redaksiyaya daxilolma: 20.11.2024

Çapa qəbul olunma: 15.04.2025



УДК 336.77.01

DOI 10.30546/ИЕСМ.2025.1.0141

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АУДИТА УЧЕТА ЗАТРАТ ПРОИЗВОДСТВА В СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

¹Севиндж Агамаммад кызы Аббасова, ²Бахруз Фархад оглы Новрузов

Азербайджанский Государственный Экономический Университет

¹Sevinj.abbasova@yandex.ru, ²Novruzovb38@gmail.com

Резюме: *Методологические аспекты аудита себестоимости продукции и расчета себестоимости продукции в строительных организациях имеют решающее значение для обеспечения финансовой точности и подотчетности. Аудиторы фокусируются на нескольких ключевых областях в ходе этого процесса. Во-первых, они оценивают адекватность внутреннего контроля, связанного с учетом затрат, гарантируя, что процедуры регистрации, классификации и отчетности по затратам являются надежными. Затем аудиторы оценивают точность методов распределения затрат, включая прямые и косвенные затраты, гарантируя, что все затраты, связанные с производством, такие как рабочая сила, материалы и накладные расходы, надлежащим образом отнесены к конкретным проектам. Они также проверяют соблюдение соответствующих стандартов и правил бухгалтерского учета, гарантируя, что расчет себестоимости продукции соответствует отраслевой практике. Кроме того, аудиторы анализируют документацию и записи, связанные с накоплением затрат, проверяя точность счетов-фактур, контрактов и табелей учета рабочего времени. Это включает проведение существенного тестирования, чтобы убедиться, что заявленные затраты подкреплены надлежащими доказательствами. Наконец, аудиторы предоставляют рекомендации по улучшению практики управления затратами, повышению прозрачности и снижению риска финансовых расхождений. Благодаря этим методологическим аспектам аудиторы играют важную роль, помогая строительным организациям вести точный учет себестоимости продукции и содействовать принятию обоснованных решений.*

Ключевые слова: *Строительные организации, себестоимость продукции, бухгалтерский аудит, методы*

Введение. В строительной отрасли тщательное управление производственными затратами играет ключевую роль в обеспечении финансовой жизнеспособности и успешности проекта. Поскольку организации справляются со сложностями строительных проектов, точный учет и расчет затрат становятся важнейшими компонентами эффективного финансового управления. Методологические аспекты аудита учета себестоимости продукции имеют решающее значение для выявления неэффективности, обеспечения соответствия нормативным стандартам и повышения прозрачности финансовой отчетности. Аудит учета себестоимости продукции включает систематическую оценку процессов и практик, используемых для отслеживания и отчетности по затратам, связанным со строительной деятельностью. Этот процесс подкреплен надежной структурой принципов и методов, разработанных для повышения точности и надежности. Методологические соображения включают выбор соответствующих методов учета затрат, таких как калькуляция себестоимости заказов или калькуляция себестоимости процессов, а также создание всеобъемлющего внутреннего контроля для снижения рисков предоставления неверных отчетов или мошенничества. Кроме того, процесс аудита должен адаптироваться к уникальным проблемам строительных организаций, где переменные сроки проекта, колеблющиеся материальные затраты и динамика рабочей силы могут усложнить оценку и распределение затрат. Используя строгий методологический подход, аудиторы могут

предоставить ценную информацию о поведении затрат, облегчить принятие стратегических решений и способствовать внедрению передового опыта в управлении затратами. В конечном итоге, тщательный аудит учета производственных затрат не только повышает организационную эффективность, но и способствует общей устойчивости и прибыльности строительных проектов.

Основная часть. Аудит учета себестоимости продукции и расчета себестоимости продукции (работ, услуг) в строительных организациях выполняет важнейшую функцию обеспечения надежности и точности финансовых данных. Основной целью является проверка того, что затраты должным образом учитываются и соответствуют отраслевым стандартам, таким как Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) или Общепринятые принципы бухгалтерского учета (GAAP). Этот аудит гарантирует, что строительные организации точно отслеживают себестоимость продукции, что помогает принимать более обоснованные финансовые решения и распределять ресурсы. Область этого аудита сосредоточена на нескольких ключевых областях. Во-первых, он изучает прямые и косвенные затраты, чтобы гарантировать, что все расходы, напрямую связанные с производством (например, материалы и рабочая сила), надлежащим образом учтены. Косвенные затраты, такие как накладные расходы, также необходимо тщательно проверять, чтобы убедиться, что они распределены точно и последовательно по различным проектам [2]. Неправильное распределение или неправильный учет этих затрат может исказить оценки рентабельности и финансовую отчетность. Важнейшим компонентом аудита является оценка методов распределения накладных расходов. В строительных организациях накладные расходы могут включать административные расходы, коммунальные услуги и другие косвенные расходы, которые напрямую не связаны с одним проектом, но должны быть распределены по нескольким контрактам. Аудит оценивает обоснованность и справедливость этих методов распределения, гарантируя, что они соответствуют учетной политике и отражают истинную стоимость каждого проекта. Еще одной важной целью является роль аудита в обеспечении соответствия соответствующим стандартам бухгалтерского учета. Строительные организации могут следовать МСФО, GAAP или местным правилам бухгалтерского учета в зависимости от юрисдикции. Аудит гарантирует, что организация придерживается этих рамок в своем учете затрат, улучшая прозрачность и подотчетность в финансовой отчетности. Наконец, аудит оценивает прибыльность контрактов, анализируя структуру затрат. Сравнивая зарегистрированные затраты с выручкой, аудиторы могут оценить прибыльность отдельных проектов, предоставляя ценную информацию об общем финансовом состоянии компании и ее способности эффективно управлять затратами в строительной отрасли.

Аудит себестоимости продукции и калькулирования себестоимости продукции (работ, услуг) в строительных организациях требует надежного методологического подхода для обеспечения комплексной и точной финансовой отчетности. Этот подход состоит из нескольких важных компонентов, включая оценку рисков, процедуры тестирования и проверку соответствия. Первым шагом в процессе аудита является тщательная оценка рисков. Это включает в себя выявление конкретных рисков, связанных с учетом затрат в строительстве. Строительные проекты сложны, и характер учета затрат в этой отрасли подвержен различным финансовым рискам. Распространенные риски включают в себя занижение или завышение затрат, когда расходы могут быть либо занижены, либо завышены, что влияет на прибыльность проекта и общую финансовую отчетность. Другим ключевым риском является неправильное распределение затрат, когда косвенные или накладные расходы могут быть неправильно распределены по нескольким проектам, что приводит к искаженным финансовым результатам. Кроме того, нецелевое использование средств проекта может произойти, если расходы не контролируются надлежащим образом, что может привести к мошенничеству или неэффективности. Выявление этих рисков на раннем этапе процесса аудита позволяет аудиторам сосредоточиться на наиболее уязвимых областях практики учета затрат организации.

После оценки рисков аудиторы внедряют процедуры тестирования для оценки эффективности системы внутреннего контроля организации по учету затрат. Это включает в себя детальное изучение внутреннего контроля, связанного с распределением затрат, отслеживанием расходов по проекту и управлением бюджетом. Процедуры тестирования обычно включают выбор конкретных проектов и изучение связанных с ними записей о затратах. Это позволяет аудиторам оценить точность и полноту информации о затратах и эффективность внутреннего контроля для предотвращения ошибок или предоставления неверных отчетов. Тщательно изучая эти записи, аудиторы могут убедиться, что затраты надлежащим образом документированы и надлежащим образом распределены по соответствующим проектам. Важнейшим аспектом процесса аудита является проверка соответствия, когда учетные практики организации сравниваются с правовыми требованиями, отраслевыми нормами и договорными обязательствами. Для строительных организаций это часто включает в себя соблюдение правил и стандартов, таких как те, которые изложены в контрактах FIDIC (Международной федерации инженеров-консультантов), которые регулируют многие международные строительные проекты. Аудиторы гарантируют, что учет затрат соответствует этим рамкам, а также более широким финансовым нормам, таким как МСФО или GAAP. Это гарантирует, что бухгалтерский учет организации является прозрачным, соответствует требованиям и способен выдерживать проверку со стороны заинтересованных сторон и регулирующих органов.

Аудит учета производственных затрат и расчета себестоимости продукции (работ, услуг) в строительных организациях включает детальное изучение как прямых, так и косвенных затрат. Методология аудита должна гарантировать, что все затраты точно зафиксированы и надлежащим образом распределены для обеспечения достоверного отражения финансового положения проектов. Прямые затраты в строительстве — это те расходы, которые можно напрямую отнести к конкретному проекту. К ним относятся материалы, рабочая сила и оборудование. Например, строительные материалы, закупаемые для строительного проекта, заработная плата, выплачиваемая строителям, и стоимость техники, используемой на месте, считаются прямыми затратами. Методология аудита в этой области в первую очередь фокусируется на проверке подтверждающих документов, связанных с этими расходами [5]. Аудиторы проверяют счета-фактуры, заказы на закупку, контракты и таблицы учета рабочего времени, чтобы убедиться, что указанные затраты соответствуют фактическим мероприятиям проекта. Счета-фактуры от поставщиков проверяются на точность, гарантируя, что количества, цены и условия поставки соответствуют заказам на закупку. Таблицы учета рабочего времени тщательно проверяются, чтобы подтвердить, что затраты на рабочую силу правильно отнесены к проекту на основе фактически отработанных часов и ставок заработной платы. Кроме того, аудит проверяет, полностью ли отражены прямые затраты в финансовых отчетах организации. Любые упущения или несоответствия могут привести к занижению затрат на проект, что приведет к неточным оценкам прибыльности и финансовых показателей. Косвенные затраты — это те, которые нельзя напрямую связать с конкретным проектом, но которые необходимы для общей деятельности. К ним относятся административная заработная плата, коммунальные услуги, аренда и другие накладные расходы. Поскольку эти затраты должны быть распределены по нескольким проектам, методология аудита фокусируется на обеспечении того, чтобы методы распределения были справедливыми и соответствовали стандартам бухгалтерского учета. Аудиторы проверяют, что косвенные затраты пропорционально распределяются на основе разумных критериев, таких как размер проекта, продолжительность или доход. Неправильное распределение этих затрат может исказить оценки прибыльности и создать вводящую в заблуждение картину финансового состояния отдельных проектов. Чтобы обеспечить точность, аудиторы проверяют методы распределения накладных расходов и следят за тем, чтобы они соответствовали внутренней политике и отраслевым нормам. Это включает проверку того, являются ли используемые для распределения факторы затрат логичными и последовательно применяемыми во всех проектах. Комплексный анализ косвенных затрат помогает

предотвратить завышение или занижение расходов по проекту, гарантируя, что финансовые отчеты точно отражают результаты деятельности организации.

Аудит методов распределения затрат в строительных организациях является критически важным аспектом обеспечения точного учета производственных затрат и расчета себестоимости продукции (работ, услуг). Правильное распределение затрат гарантирует, что затраты справедливо распределены по проектам и что финансовая отчетность организации отражает истинные финансовые результаты каждого проекта. Методология обычно включает оценку используемой системы калькуляции затрат, базы распределения и начисления затрат. Строительные организации обычно используют либо позаказную калькуляцию затрат, либо калькуляцию затрат на основе видов деятельности (АВС) для распределения затрат. Позаказная калькуляция затрат распределяет затраты по конкретным проектам или работам, что делает ее идеальной для строительных организаций, где каждый проект уникален. С другой стороны, калькуляция затрат на основе видов деятельности распределяет затраты на основе конкретных видов деятельности, которые вносят вклад в накладные расходы, такие как использование машин или административная поддержка. Аудиторы должны оценить основу для выбора подходящего метода калькуляции затрат, убедившись, что он соответствует операциям организации и обеспечивает точное распределение затрат. Выбор метода калькуляции затрат должен быть обоснован с учетом характера строительных работ и сложности структур затрат. Например, калькуляция себестоимости по заказам лучше подходит для индивидуальных проектов, в то время как АВС выгоден для отслеживания конкретных видов деятельности и их влияния на затраты. База распределения является ключевым фактором, используемым для распределения дополнительных или накладных расходов по нескольким проектам. Общие базы распределения включают машино-часы, рабочие часы или прямые материальные затраты. Аудиторы отвечают за проверку того, является ли выбранная база распределения подходящей и утвержденной в рамках учетной политики организации [3]. Неподходящая или непоследовательная база распределения может привести к искаженному представлению о затратах проекта, влияя на анализ рентабельности и финансовую отчетность. Аудиторы проверяют, что база распределения не только логична, но и последовательно применяется ко всем проектам, обеспечивая справедливость и соответствие отраслевым стандартам или нормативным требованиям. Аудиторы также должны гарантировать, что начисление затрат — процесс сбора и распределения затрат по соответствующим проектам — является последовательным и точным. Затраты должны начисляться своевременно и распределяться по правильным фазам проекта. Это предотвращает несоответствия между затратами и доходами, гарантируя, что финансовая отчетность отражает истинное и справедливое представление об операциях организации. Аудит включает проверку того, что начисленные расходы надлежащим образом документированы и соответствуют фактическим мероприятиям проекта, обеспечивая прозрачность и подотчетность в процессе учета затрат организации. Правильные методы начисления помогают предотвратить завышение или занижение расходов, что может привести к значительным финансовым искажениям.

В строительных организациях аудит доходов по контрактам и признание прибыли имеет важное значение для обеспечения того, чтобы финансовая отчетность давала истинное и справедливое представление об эффективности организации. Характер долгосрочных проектов в строительстве часто приводит к сложностям в признании доходов и сопоставлении их с соответствующими затратами. Метод процента выполнения (РОС) обычно используется в строительстве для признания доходов и прибыли по мере выполнения проекта, и его правильное применение имеет решающее значение для точной финансовой отчетности. Согласно методу процента выполнения, выручка признается на основе прогресса, достигнутого в завершении проекта, а не ожидания завершения проекта. Аудиторы должны убедиться, что этот метод применяется правильно, так как неправильное признание выручки может существенно повлиять на финансовую отчетность. Метод РОС требует точной оценки

завершения проекта для сопоставления затрат и доходов с течением времени. Аудиторы должны оценить, использовала ли организация надежные меры, такие как соотношение затрат, понесенных на сегодняшний день, по сравнению с общими предполагаемыми затратами, для определения процента завершения. Ошибки в оценке процентов завершения могут привести к завышению или занижению доходов и прибыли, искажая финансовую картину проекта и организации. Ключевая задача аудита — проверить, что признанные доходы правильно сопоставлены с затратами. В строительстве затраты возникают на протяжении всего проекта, и аудиторы должны гарантировать, что заявленные затраты соответствуют доходам, признанным по методу процента завершения. Расходы, которые не сопоставлены надлежащим образом с доходами, могут привести либо к преждевременному признанию прибыли, либо к задержке в признании убытков, что может ввести в заблуждение заинтересованных лиц относительно финансового состояния организации. Методология аудита включает проверку основы для признания затрат и обеспечение их соответствия части завершеного проекта и связанному с ним доходу. Точность оценки завершения проекта имеет решающее значение для признания доходов и отчетности о прибыли [6]. Аудиторы оценивают, использует ли организация надежные методы для оценки хода выполнения проектов, такие как инженерные отчеты, физический прогресс или сравнение затрат со стоимостью. Неточные оценки могут привести к неправильному признанию доходов и исказить прибыльность проекта. Аудиторы должны проверять проектную документацию, контракты и финансовые записи, чтобы убедиться, что метод оценки завершения является обоснованным и соответствует стандартам бухгалтерского учета, таким как МСФО 15 или GAAP. Обеспечивая точное применение метода процента завершения и надлежащее сопоставление доходов и затрат, аудиторы помогают поддерживать целостность финансовой отчетности в строительных организациях.

Аудит анализа отклонений затрат в строительных организациях играет важную роль в выявлении и понимании расхождений между фактическими затратами и изначально заложенными в бюджет оценками проектов. Анализируя эти отклонения, аудиторы могут выявить неэффективность, неправильное управление или непредвиденные изменения, которые влияют на прибыльность проекта и общее финансовое положение организации. Одной из ключевых областей анализа отклонений затрат является изучение разницы в ценах на материалы. Строительные проекты часто подразумевают существенные материальные затраты, а колебания цен на сырье, такое как сталь, бетон и древесина, могут привести к значительным отклонениям от изначальной оценки затрат. Аудиторы должны сравнивать фактические цены, уплаченные за материалы, с предполагаемыми ценами на этапе планирования. Если есть существенные различия в ценах, аудиторы должны оценить, были ли эти отклонения вызваны изменениями на рынке, неэффективностью закупок или ошибками в процессе составления бюджета. Цель состоит в том, чтобы гарантировать, что любые отклонения обоснованы и надлежащим образом отражены в финансовой отчетности. В случаях, когда можно было избежать существенного повышения цен, аудиторы могут рекомендовать улучшенные методы закупок или более точные методы прогнозирования. Другим важным компонентом анализа отклонений затрат является оценка различий в эффективности труда. Затраты на рабочую силу являются основным фактором в строительных проектах, и отклонения могут возникать из-за проблем с производительностью, неточных оценок рабочих часов или изменений в ставках заработной платы. Аудиторы должны анализировать фактически отработанные рабочие часы по сравнению с предполагаемыми часами, необходимыми для проекта, а также расхождения в заработной плате. Значительная разница между ними может указывать на неэффективность управления рабочей силой, такую как незапланированная сверхурочная работа, плохое планирование рабочей силы или задержки в сроках проекта. Аудиторы исследуют причины неэффективности труда и оценивают, были ли эти проблемы правильно сообщены и учтены в отчетах о затратах. Распределение накладных расходов по проектам также может отличаться от первоначальных оценок. Накладные расходы включают косвенные расходы, такие как

административные расходы, коммунальные услуги и аренда, которые должны быть распределены по нескольким проектам. Изменения в способе распределения накладных расходов — будь то из-за изменений в объеме проекта, непредвиденных накладных расходов или сдвигов в организационной структуре — могут привести к отклонениям в стоимости. Аудиторы должны изучить, как изначально распределялись накладные расходы, и сравнить это с фактическим распределением. Любые существенные сдвиги должны быть проанализированы, чтобы определить, были ли они надлежащим образом обработаны и точно ли отражают финансовые показатели проекта. Проводя тщательный анализ изменения затрат, аудиторы могут предоставить ценную информацию о финансовом управлении строительными проектами, выявляя области для улучшения и обеспечивая точность отчетности по затратам.

Аудит учета незавершенного производства (WIP) в строительных организациях имеет решающее значение, поскольку строительные проекты часто охватывают несколько отчетных периодов, что приводит к текущим расходам, которые необходимо надлежащим образом регистрировать и учитывать в счетах WIP. Эти счета отражают расходы, понесенные по проектам, которые еще не завершены, и играют важную роль в точном представлении финансового положения компании. Аудиторы сосредотачиваются на том, чтобы обеспечить правильное управление счетами WIP, предотвращая финансовые искажения и предоставляя четкую картину статуса проекта. Основным шагом в аудите учета WIP является проверка зарегистрированных расходов для текущих проектов. Поскольку WIP представляет собой совокупные расходы на строительные работы, которые еще не завершены, аудиторы должны гарантировать, что все расходы точно отслеживаются и регистрируются. Это включает прямые расходы, такие как материалы, рабочая сила и оборудование, а также любые распределенные косвенные расходы. Аудиторы проверяют подтверждающие документы, такие как заказы на закупку, счета-фактуры и таблицы учета рабочего времени, чтобы подтвердить, что расходы, отнесенные к WIP, являются законными и соответствуют фактическим мероприятиям проекта [1]. Этот процесс проверки помогает убедиться в отсутствии завышения или занижения затрат в счетах WIP, что в противном случае может исказить финансовую отчетность. Другим важным аспектом аудита WIP является проверка оценок и любых требуемых корректировок. Оценки WIP имеют важное значение для определения процента завершения проекта, и аудиторы должны оценить точность этих оценок. Это включает в себя проверку методов, используемых для оценки хода выполнения каждого проекта, которые могут включать физические осмотры, инженерные отчеты или сравнения затрат. Аудиторы гарантируют, что оценки реалистичны, обоснованы и основаны на надежных данных. Кроме того, аудиторы проверяют, являются ли какие-либо корректировки, внесенные в счета WIP, необходимыми и уместными. Например, если затраты перераспределяются или переоцениваются из-за задержек проекта или изменения объема работ, аудиторы проверяют, что эти корректировки надлежащим образом задокументированы и соответствуют стандартам бухгалтерского учета, таким как МСФО или GAAP. Аудиторы также проверяют сроки признания WIP, чтобы убедиться, что они соответствуют принципам признания выручки, гарантируя, что затраты и доходы соответствуют надлежащим образом. Проводя тщательный аудит счетов незавершенного производства, аудиторы помогают гарантировать точность и последовательность финансовой отчетности по текущим строительным проектам, отражая истинное финансовое положение каждого проекта и организации в целом.

Этап завершения и сдачи-передачи является важным этапом для завершения проекта строительства и его точного и полного отражения в финансовом учете. На этом этапе аудиторы проводят обширные проверки, чтобы гарантировать, что все затраты должным образом учтены и признаны после завершения проекта. Этот процесс гарантирует, что затраты будут окончательно определены и проект будет правильно учтен. После завершения проекта аудиторы проверяют окончательные отчеты о затратах. Эти отчеты должны включать все затраты, связанные с проектом, включая материалы, рабочую силу, оборудование и косвенные затраты.

Аудиторы сравнивают информацию в этих отчетах с фактическими затратами, чтобы подтвердить, что проект был завершен должным образом с финансовой точки зрения. При обнаружении каких-либо существенных различий или несоответствий в затратах аудиторы определяют причины этих различий и проверяют внесение необходимых корректировок. Окончательные отчеты о затратах также являются ключевым источником информации для сравнения фактических финансовых результатов проекта с первоначальным бюджетом и объяснения отклонений [4]. Еще одним важным аспектом, на котором обращают внимание аудиторы, являются процедуры закрытия, применяемые после завершения проекта. Процедуры закрытия направлены на обеспечение того, чтобы все оставшиеся затраты, связанные с проектом, были признаны и должным образом учтены. Аудиторы проверяют правильность процедур, соблюдаемых при закрытии проекта, подтверждая, что никакие затраты не были упущены из виду или ошибочно отнесены к другим проектам. Этот процесс гарантирует, что затраты по проекту будут полностью и точно включены в финансовую отчетность. Аудиторы также контролируют своевременное признание любых неоплаченных счетов или затрат, связанных с проектом, во время процедур закрытия. Это помогает точно отразить итоговое финансовое положение проекта и предотвратить ошибочную отчетность. Таким образом, на этапе завершения и передачи аудиторы проверяют окончательные отчеты о затратах и процедуры закрытия, чтобы обеспечить надлежащий учет проекта и полное признание затрат.

Заключительный этап процесса аудита в строительных организациях включает в себя подготовку комплексных аудиторских отчетов, которые включают в себя выводы, рекомендации и любые необходимые изменения, направленные на обеспечение согласованности и точности в системах учета затрат. Этот этап имеет решающее значение для предоставления заинтересованным сторонам четкого понимания результатов аудита и общего финансового состояния организации. Аудиторский отчет является официальным документом, обобщающим выводы аудитора в ходе проверки практики учета затрат, включая оценку себестоимости продукции и расчет себестоимости продукции (работ и услуг). Отчет обычно включает введение, в котором описываются объем и цели аудита, за которым следует подробный отчет об использованных методологиях. Аудиторы представляют свои выводы, подчеркивая любые несоответствия или недостатки, выявленные в системе учета затрат. Это может включать указание на проблемы, связанные с распределением затрат, колебаниями цен на материалы, эффективностью труда или несоответствиями в учете незавершенного производства (WIP). Раздел выводов аудиторского отчета содержит всесторонний анализ проблем, выявленных в ходе процесса аудита. Каждый вывод сопровождается соответствующими доказательствами, такими как анализ данных, обзоры документации и сравнения фактических затрат с бюджетами. После выводов аудиторы представляют практические рекомендации, направленные на решение выявленных проблем. Эти рекомендации могут включать внедрение улучшенного внутреннего контроля, улучшение обучения персонала, занимающегося учетом затрат, или пересмотр учетной политики для соответствия передовой практике и нормативным стандартам. При необходимости в аудиторском отчете будут изложены конкретные изменения, необходимые в системах учета затрат. Это может включать корректировку распределения затрат, внедрение более точных методов оценки для завершения проекта или совершенствование процедур учета незавершенного производства. В отчете будет подчеркнута важность этих изменений для повышения надежности и точности финансовой отчетности. Завершение аудиторского отчета является критически важным шагом в процессе аудита, поскольку он не только сообщает выводы и рекомендации аудитора, но и служит дорожной картой для организации по улучшению ее практики учета затрат. Обеспечивая прозрачность и подотчетность, отчет помогает строительной организации принимать обоснованные решения, которые способствуют лучшему финансовому управлению и операционной эффективности. В конечном итоге эффективная отчетность и документация укрепляют доверие между заинтересованными

сторонами и помогают поддерживать целостность финансовой отчетности в строительной отрасли.

Выводы. В заключение следует отметить, что методологические аспекты аудита производственных затрат в строительных организациях играют решающую роль в обеспечении точности и надежности финансовой отчетности. Уникальный характер строительных проектов, характеризующийся сложностью и изменчивостью, требует надежных аудиторских методик, которые могут эффективно решать тонкости учета затрат. Глубокое понимание различных компонентов затрат — прямых материалов, рабочей силы, накладных расходов и расходов субподрядчиков — имеет важное значение для аудиторов, чтобы оценить обоснованность распределения затрат и общую целостность финансовой отчетности. Кроме того, применение конкретных аудиторских методов, таких как аналитические процедуры и существенное тестирование, имеет решающее значение для оценки адекватности внутреннего контроля, связанного с управлением затратами. Сосредоточившись на областях, подверженных искажениям, аудиторы могут выявить потенциальные несоответствия и гарантировать, что расчетная стоимость продуктов, работ и услуг отражает истинную экономическую реальность строительных операций. Более того, интеграция современных технологий и аналитики данных в процесс аудита может повысить эффективность аудита затрат, обеспечивая более глубокое понимание поведения затрат и тенденций. Этот методологический подход не только поддерживает соответствие стандартам бухгалтерского учета, но и помогает руководству принимать обоснованные решения. В конечном счете, хорошо структурированная методология аудита способствует прозрачности и подотчетности в учете производственных затрат, тем самым способствуя общему финансовому благополучию строительных организаций. По мере развития отрасли постоянная адаптация аудиторских практик будет иметь важное значение для решения возникающих проблем и сложностей в учете затрат.

ЛИТЕРАТУРА

- 1.Harris, F. Construction Cost Accounting: A Guide for the Construction Manager. New York, "McGraw-Hill," 2019, 417 p.
- 2.Baker, S. Cost Control in Construction: A Practical Guide. London, "Routledge," 202, 384 p.
- 3.Cox, R. Managing the Cost of Construction: A Practical Guide for Contractors and Subcontractors. Boston, "Cengage Learning," 2018, 511 p.
- 4.Kirkham, R. Cost Accounting for Engineers: A Guide to Managing Costs in Construction Projects. Chicago, "Prentice Hall," 2020, 477 p.
- 5.Кравченко, В. Учет производственных затрат в строительстве. Москва, "Финансы и статистика," 2018, 391 с.
- 6.Герасименко, А. Анализ и учет затрат на строительство. Санкт-Петербург, "Питер," 2020, 400 с.

UOT 336.77.01

İNŞAAT TƏŞKİLATLARINDA İSTEHSAL MƏSRƏFLƏRİNİN UÇOTUNUN AUDİTİNİN METODOLOJİ ASPEKTLƏRİ

¹Sevinc Ağaməmməd qızı Abbasova, ²Bəhruz Fərhad oğlu Novruzov
Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti

¹Sevinj.abbasova@yandex.ru, ²Novruzovb38@gmail.com

Xülasə: Tikinti təşkilatlarında məhsulun maya dəyərinin auditinin və məhsulun maya dəyərinin hesablanması metodoloji aspektləri maliyyə düzgünlüyünü və hesabatlılığı təmin etmək üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu proses zamanı auditorlar bir neçə əsas sahəyə diqqət yetirirlər.

Birincisi, onlar məsrəflərin uçotu ilə bağlı daxili nəzarətin adekvatlığını qiymətləndirir, xərclərin uçotu, təsnifatı və hesabatı üçün prosedurların etibarlı olmasını təmin edir. Daha sonra auditorlar əmək, materiallar və əlavə məsrəflər kimi istehsalla bağlı bütün məsrəflərin konkret layihələrə düzgün bölüşdürülməsini təmin etməklə birbaşa və dolay xərclər də daxil olmaqla xərclərin bölüşdürülməsi üsullarının düzgünlüyünü qiymətləndirirlər. Onlar həmçinin müvafiq mühasibat uçotu standartlarına və qaydalarına uyğunluğu yoxlayır, məhsulun maya dəyərinin sənaye praktikasına uyğun olmasını təmin edir. Bundan əlavə, auditorlar xərclərin hesablanması ilə bağlı sənədləri və qeydləri nəzərdən keçirir, hesab-fakturaların, müqavilələrin və vaxt cədvəllərinin düzgünlüyünü yoxlayır. Buraya iddia edilən xərclərin adekvat sübutlarla dəstəklənməsini təmin etmək üçün əhəmiyyətli sınaqların keçirilməsi daxildir. Nəhayət, auditorlar xərclərin idarə edilməsi təcrübələrini təkmilləşdirmək, şəffaflığı artırmaq və maliyyə uyğunsuzluğu riskini azaltmaq üçün tövsiyələr verirlər. Bu metodoloji aspektlərə görə auditorlar tikinti təşkilatlarına istehsal xərclərinin dəqiq uçotunu aparmaqda və əsaslandırılmış qərarların qəbulunu asanlaşdırmaqda mühüm rol oynayırlar.

Açar sözlər: Tikinti təşkilatları, istehsal xərcləri, mühasibat uçotunun auditi, üsulları

UDC 336.77.01

METHODOLOGICAL ASPECTS OF AUDIT OF ACCOUNTING OF PRODUCTION COSTS IN CONSTRUCTION ORGANIZATIONS

¹Sevinj Agamammad gizi Abbasova, ²Bakhruz Farhad oğlu Novruzov

Azerbaijan State Economic University

¹Sevinj.abbasova@yandex.ru, ²Novruzovb38@gmail.com

Summary: The methodological aspects of product costing and product costing audits in construction organizations are critical to ensuring financial accuracy and accountability. Auditors focus on several key areas during this process. First, they evaluate the adequacy of internal controls related to cost accounting, ensuring that the procedures for recording, classifying, and reporting costs are reliable. Auditors then evaluate the accuracy of cost allocation methods, including direct and indirect costs, ensuring that all production-related costs, such as labor, materials, and overheads, are appropriately allocated to specific projects. They also review compliance with relevant accounting standards and regulations, ensuring that product costing is consistent with industry practice. In addition, auditors review documentation and records related to cost accrual, verifying the accuracy of invoices, contracts, and timesheets. This includes conducting substantive testing to ensure that reported costs are supported by appropriate evidence. Finally, auditors provide recommendations to improve cost management practices, increase transparency, and reduce the risk of financial discrepancies. Due to these methodological aspects, auditors play an important role in helping construction organizations to accurately record the cost of production and facilitate informed decision-making.

Keywords: Construction organizations, cost of production, accounting audit, methods

Redaksiyaya daxilolma: 20.10.2024

Çapa qəbul olunma: 15.04.2025



UOT 336

DOI 10.30546/JIECM.2025.1.0150

MALİYYƏ GÖSTƏRİCİLƏRİNİN EKONOMETRİK TƏHLİLİ ÜSULLARI

¹Şalalə Nürəddin qızı Nəbiyeva, ²Fəxriyyə Ələddin qızı İbrahimova

Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti

¹elekberlimehemmed@mail.ru, ²abdullayevafexriyye23@gmail.com

Xülasə. Məqalədə ekonometrik modellərdən istifadənin xüsusiyyətləri, onların populyarlığının səbəbləri müzakirə olunur, həmçinin ekonometrik modellərin qurulması zamanı yarana biləcək əsas problemlər müəyyən edilir.

Açar sözlər: ekonometrika, ekonometrik təhlil, ekonometrik təhlil üsulları, maliyyə göstəriciləri, struktur modellər, funksional modellər.

Giriş. Hazırda biznes şərtlərinin sürətli dəyişilməsi müşahidə olunur, bir çox təşkilat rəqabətə tab gətirə bilmir, böhran vəziyyətində olur və fəaliyyətini dayandırmaq məcburiyyətində qalır [1].

Nəticədə, səmərəli fəaliyyət göstərmək üçün sahibkarlıq subyektləri müəssisənin inkişaf perspektivləri haqqında vaxtında və etibarlı məlumat almalı, bununla da müəyyən vaxtda təşkilatın maliyyə sabitliyindən xəbərdar olmalıdırlar.

Gələcək inkişaf perspektivlərini müəyyən etmək üçün təşkilatın fəaliyyət göstəricilərinin təhlili istənilən təşkilat üçün aktualdır.

Bu gün təşkilatın fəaliyyətində ekonometrik təhlil və modelləşdirmə metodlarından tez-tez istifadə edilmir. Bununla yanaşı iqtisadi proses və hadisələrin hərtərəfli təhlili və proqnozlaşdırılması üçün iqtisadi və riyazi modellərdən istifadə etmək məqsədəuyğundur.

İstifadə olunan modellər arasında iki növ var: struktur və funksional.

Struktur modellər:

- təsərrüfat obyektinin texniki-iqtisadi təşkilini, onun tərkib hissələrini və daxili parametrlərini əks etdirir.

- Bu sinfə sənayelərarası balans modelləri, optimallaşdırma modelləri, ehtiyatlarla idarəetmə modelləri və s.

Funksional modellər:

- obyektin daxili strukturu haqqında əlavə məlumat daxil etmədən tədqiq olunan çıxış və giriş parametrləri arasında qarşılıqlı asılılığın qurulması nəticəsində onun davranışını xarakterizə edir.

- Funksional modellərə reqressiya tənlikləri və eyniliklər sistemləri olan ekonometrik modellər daxildir və onların hər biri tədqiq olunan bir göstəricini müəyyən etmək üçün istifadə olunur.

- bəzi tənliklərdə dəyişən kimi çıxış edən göstəricilər digərlərində digər dəyişənlərin qiymətlərinə təsir edən arqument kimi istifadə olunur.

Dar mənada ekonometrik modellər müəyyən bir zaman dövründə təşkilatda baş verən proseslərin ehtimal xarakterini nəzərə alan tənliklər sistemləridir. Ekonometrik modelin tənliklərinə təsadüfi dəyişənlər də daxildir və onun komponentləri zaman sıraları nəzərə alınmaqla, həmçinin seçmə verilənlər əsasında statistik şəkildə təqdim edilir. Birtərəfli istifadə, həmçinin nəzərdən keçirilən metodların ziddiyyəti əldə edilən hesablamaların etibarlılığının azalmasına kömək edir. Qeyd etmək lazımdır ki, bu modellər bir-birini tamamlayır və təsərrüfat subyektinin vəziyyəti haqqında daha dolğun təsəvvür əldə etməyə imkan verir. Bu onunla izah olunur ki, struktur modelləri qurarkən xarici amilləri tənzimləmək üçün sistemdə mümkün dəyişikliklər haqqında məlumat əldə etmək olar, funksional modelləri öyrənərkən isə obyektin daxili strukturu haqqında fərziyyələr yaranır. Onu da vurğulamaq lazımdır ki, iqtisadi strukturun təhlili üçün vahid model hələ formalaşmayıb, buna görə də bir sistemdə bir neçə ekonometrik və optimallaşdırma modelinin eyni vaxtda istifadəsi bazar şəraitində iqtisadi inkişaf meyillərini hərtərəfli təsvir etməyə imkan verir.

Şəkil 1də ekonometrik modellərdən istifadənin cari səbəbləri təqdim edilmişdir.

**Təsərrüfat subyektinin fəaliyyətinin təhlilində
ekonometrik modellərdən istifadənin xüsusiyyətləri**

ekonometrik təhlil hansı makroiqtisadi göstəricilər arasında asılılıqların yarandığını, iqtisadi hadisələr arasında əlaqələrin və qarşılıqlı əlaqələrin analitik xarakterini və onların ədədi dəyərlərini müəyyən etməyə imkan verir.

ekonometrik modellərdən istifadə iqtisadi inkişafın mənalı təhlilinə və proqnozlaşdırılmasına imkan verir

hərtərəfli ekonometrik modellər birlikdə davam edən struktur və dinamik inkişafı əks etdirir

Şəkil 1. Təsərrüfat subyektinin fəaliyyətinin təhlilində ekonometrik modellərdən istifadənin xüsusiyyətləri

Ekonometrik modellərdən istifadənin xüsusiyyətlərini nəzərdən keçirərək belə bir nəticəyə gələ bilərik ki, ekonometrik metodlar bir anda bir neçə variantı təhlil etmək imkanı verir ki, bu da sahibkarlıq subyekti üçün inkişaf variantlarının nəticələrini müəyyən etməyə imkan verir və eyni zamanda nəzərə alınan göstəricilərin uyğunluğunu təmin edir. Cəmiyyətdə iqtisadi proseslərin tənzimlənməsi mexanizmi (istehsal, mübadilə, istehlak) bir çox mərkəzləşdirilmiş və muxtar qərarlarla əlaqəli olduğundan, makro səviyyədə yekun nəticələrini müstəsna olaraq stoxastik proseslər kimi təsvir etmək olar. Məhz bu proseslərin modelləşdirilməsi üçün ekonometrik təhlil nəzərdə tutulur.

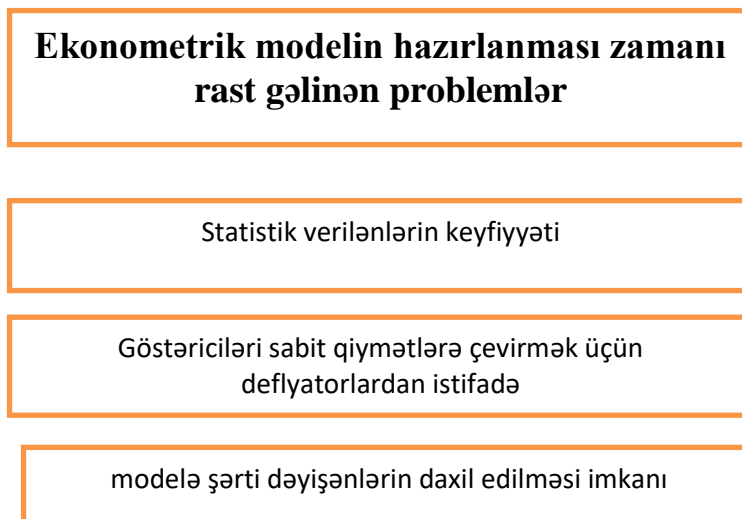
Bundan əlavə, ekonometrik modellər iqtisadi inkişafın nisbətlərinin monitorinqinin effektiv üsuludur [4].

Təsərrüfat subyektinin fəaliyyətinin təhlili zamanı ekonometrik modellərdən istifadənin əsas məqsədi effektiv proqnozlaşdırma metodunu əldə etməkdir. Bundan əlavə, mövcud ekonometrik modellər təkcə proqnozlaşdırma sahəsində deyil, həm də idarəetmə qərarlarının qəbulunda və ayrı-ayrı subyektlər (ölkənin) üçün inkişaf strategiyalarının işlənilməsində istifadə oluna bilər [4].

Ekonometrik təhlil metodikasına daxildir:

- zaman sıraları məlumatlarının keyfiyyət təhlili;
- müvafiq zaman sıraları üçün trend növlərinin və mövsümi komponentlərin seçilməsi;
- model parametrlərinin müəyyən edilməsi və onların adekvatlığının təhlili;
- müvafiq göstəricilər üzrə proqnozların hazırlanması.

Təcrübədə ekonometrik modeli hazırlayarkən çox vaxt bir sıra səbəblərlə bağlı problemlər yaranır (şəkil 2).



Şəkil 2. Ekonometrik modelin hazırlanması zamanı rast gəlinən problemlər

Şəkil 2-də təqdim olunan birinci problemi nəzərə alaraq qeyd etmək lazımdır ki, verilənlərin keyfiyyəti bir neçə amildən asılıdır:

- müşahidə üsullarından keçidlə əlaqədar baş verən dəyişikliklər;
- ilkin uçotun tənzimlənməməsi;
- məcmu göstəricilərin hesablanmasının metodoloji məsələləri.

Göstəricilər arasındakı əlaqələri modelləşdirərkən standart funksiyalar nəzərə alınır:

- məhsulların həcmnin təşkilatın mövcud resurslarından asılılığını xarakterizə edən istehsal;
- resurs qoyuluşlarının həcmnin istehsal gəlirindən və ya istehsal edilmiş məhsulun həcmindən, əsas fondlara və amortizasiya ayırmalarına olan tələbat arasında ki asılılığı əks etdirən investisiya;
- tələb və istehlak funksiyaları.

Bu tənlilər subyektin fəaliyyətinin müxtəlif göstəriciləri arasında əlaqə qurur. Baxılan funksiyalar və ya onların modifikasiyası bütün ekonometrik modellərin tərkib hissəsidir. Eyni zamanda, nəzərdən keçirilən funksiyaların strukturu hazırda tənzimlənmir, ekonometrik sistemə daxil edilmək üçün funksiyaların seçilməsi metodikası müəyyən edilməmişdir. Buna görə də ekonometrik modellər qurularkən göstəricilər arasında əlaqənin ilkin mənalı iqtisadi təhlilinə ehtiyac var [4].

Beləliklə, müasir biznes şəraitində sahibkarlıq subyektlərinin təşkilatın vəziyyəti və inkişaf perspektivləri haqqında vaxtında, keyfiyyətli məlumat alması son dərəcə vacibdir. Bu məqsədlə ekonometrik təhlil və modelləşdirmə üsullarından istifadə olunur. Bu üsullar subyektin inkişafının bir neçə variantını bir anda təhlil etməyə imkan verir və eyni zamanda nəzərdən keçirilən göstəricilərin uyğunluğunu təmin edir. Ekonometrik metodlar iqtisadi inkişafın nisbətlərinin monitorinqinin effektiv üsuludur. Üstəlik, ekonometrik metodların istifadəsində mümkün problemlərə, eləcə də modelləşdirmə prosesinin mürəkkəb şərtlərinə baxmayaraq, qeyd etmək lazımdır ki, ekonometrik modellər demək olar ki, yeganə alternativdir və həm proqnozlaşdırmada, həm də simulyasiya hesablamalarının aparılmasında faydalı ola bilər.

Tədqiqatın obyektı və metodikası. Ekonometrik təhlil üsulları, iqtisadi proseslərin və hadisələrin statistik və riyazi metodlarla təhlili üçün istifadə olunan üsullardır. Bu üsulların obyektı isə iqtisadi verilənlər və iqtisadi modellərdir.

Tədqiqatın məqsədi. Ekonometrik təhlil üsullarının məqsədləri müxtəlifdir və iqtisadi prosesləri daha yaxşı başa düşmək, təhlil etmək və proqnozlaşdırmaq üçün geniş spektri əhatə edir.

Tədqiqatın nəticələrinin müzakirəsi və təhlili. Ekonometrik təhlil üsulunun aparılması prosesində bir neçə əsas mərhələ var. Bu mərhələlər ardıcıl olaraq yerinə yetrildikdə, analizlər daha dəqiq və etibarlı olur.

Elmi yenilik. Ekonometrik təhlil üsulları iqtisadi proseslərin və əlaqələrin kəmiyyət təhlilini həyata keçirmək üçün nəzərdə tutulmuş statistik və riyazi metodlardan istifadə edin bir sahədir. Bu üsullar iqtisadi nəzəriyyələri empirik məlumatlarla sınamaq, iqtisadi hadisələri proqnozlaşdırmaq və qərar qəbul etmə proseslərini dəstəkləmək üçün mühüm vasitələrdir. Ekonometrik təhlil üsullarının elmi yeniliyibir neçə sahədə özünü göstərir:

1. Model qurulması və parametrlərin qiymətləndirilməsi.
2. Yüksək ölçülü məlumatların təhlili.
3. Zaman sırası və panel məlumatların təhlili
4. İnsturmental dəyişənlər və məhdud informasiya maksimum ehtimalları
5. Qeyri xətti və dinamik modellər.
6. Praqnozlaşdırma metodları.

Bu elmi yeniliklər ekonometrik təhlil üsullarının iqtisadi proseslərin daha dərin və əhatəli anlaşılmasına daha dəqiq proqnozların və analizlərin aparılmasına töhfə verir. Ekonometrika sahəsindəki bu irəlləyişlər iqtisadi nəzəriyyələrin praktiki tətbiqini gücləndirir və iqtisadi siyasətlərin effektivliyini artırır.

Praktik əhəmiyyəti. Ekonometrik təhlil üsullarının praktiki əhəmiyyəti genişdir və müxtəlif sahələrdə istifadə edilərək iqtisadi qərarların qəbulunu və iqtisadi siyasətlərin formalaşdırılması dəstəkləyir. Bu metodların praktiki əhəmiyyətini daha ətraflı izah edək:

1. İqtisadi Nəzəriyyələrin test edilməsi.
2. Siyasi analizi və formalaşdırılmaşdırılması.
3. Proqnozlaşdırma.
4. Səbəb-nəticə əlaqələrinin müəyyən edilməsi.
5. Bazarlara nəzarət və tənzimləmə.
6. Maliyyə analizi

İqtisadi səmərəsi. Ekonometrik təhlil üsullarının iqtisadi səmərəsi, onların iqtisadi qərarların qəbulunda və iqtisadi siyasətlərin formalaşdırılmasında verdiyi dəstəkdən irəli gəlir. Bu üsulların iqtisadi səmərəsini daha dəqiq başa düşmək üçün bir neçə aspekti nəzərdən keçirmək olar:

1. Dəqiq və əsaslandırılmış qərar qəbul etmə-ekonometrik təhlil iqtisadi qərarların daha dəqiq və elmi əsaslandırılmış olmasına kömək edir.
2. Risklərin və qeyri-müəyyənliklərin azaldılması-proqnozlaşdırma və risk analizləri ekonometrik metodlarla daha dəqiq həyata keçirilir.
3. Səmərəli resurs ayrılması-ekonometrik təhlil dövlət və özəl sektorun resursları daha səmərəli şəkildə bölüşdürməsinə kömək edir.
4. Politikaların təsirinin qiymətləndirilməsi-hökumətlərin tətbiq etdiyi iqtisadi və social siyasətlərin nəticələri ekonometrik analizlər vasitəsilə qiymətləndirilə bilər.

Nəticə. Ekonometrik təhlil üsullarının nəticələri iqtisadiyyatda müxtəlif sahələrdə önəmli ola bilər. Bunlar aşağıdakılardır:

1. İqtisadi siyasətlərə yönəldilən tövsiyələr.
2. Məhsuldarlıq və effektivlik qiymətləndirilməsi.
3. Təchizat zərurətlərinin proqnozu
4. İqtisadiyyatda riskin qiymətləndirilməsi.

Bu nəticələr iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində strategiya və qərar alma proseslərinə dəstək verir.

ƏDƏBİYYAT

1. Елисеева, И.И. Эконометрика: учебник для магистров. М: Издательство Юрайт, 2017-453 с.
2. Снатенков А.А., Исайчева Е.А. Статистический анализ финансовой устойчивости компаний производства пищевой продукции Российской Федерации// Азимут научных исследований: экономика и управление. 2020 Т.9 №4 (33), с.349-351
3. Цвиль, М.М. Эконометрический анализ финансовой устойчивости организации/М .М. Цвиль// Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук.-2016. №6-с.96-99
4. Эльдяева Н.А. Статистические методы анализа и моделирование развития домашних хозяйств/ Н.А. Эльдяева.- М.: ГОУ ВПО «Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова», 2016.-149 с.

УДК: 336

МЕТОДЫ ЭКОНОМЕТРИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

¹Шалала Нураддин кызы Набиева, ²Фахрия Аладдин кызы Ибрагимова
Азербайджанский Государственный Аграрный Университет
¹elekberlimehemmed@mail.ru, ²abdullayevafexriyye23@gmail.com

Резюме. в статье рассматриваются особенности использования эконометрических моделей, причины их популярности, а также выявляются основные проблемы, которые могут возникнуть при построении эконометрических моделей.

Ключевые слова: эконометрика, эконометрический анализ, методы эконометрического анализа, финансовые показатели, структурные модели, функциональные модели.

UDC: 336

METHODS OF ECONOMETRIC ANALYSIS OF FINANCIAL INDICATORS

¹Shalala Nuraddin Nabiyeva, ²Fakhriyya Aladdin Ibrahimova
Azerbaijan State Agrarian University
¹elekberlimehemmed@mail.ru, ²abdullayevafexriyye23@gmail.com

Summary. the article discusses the features of using econometric models, the reasons for their popularity, and also identifies the main problems that may arise during the construction of econometric models.

Keywords: econometrics, econometric analysis, econometric analysis methods, financial indicators, structural models, functional models.

Redaksiyaya daxilolma: 20.11.2024

Çapa qəbul olunma: 15.04.2025



QEYRI-BƏRABƏR ÖLÇMƏLƏRİN NƏTİCƏLƏRİNİN RANQLAMA METODUNUN KÖMƏYİLƏ İŞLƏNİLMƏSİ

¹Kəmalə Seyfulla qızı Dadaşova, ²İlgün İsmayılov

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC)

¹kamale.dadasheva.74@mail.ru, ²ilgunsmlv@gmail.com

Xülasə: Bu işdə ranqlama metodundan istifadə etməklə qeyri-bərabər ölçmələr nəticəsində əldə edilmiş məlumatların emalı probleminə toxunulur. Qeyri-bərabər ölçmələr verilənlərin müxtəlif vahidləri, miqyası və ya dəqiqlik səviyyələrinə malik olduqda baş verir ki, bu da onları birbaşa müqayisə və təhlil etməyi çətinləşdirir. Sıralama metodu xam məlumatların nisbi ranqlama dəyərlərinə çevrilməsinə imkan verməklə bu problemin həllini təklif edir. Bu işdə sıralama metodundan istifadə etməklə qeyri-bərabər ölçmələr nəticəsində əldə edilmiş məlumatların emalı probleminə toxunulur. Müxtəlif alətlər, vahidlər və ya şkalalardan istifadə etməklə məlumatlar toplandıqda elm və təcrübənin müxtəlif sahələrində qeyri-bərabər ölçmələr baş verir. Bu, məlumatların müqayisəsi və təhlili zamanı çətinliklər yaradır ki, bu da yanlış nəticələrə gətirib çıxara bilər.

Ranqlama metodu müşahidələri dəyər üzrə sıralamağa və hər bir qiymətə dərəcə təyin etməyə imkan verir ki, bu da məlumatları daha müqayisəli edir. Bu yanaşma qeyri-bərabər məlumatların təhlili zamanı vacib olan kənar göstəricilərə və anomal dəyərlərə qarşı müqaviməti təmin edir. Ümumiyyətlə, bu məqalə qeyri-bərabər ölçmələrin nəticələrinin ranqlama metodunun köməyi ilə işlənilməsi haqqında daha ətraflı və məlumatlı bir formada yazılmışdır.

Açar sözlər: Qeyri-bərabər ölçmələr, eksperimental məlumatlar, ranqlama, metod, statistik əhəmiyyət.

Giriş. Müasir elmi tədqiqatlarda və tətbiqi təcrübədə qeyri-bərabər ölçmələr nəticəsində əldə edilən məlumatların təhlilinə çox vaxt ehtiyac yaranır. Fərqli metodlar, alətlər və ya miqyaslardan istifadə etməklə məlumatlar toplandıqda tibb, psixologiya, sosiologiya və iqtisadiyyat kimi müxtəlif sahələrdə qeyri-bərabər ölçülər baş verə bilər. Bu fərqlər müxtəlif amillərlə, o cümlədən məlumatların toplanması üsullarının dəyişməsi, eksperimental şəraitdə dəyişikliklər və ya tədqiqat subyektlərinin xüsusiyyətlərindəki fərqlərlə bağlı ola bilər.

Bu cür məlumatların emalı əhəmiyyətli çətinliklər yaradır, çünki bərabər ölçmə şərtlərini nəzərdə tutan standart statistik üsullar təhrif edilmiş nəticələrə və yanlış nəticələrə gətirib çıxara bilər. Bu kontekstdə ranqlama metodu qeyri-bərabər ölçmələrlə bağlı çətinlikləri aradan qaldırmaq üçün faydalı vasitəyə çevrilir.

Ranqlama metodu məlumatların miqyasına görə sıralanmasına və hər bir müşahidəyə müvafiq dərəcənin verilməsinə əsaslanır. Bu yanaşma bir-birinə bənzəməyən məlumatları nisbi dəyərlərə çevirməyə imkan verir və onları müqayisə edilə bilər. Sıralama təkə təhlili asanlaşdırmır, həm də kənar göstəricilərin və ekstremal dəyərlərin təsirini azaldır ki, bu da məlumatlarda səs-küy və ya anomaliyaların ola biləcəyi hallarda xüsusilə vacibdir.

Bu işin məqsədi qeyri-bərabər ölçmələrin nəticələrinin emalı üçün sıralama metodunun istifadəsini araşdırmaq, onun üstünlüklərini və mənfi cəhətlərini müzakirə etmək, həmçinin bu metodun müxtəlif elmi sahələrdə uğurlu istifadəsinə dair nümunələri təqdim etməkdir. Biz ranqlamanın verilənlərin emalı keyfiyyətini necə yaxşılaşdırma biləcəyini və əldə edilən nəticələrin etibarlılığını necə artırma biləcəyini araşdıracağıq ki, bu da öz növbəsində müvafiq tədqiqatlarda daha məlumatlı nəticələrə və tövsiyələrə töhfə verəcək.

Beləliklə, bu iş qeyri-bərabər ölçülərin idarə edilməsi kontekstində sıralama metodunun aktuallığını və əhəmiyyətini və onun statistika elminin və praktikasının inkişafına potensial töhfəsini əsaslandırmaq məqsədi daşıyır.

Mövzunun aktuallığı: Müasir elmi-praktik kontekstdə verilənlərin emalı effektiv və etibarlı təhlil metodlarından istifadəni tələb edən mühüm vəzifədir. Müxtəlif metodologiyaların, alətlərin və miqyasların istifadəsi nəticəsində yaranan qeyri-bərabər ölçmələr tibb, sosiologiya, iqtisadiyyat və psixologiya da daxil olmaqla müxtəlif tədqiqat sahələrində getdikcə daha çox yayılır. Bu məlumatlar qiymətli informasiya xassələrinə malik olsalar da, nəticələrin düzgün təhlilini və şərhini təmin etmək üçün xüsusi yanaşma tələb edir.

Qeyri-bərabər ölçmələrin işlənməsi üçün rəqləmə metodundan istifadənin aktuallığı bir neçə amillə bağlıdır:

Qeyri-bərabər verilənləri təhlil etməkdə çətinlik: Arifmetik orta kimi standart statistik metodlar heterogen məlumatlarla işləyərkən səmərəsiz və ya hətta yanıltıcı ola bilər. Rəqləmə metodu məlumatların təşkilinə və müqayisə edilməsinə imkan verməklə alternativ təqdim edir.

Kənar tolerantlıq: Qeyri-bərabər ölçmələr analiz nəticələrinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir edən anormal dəyərləri ehtiva edə bilər. Rəqləmə bu cür kənar göstəricilərin təsirini minimuma endirir, nəticədə daha etibarlı və obyektiv nəticələr əldə edilir.

Geniş tətbiq dairəsi: Rəqləmə metodu müxtəlif elmi və praktiki sahələrdə istifadə olunur ki, bu da onu universal alətə çevirir. O, klinik məlumatları, sosioloji sorğuları, iqtisadi göstəriciləri və bir çox digər məlumat növlərini təhlil etmək üçün istifadə edilə bilər.

Məlumatların təhlilində mövcud tendensiyalar: Məlumatların həcmnin artması və onların müxtəlifliyi ilə təhlil üçün yeni metod və yanaşmalara ehtiyac artır. Çeviklik və uyğunlaşma tələb edən müasir tədqiqatlar kontekstində sıralama metodu getdikcə aktuallaşır.

Fərdi həllərin hazırlanması: Sağlamlıq və sosial elmlər kontekstində sıralama diaqnoz və müalicəyə fərdi yanaşmalar yaratmaq üçün istifadə oluna bilər ki, bu da xəstələrin nəticələrini yaxşılaşdırma və qərar qəbul etmə keyfiyyətini yaxşılaşdırma bilər.

Beləliklə, qeyri-bərabər ölçmələrin nəticələrinin sıralama metodu ilə emalı mövzusunun aktuallığı onun mürəkkəb məlumatların təhlili üçün effektiv alətlər təqdim etmək, tədqiqatın dəqiqliyini və etibarlılığını artırmaq, eləcə də müxtəlif sahələrdə çox yönlü və tətbiq etmək qabiliyyətindən ibarətdir. Bu iş bu metodun və onun imkanlarının dərinədən öyrənilməsinə yönəlmişdir ki, bu da öz növbəsində statistika elminin və praktikasının inkişafına öz töhfəsini verəcəkdir.

Məqalənin məqsədi: Rəqləmə metodundan istifadə edərək qeyri-bərabər ölçmələrin nəticələrinin işlənməsidir.

Bu tədqiqatın məqsədi sıralama metodundan istifadə etməklə qeyri-bərabər ölçmələrin nəticələrinin emalı metodologiyasını hazırlamaq və əsaslandırmaq, həmçinin müxtəlif elmi və praktiki kontekstlərdə onun effektivliyini qiymətləndirməkdir.

Bu məqsədə çatmaq üçün qarşıya aşağıdakı vəzifələr qoyulur:

Mövcud məlumatların işlənməsi üsullarının təhlili: Qeyri-bərabər ölçmələrlə məşğul olan zaman ənənəvi statistik metodları və onların məhdudiyyətlərini araşdırın və alternativ yanaşmalara ehtiyacı müəyyənləşdirilir.

Reytinq metodologiyasının işlənilib hazırlanması: Rəqləmə metodunun tətbiqi prosesini, o cümlədən məlumatların toplanması, dərəcələrin təyin edilməsi və onların sonrakı işlənməsi mərhələlərini təsvir edilir, həmçinin onun praktikada tətbiqi üçün tövsiyələr hazırlanılır.

Empirik tədqiqatların aparılması: Müxtəlif sahələrdə (tibb, sosiologiya, iqtisadiyyat və s.) qeyri-bərabər ölçmələri emal etmək üçün sıralama metodundan istifadənin praktiki nümunələrini həyata keçirin, bu da onun effektivliyini və etibarlılığını qiymətləndirməyə imkan verəcəkdir.

Nəticələrin müqayisəsi: Hər bir yanaşmanın üstünlüklərini və çatışmazlıqlarını müəyyən etmək üçün rəqləmə metodundan istifadə etməklə əldə edilmiş nəticələri ənənəvi təhlil metodları ilə müqayisədə qiymətləndirilir.

Tövsiyələrin formalaşdırılması: Təhlil və empirik tədqiqatlara əsaslanaraq, təcrübəçilər və tədqiqatçılar üçün faydalı ola biləcək sıralama metodundan istifadə edərək qeyri-bərabər ölçmələrin işlənməsi prosesinin optimallaşdırılması üçün tövsiyələr hazırlanılır.

Ranqlamanın nəticələrə təsirinin qiymətləndirilməsi: Ranqlama metodunun istifadəsinin elmi tədqiqatlarda əhəmiyyəti barədə fikir verməklə, məlumatların şərhinə və nəticələrdən çıxarılan nəticələrə necə təsir etdiyini araşdırılır.

Beləliklə, tədqiqat qeyri-bərabər ölçmələrin idarə edilməsinə inteqrasiya olunmuş bir yanaşmaya yönəlmişdir ki, bu da məlumatların təhlilinin keyfiyyətini yaxşılaşdıracaq və elmi tədqiqat və təcrübədə daha etibarlı nəticələr verəcəkdir.

Məqalənin məqsədləri: Ranqlama metodundan istifadə edərək qeyri-bərabər ölçmələrin nəticələrinin işlənməsinə həsr olunmuş tədqiqatın bir hissəsi olaraq aşağıdakı məqsədlər vurğulanır:

Reyting metodunun nəzəri əsaslarını öyrənmək: Ranqlama metodunun əsas prinsiplərini və konsepsiyalarını, habelə onun tarixini və inkişafını statistika və məlumatların təhlili kontekstində nəzərdən keçirilir.

Qeyri-bərabər ölçmələrin emalı üçün mövcud üsulların təhlili: Qeyri-bərabər məlumatların təhlili üçün ənənəvi üsulları araşdırılır və müqayisə edilir, onların məhdudiyyətləri və çatışmazlıqları müəyyən edilir və hansı hallarda təsirsiz olduğu aydınlaşdırılır.

Ranqlama metodunun tətbiqi üçün metodologiyanın hazırlanması:

Qeyri-bərabər ölçmələri idarə etmək üçün sıralama metodundan istifadə üçün aydın tövsiyələr tərtib edilir, o cümlədən məlumatların toplanmasından nəticələrin şərhinə qədər emal addımlarının təsviri aparılır.

Empirik tədqiqatların aparılması: Müxtəlif sahələrdə (məsələn, tibb, sosiologiya, iqtisadiyyat) sıralama metodundan istifadənin bir neçə praktik nümunəsini həyata keçirin və əldə olunan nəticələri təhlil edin.

Müqayisəli təhlil: Hər bir yanaşmanın üstünlüklərini və çatışmazlıqlarını müəyyən etmək üçün sıralama metodundan istifadə etməklə əldə edilən nəticələri ənənəvi statistik üsullarla əldə edilən nəticələrlə müqayisə edilir.

Ranqlama nəticələrin düzgünlüyünə və etibarlılığına təsirinin qiymətləndirilməsi: Ranqlama metodundan istifadənin təhlilin nəticələrinin düzgünlüyünə və etibarlılığına, eləcə də məlumatların şərhinə necə təsir etdiyini araşdırılır.

Praktiklər üçün tövsiyələrin işlənilməsi: Tədqiqata əsasən, qeyri-bərabər ölçmələrin təhlilində sıralama metodundan optimal istifadəyə dair praktikantlara və tədqiqatçılara tövsiyələr verilir.

Gələcək tədqiqatlar üçün perspektivlərin araşdırılması: Qeyri-bərabər ölçmələrin emalı və sıralama metodunun, o cümlədən yeni texnika və texnologiyaların tətbiqi sahəsində gələcək tədqiqatlar üçün mümkün istiqamətləri müəyyən etmək.

Bu problemlərin həlli nəticəsində sıralama metodu, qeyri-bərabər ölçmələrin emalı üçün tətbiqi və elmi-praktik fəaliyyətdə əhəmiyyəti haqqında hərtərəfli anlayış əldə ediləcəkdir.

İşin əsas aspektləri:

Ranqlama metodunun mahiyyəti: Ranqlama hər bir ölçmənin nisbi mövqeyini qiymətləndirməyə imkan verən müşahidələri onların qiymətlərinə görə sıralamaqdır. Bu, məlumatların fərqli xüsusiyyətlərə malik olduğu vəziyyətlərdə xüsusilə faydalıdır.

Metodun üstünlükləri:

Həddindən artıq göstəricilərə qarşı möhkəmlik: sıralama ekstremal dəyərlərin ümumi hesaba təsirini azaldır.

Tətbiq asanlığı: metodu həyata keçirmək asandır və mürəkkəb statistik dəyişikliklər tələb etmir.

Çox yönlülük: tibb, sosiologiya, iqtisadiyyat və başqaları kimi müxtəlif sahələrdən məlumatların təhlili üçün uyğundur.

Emal prosesi: Metodun tətbiqi bir neçə mərhələdən ibarətdir: məlumatların toplanması, hər bir müşahidəyə dərəcələrin verilməsi, nəticələrin təhlili və şərh. Adi və orta dərəcələr kimi dərəcələrin hesablanmasına müxtəlif yanaşmalar da müzakirə olunur.

Tətbiq nümunələri: Məqalə klinik tədqiqatlar və sosioloji sorğular da daxil olmaqla qeyri-bərabər ölçmələri təhlil etmək üçün ranqlama metodunun uğurla istifadə edildiyi real tədqiqatlardan nümunələr təqdim edir.

Nəticə: Ranqlama metodundan istifadə edərək qeyri-bərabər ölçmələrin nəticələrinin işlənməsinə həsr olunmuş tədqiqat zamanı aşağıdakı əsas nəticələr əldə edilmişdir:

Ranqlama metodunun effektivliyinin müəyyən edilməsi: Ranqlama metodu qeyri-bərabər ölçülərin idarə edilməsində yüksək səmərəlilik nümayiş etdirərək etibarlı və müqayisə edilə bilən nəticələr əldə etmişdir. Bu, təhlilin dəqiqliyini əhəmiyyətli dərəcədə artıran kənar göstəricilərin və anomal dəyərlərin təsirini minimuma endirməyə imkan verdi.

Tətbiq metodologiyasının inkişafı: Ranqlama metodunun tətbiqinin aydın mərhələləri, o cümlədən məlumatların toplanması, dərəcələrin təyin edilməsi, nəticələrin işlənməsi və şərh formalaşdırılır. Bu metodologiya bir neçə nümunə araşdırmasında uğurla sınaqdan keçirilmişdir.

Empirik Tədqiqat: Tədqiqat tibb və sosiologiya kimi müxtəlif sahələrdə empirik təhlillər aparmışdır. Nəticələr göstərdi ki, sıralama metodu bizə heterogen məlumatlarda əhəmiyyətli nümunələri və meylləri müəyyən etməyə imkan verir.

Müqayisəli təhlil: Ranqlama metodu ilə ənənəvi statistik metodlardan istifadə etməklə əldə edilmiş nəticələrin müqayisəsi göstərdi ki, ranqlama qeyri-bərabər ölçmə şəraitində daha ardıcıl nəticələr verir. Bu, məlumatların fərqli xüsusiyyətlərə malik olduğu vəziyyətlərdə onun faydalılığını təsdiqləyir.

Nəticələrin etibarlılığının artırılması: Ranqlama metodunun istifadəsi məlumatların təhlilindən çıxarılan nəticələrin etibarlılığını və etibarlılığını artırmağa kömək etdi. Bu, nəticələrin düzgün şərhinin vacib olduğu tibbi və sosial tədqiqatlar kontekstində xüsusilə vacibdir.

Təcrübəçilər üçün tövsiyələr: Təhlil əsasında qeyri-bərabər ölçmələri idarə etmək üçün ranqlama metodundan istifadə etmək üçün praktiki tövsiyələr hazırlanmışdır. Bu təlimatlar müxtəlif sahələrdə çalışan tədqiqatçılar və praktiklər üçün faydalı ola bilər.

Gələcək tədqiqatlar üçün perspektivlər: Daha mürəkkəb çoxölçülü məlumatların təhlili üçün ranqlama metodunun uyğunlaşdırılması və müasir maşın öyrənmə texnologiyaları ilə inteqrasiya daxil olmaqla gələcək tədqiqatlar üçün istiqamətlər müəyyən edilmişdir.

Beləliklə, tədqiqatın nəticələri qeyri-bərabər ölçmələrin emalında sıralama metodunun yüksək əhəmiyyətini və effektivliyini təsdiqlədi ki, bu da onun elmi və praktiki tədqiqatlarda tətbiqi üçün yeni imkanlar açır.

ƏDƏBİYYAT

1. A.Məmmədov - Statistika və Rəqəmsal Analiz. – 2013
2. R.İsmayılov - Qeyri-bərabər Məlumatların Statistika Analizi – 2021
3. T.Nəsirov - Statistik Araşdırmaların Metodologiyası və Tətbiqi – 2022
4. A.Məmmədova - Tədqiqatlarda Qeyri-bərabər Ölçmələrin Analizi – 2021
5. F. Wilcoxon - Individual Comparisons by Ranking Methods – 2014
6. M.Hollander - Nonparametric Statistical Methods – 2013
7. В. Зайцева - Методы статистического анализа в социальных науках. – 2013
8. А. Кузнецова - Статистические методы анализа и интерпретации данных. – 2018

УДК 336

ОБРАБОТКА РЕЗУЛЬТАТОВ НЕОДИНАКОВЫХ ИЗМЕРЕНИЙ С ПОМОЩЬЮ МЕТОДА РАНЖИРОВАНИЯ¹Камала Сейфулла гызы Дадашова, ²Ильгюн Исмаилов

Азербайджанский государственный экономический университет (UNEC)

¹kamale.dadasheva.74@mail.ru, ²ilgunsmlv@gmail.com

Резюме. В данном исследовании рассматривается проблема обработки данных, полученных в результате неравных измерений, с использованием метода ранжирования. Несправедливые измерения происходят, когда данные имеют разные единицы измерения, масштабы или уровни точности, что затрудняет их прямое сравнение и анализ. Метод ранжирования предлагает решение этой проблемы, позволяя преобразовывать необработанные данные в относительные значения ранжирования. В данной работе рассматривается проблема обработки данных, полученных в результате неравных измерений, с использованием метода ранжирования. Неравные измерения происходят в разных областях науки и практики, когда данные собираются с использованием разных инструментов, единиц или шкал. Это создает трудности при сравнении и анализе данных, что может привести к получению неверных результатов.

Метод ранжирования позволяет ранжировать наблюдения по значению и присваивать ранг каждому значению, что делает данные более сопоставимыми. Такой подход обеспечивает устойчивость к выбросам и аномальным значениям, что важно при анализе неоднородных данных. В целом данная статья в более подробной и информативной форме написана об обработке результатов неравных измерений с помощью метода ранжирования.

Ключевые слова: Неравные измерения, экспериментальные данные, ранжирование, метод, статистическая значимость.

UDC 336

PROCESSING THE RESULTS OF UNEQUAL MEASUREMENTS WITH THE HELP OF THE RANKING METHOD¹Kamala Seyfulla gizi Dadashova, ²Ilgun Ismayilov

Azerbaijan State University of Economics (UNEC)

¹kamale.dadasheva.74@mail.ru, ²ilgunsmlv@gmail.com

Summary: This study addresses the problem of processing data obtained as a result of unequal measurements using the ranking method. Inequitable measurements occur when data have different units, scales, or levels of precision, making them difficult to directly compare and analyze. The ranking method offers a solution to this problem by allowing raw data to be converted into relative ranking values. This work addresses the problem of data processing obtained as a result of unequal measurements using the ranking method. Unequal measurements occur in different fields of science and practice when data are collected using different instruments, units, or scales. This creates difficulties when comparing and analyzing data, which can lead to incorrect results.

The ranking method allows you to rank the observations by value and assign a rank to each value, making the data more comparable. This approach provides resistance to outliers and anomalous values, which are important when analyzing non-uniform data. In general, this article is written in a more detailed and informative form about processing the results of unequal measurements with the help of the ranking method.

Keywords: Unequal measurements, experimental data, ranking, method, statistical significance.



Redaksiyaya daxilolma: 20.11.2024

Çapa qəbul olunma: 15.04.2025

FİRMANIN İMİCİNİN FORMALAŞMASINDA İCTİMAİYYƏTLƏ ƏLAQƏLƏRİN ROLU

¹Elşən Rövşən oğlu Cəbrayılzadə, ²Müslümat Allahverdi qızı Allahverdiyeva

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti

¹elshanjabrailezadeh@gmail.com, ²allahverdiyeva_muslunat@mail.ru

Xülasə: Tədqiqatın məqsədi - Günümüzün insanları internet vasitəsilə demək olar ki, şirkətlərlə daim və fasiləsiz şəkildə ünsiyyətdə olurlar. Onlar qarşılarına çıxan reklamlara reaksiya göstərərək onları qiymətləndirir, sahib olduqları məhsullar haqqında digər insanlara öz fikirlərini bildirir, şikayət və kömək ehtiyaclarını həmin firmanın məsul şəxsləri ilə bölüşməyə çalışırlar. Bütün bunlar şirkətlərin ictimaiyyətlə əlaqələrinin ən yüksək səviyyədə olmasına, şirkətin imicinin qorunması və daha da yaxşı olması üçün müştərilərlə olan ünsiyyətlərinə maksimum səviyyədə önəm verməsinə stimül verir. Bu tədqiqat şirkətlər üçün ictimaiyyətlə əlaqələrin önəminin hər zamankından qat-qat yüksək olmasını açıqlamaq məqsədi daşıyır.

Tədqiqatın metodologiyası - Tədqiqat zamanı keyfiyyət metodu istifadə edilərək mövzu üzərində nəzəri təhlil aparılacaq informasiyalar toplanacaq. Nəzəri təhlil xüsusi ədəbiyyatlara və bu sahədə peşəkar araşdırmalar aparan internet saytlarına, həmçinin, marketing və sosiologiya sahəsində yazılan akademik məqalələrə əsaslanılıb. Həmçinin, tarix ərzində və müasir dövrdə firmaların apardığı siyasətin və gördüyü işlərinin praktiki nəticəsinə toxunularaq problemlərin mövcud vəziyyətlər vasitəsilə real həyat kontekstində araşdırılması baş tutdu.

Tədqiqatın tətbiqi əhəmiyyəti - Tədqiqatın nəticələrindən ortaya çıxır ki, firmaların öz imiclərini qoruması üçün ictimaiyyətlə əlaqələr bölməsində nələrə diqqət etməli olduqlarını, apardıqları siyasətdə nələrə üstünlük verməli olduqlarını, firmanın imicinin formalaşmasında hansı faktorların ön plana çıxdığını və bu faktorlardan necə düzgün istifadə etməli olduqların araşdırmaq olduqca mühim ehtiyaca çevrilib.

Tədqiqatın nəticələri - İctimaiyyətlə əlaqələr vasitəsi ilə markaya dair məlumatlılığın və öhdəliyin artırılması adətən performans və etibarlılıq standartlarının saxlanmasına və artırılmasına yönəlmiş hər hansı ümumi strategiyanın vacib hissəsidir.

Açar sözlər: İctimaiyyətlə əlaqələr, PR, marketing, şirkət imici, brend

Giriş. Müasir dövrdə şirkətlərin marketing üçün ayırdığı xərclərin önəmli bir hissəsinin ictimaiyyətlə əlaqələr departamentinə yönləndirilir. Bəzi insanlar ictimai əlaqələri elm kimi dəyərləndirərsələr də, lakin bu, davamlı olaraq dəyişikliyə məruz qaldığından ictimaiyyətlə əlaqələri digər elmlər kimi vahid termin və açıqlamalarla ifadə edə bilmərik. Zaman keçdikcə biz ictimai münasibətlərin müxtəlif tərəflərini müşahidə edirik. Bu dəyişikliklər bəzən iqtisadiyyatda müşahidə olunan dəyişikliklərlə, bəzən isə şirkətin istehlakçılarının qavrayış və münasibətlərindəki dəyişikliklərlə bağlıdır. Xüsusilə son dövrlərdə sosial mediaların və texnologiyanın yüksələn inkişafı ilə ictimaiyyətlə əlaqələr də müəyyən dəyişiklərə məruz qalıb.

İctimaiyyətlə əlaqələr media analitikləri, siyasətçilər və siyasətə təsir edənlər, müştərilər və səhmdarlar kimi biznes nəticələrinə təsir edən əsas auditoriyalarla getdikcə etibarlı şəkildə ünsiyyət qurmaqdan ibarətdir. Bu, bütün maraqlı tərəflər üçün təşkilatın markalarının gücünü və dəyərini dəstəkləmək üçün vacib elementdir. Korporativ brendin bütün elementləri, ton və şəxsiyyət, funksional və emosional faydalar, əsas mesaj və son məqsəd, onun reputasiyasına qədər – daxili və xarici auditoriya tərəfindən tam istifadə olunarsa – performans və etibarın artırılmasına kömək edə bilər.

İctimaiyyətlə əlaqələr vasitəsi ilə markaya dair məlumatlılığın və öhdəliyin artırılması adətən performans və etibarlılıq standartlarının saxlanması və artırılmasına yönəlmiş hər hansı ümumi strategiyanın vacib hissəsidir.

1. İctimaiyyətlə Əlaqələrin məqsəd və formasına görə növləri.

İctimaiyyətlə əlaqələrin tarixi və ümumi anlayışı, müasir cəmiyyətlərdə kommunikasiya və ictimaiyyətlə əlaqələrin inkişafında mühüm rol oynayan bir sahəni təşkil edir. PR-ın mənşəyi qədim dövrlərə gedib çıxsada, bu sahə 20-ci əsrin əvvəllərində müasir formada inkişaf etməyə başlamışdır. Tarix boyu liderlər və təşkilatlar ictimaiyyətin fikrini yönləndirmək, təsir göstərmək və mövqelərini möhkəmləndirmək üçün müxtəlif üsullardan istifadə etmişlər, bu da PR-ın əsası olaraq qəbul edilə bilər. PR-ın ən ilkin izlərinə qədim sivilizasiyalarda rast gəlinir. Misirdə fironlar öz hakimiyyətlərini möhkəmləndirmək üçün müxtəlif yazılı sənədlər və abidələr vasitəsilə xalqı məlumatlandırirdılar. Antik Yunanıstanda isə siyasətçilər ictimaiyyətin dəstəyini qazanmaq üçün nitqlər söyləyir və təbliğat xarakterli çıxışlar edirdilər. Romalılar da PR-ın ilkin formalarından istifadə etmişlər: məsələn, Yuli Sezar öz siyasi gücünü artırmaq üçün qələbələrini geniş şəkildə reklam edirdi. Bu dövrlərdə PR daha çox şəxsi maraqlar və gücün təbliği məqsədilə istifadə olunurdu, lakin müasir dövrün anlayışı ilə müqayisədə sisteməlik və strateji deyil, daha təsadüfi şəkildə həyata keçirilirdi. İctimaiyyətlə Əlaqələrin müasir forması 19-cu və 20-ci əsrlərdə sənaye inqilabı və ictimaiyyətin məlumatlandırma üsullarının inkişafı ilə formalaşmağa başladı. Sənaye inqilabı dövründə müəssisələrin böyüməsi, yeni texnologiyaların və kütləvi istehsal üsullarının ortaya çıxması təşkilatların İctimaiyyətlə Əlaqələrə daha çox diqqət yetirməsini tələb etdi. Şirkətlər məhsullarını və xidmətlərini cəmiyyətə təqdim etmək üçün kütləvi kommunikasiya vasitələrindən istifadə etməyə başladılar. Bu dövrdə İctimaiyyətlə Əlaqələrin öncülləri sayılan şəxslərdən biri P.T. Barnum olmuşdur. O, 19-cu əsrdə Amerika cəmiyyətində İctimaiyyətlə Əlaqələr və təbliğat fəaliyyətlərinin atası hesab olunur. Barnum məşhur şoumeni olaraq, diqqəti özünə cəkmək üçün innovativ və qeyri-adi reklam texnikalarından istifadə etmişdir. O, müxtəlif tamaşalar və hadisələr təşkil edərək ictimaiyyətin marağını oyadır və insanların diqqətini özünə cəlb edirdi. İctimaiyyətlə Əlaqələr sahəsində əhəmiyyətli irəliləyişlər 20-ci əsrin əvvəllərində, xüsusilə Ivy Lee və Edward Bernays kimi şəxslərin fəaliyyətləri ilə bağlıdır. Ivy Lee İctimaiyyətlə Əlaqələr sahəsində etik qaydaların əsasını qoyaraq, təşkilatların şəffaflıq və etibarlılıq prinsipləri ilə işləməli olduğunu müdafiə edirdi. O, PR-ın yalnız reklamdan ibarət olmadığını, həm də təşkilatların ictimaiyyəti doğru məlumatlandırmaq məsuliyyətini daşdığını vurğulayan ilk İctimaiyyətlə Əlaqələr mütəxəssislərindən biri olmuşdur. O, "İctimaiyyətə doğru məlumat verin" prinsipini rəhbər tutaraq şirkətlərin şəffaflıqla ictimaiyyətlə əlaqə saxlamalarını vacib hesab edirdi. Edward Bernays isə İctimaiyyətlə Əlaqələr sahəsində daha irəli addımlar atmış və onu elmi əsaslarla izah etməyə çalışmışdır. O, PR-ın psixologiya və sosiologiya ilə əlaqəsini vurğulayaraq, insanların davranışlarını dəyişdirmək üçün strateji kommunikasiya üsullarından istifadə etməyin vacibliyini bildirmişdir. Bernays, "İctimaiyyətlə Əlaqələrin atası" olaraq qəbul edilir və o, kütləvi manipulyasiya texnikalarını və ictimai rəyin formalaşdırılması metodlarını inkişaf etdirmişdir. Onun "propaganda" anlayışı ilə bağlı fəaliyyəti və kitabları PR-ın elmi əsaslarla öyrənilməsinə və inkişafına əhəmiyyətli töhfə vermişdir. [4]

PR tarixi qədim dövrlərə gedib çıxsada, müasir dünyada onun rolu daha çox əhəmiyyət kəsb edir. PR-ın məqsədi təşkilatların ictimaiyyətlə qarşılıqlı faydalı münasibətlər qurmasını təmin etmək və onların fəaliyyətini geniş auditoriyaya düzgün şəkildə çatdırmaqdır. Müasir texnologiyalar PR sahəsində yeni imkanlar yaratmış və təşkilatların ictimaiyyətlə əlaqə qurma metodlarını dəyişmişdir. Buna baxmayaraq, PR-ın əsas prinsipləri olan şəffaflıq, qarşılıqlı kommunikasiya və strateji planlaşdırma bu gün də aktuallığını qoruyur. İctimaiyyətlə Əlaqələrin ümumi anlayışı təşkilatların ictimaiyyətlə qarşılıqlı faydalı və uzunmüddətli münasibətlər qurmaq üçün həyata keçirdiyi fəaliyyətləri əhatə edir. İctimaiyyətlə Əlaqələr sahəsində əsas məqsəd təşkilatın ictimai imicini yaxşılaşdırmaq, onun fəaliyyətini ictimaiyyətə düzgün və pozitiv şəkildə təqdim etmək, eləcə də mümkün olan böhran vəziyyətlərində təşkilatın mövqeyini müdafiə etməkdir. İctimaiyyətlə Əlaqələr geniş fəaliyyət sahəsini əhatə edir və bu fəaliyyətlər arasında media ilə əlaqələr, daxili kommunikasiya,

böhran idarəetməsi, korporativ sosial məsuliyyət, ictimaiyyətin məlumatlandırılması, tədbirlər və kampaniyaların təşkili kimi müxtəlif formalar yer alır. İctimaiyyətlə Əlaqələrin əsas prinsiplərindən biri şəffaflıqdır. Təşkilatlar öz fəaliyyətlərini açıq və dürüst şəkildə təqdim etməli, ictimaiyyəti doğru və vaxtında məlumatlandırmalıdır. Bu, təşkilatın etibarını qorumaq və onun müştəriləri, partnyorları və digər maraqlı tərəfləri ilə sağlam münasibətlər qurmasına kömək edir. Başqa bir mühüm prinsip kommunikasiyanın qarşılıqlı olmasıdır. İctimaiyyətlə Əlaqələr yalnız təşkilatın mesajlarının yayılması ilə məhdudlaşmır; əksinə, təşkilatın ictimaiyyətin rəylərinə və ehtiyaclarına diqqət yetirməsini və onlara cavab verməsini tələb edir. Qarşılıqlı kommunikasiya, təşkilatın auditoriyası ilə yaxın münasibət qurmasına və onların ehtiyaclarını daha yaxşı başa düşməsinə şərait yaradır. İctimaiyyətlə Əlaqələr fəaliyyətlərində strateji planlaşdırma vacib rol oynayır. Təşkilatların məqsədlərinə çatmaq üçün İctimaiyyətlə Əlaqələr strategiyaları diqqətlə və məqsədyönlü şəkildə hazırlanmalıdır. Bu strategiyalarda təşkilatın auditoriyası, məqsədləri, resursları və fəaliyyət sahəsi nəzərə alınmalıdır. Strateji İctimaiyyətlə Əlaqələr planlaması təşkilatın qısa və uzunmüddətli məqsədlərinə nail olmasına kömək edir. [2]

İctimaiyyətlə əlaqələr müəssisələrə səhmdarlar, onların hədəf auditoriyası və ictimaiyyətlə müsbət əlaqələr saxlamağa imkan verir. O, həmçinin şirkətlərə mənfi baxışları idarə etməyə və onların ictimai imicini qorumağa kömək edir. Buna görə də, bu, hər hansı bir təşkilat üçün müasir iş dünyasında naviqasiya etməyə kömək etmək üçün vacib bir vasitədir. Bizneslərin ötürmək istədiyi məlumatdan asılı olaraq, seçmək üçün bir neçə müxtəlif növ ictimai əlaqələr mövcuddur. İctimaiyyətlə Əlaqələrin ən çox yayılmış yeddi növünə nəzər salaq. [1]

Media əlaqələri: PR-in əsas komponenti media ilə əlaqələrdir. Bu, media peşəkarları ilə əlaqələrin qurulmasını və qorunmasını nəzərdə tutur. Məsələn, jurnalistlər, redaktorlar və yayımçılar. Bizneslərin mediada istədiyi xəbəri almasını təmin etmək üçün hekayəniz üçün cəlbedici perspektiv tapmalısınız. Siz bunu maraqlı etmək istəyirsiniz ki, müxbir onu izləmək istəsin. Ağıllı PR planlayıcısı müstəsna press-revizlər hazırlamaqda, münasib vaxtlarda tanınmış aparıcılarla müsahibələri təmin etməkdə və mətbuat konfranslarını planlaşdırmaqda bacarıqlı olacaq. Media əlaqələrinin məqsədi biznesiniz və ya brendiniz üçün əlverişli mətbuat əldə etməkdir. Bu, həmçinin daha geniş ictimaiyyətə reklam etməyə çalışdığınız şeylər haqqında söz almağa kömək edir. Əslində, siz heç bir maliyyə xərci olmadan şirkətinizi, məhsulunuzu və ya son xəbərləri tanımaq üçün mediadan istifadə etmək istəyirsiniz. Media ifşa etmək və böyük auditoriyaya çatmaq üçün təsirli vasitədir. Beləliklə, mətbuatla müsbət əlaqələr qurmaq və saxlamaq çox vacibdir. [4.s. 204]

Strateji kommunikasiyalar: Strateji kommunikasiyalar müəyyən edilmiş məqsədlərə nail olmaq üçün məlumatı inkişaf etdirmək, nəzarət etmək və yaymaq məqsədi daşıyır. Bu tip PR bir səbəbi, xidməti və ya məhsulu inkişaf etdirmək üçün istifadə olunur. Strateji kommunikasiyaları daha ümumi ictimai əlaqələrdən fərqləndirən cəhət ondan ibarətdir ki, o, media əlaqələri, hadisələr və böhran kommunikasiyalarının ənənəvi üsullarından kənara çıxır. Strateji kommunikasiyalar ictimai rəyi dəyişməkdə və mühüm auditoriya və əsas sənaye oyunçuları ilə əlaqələr qurmaqda təsirli olur.

Daxili PR: Şirkət daxilində ünsiyyət daxili ictimaiyyətlə əlaqələrin əsas vurğusudur. Daxili PR təşkilat daxilindəki hər bir fərdin şirkət mesajlaşmasında yer almasını təmin etmək üçün lazımdır. O, hər kəsi hələ ictimaiyyətə məlum olmayan daxili işlər və ya yeni məhsul buraxılışları haqqında məlumatlandırır. Daxili ictimaiyyətlə əlaqələr açıqlanan xarici böhran zamanı vahid cəbhənin təmin edilməsinə kömək edə bilər. Daxili PR kommunikasiyası hər bir maraqlı tərəfin vəziyyəti və onun təsirlərini başa düşməsi üçün aydın və qısa olmalıdır. [2]

İcma Münasibətləri PR: İcma PR-da məqsəd şirkətiniz və xidmət etdiyiniz ictimaiyyət arasında qarşılıqlı əlaqələri yaxşılaşdırmaqdır. İcma ilə əlaqə və cəlbətmə təşəbbüsləri vasitəsilə icma ictimaiyyəti ilə əlaqələr təşkilatınızda anlaşma və inamı artırmaq məqsədi daşıyır. Təşkilati şəffaflıq və icma tələblərinə həssaslıq hər zamankından daha mühümdür. İcma əlaqələri vasitəsilə müəssisələr öz müştəriləri ilə sıx əlaqələr yarada bilərlər. Eyni zamanda, daha yaxşı işləyən dünyanın yaradılmasına töhfə verirlər.

Böhran əlaqələri PR: Fəlakət zamanı böhran kommunikasiyaları insanı, brendi və ya təşkilatı müdafiə edir və qoruyur. Bir şəxsin və ya şirkətin reputasiyasına təhlükə yarada biləcək hər hansı bir vəziyyət böhran hesab olunur. Effektiv böhran kommunikasiyaları vasitəsilə təşkilatlar böhranı əhatə edən hekayəni idarə edə bilirlər. Məqsəd böhranı aradan qaldırmaq üçün hansı tədbirlərin görüldüyünü göstərmək üçün etibarlı və aktual məlumatları ictimaiyyətə çatdırmaqdır. Böhran kommunikasiyalarını tələb edə biləcək hallara aşağıdakılar daxildir:

- Fəlakətli Hadisələr
- Kiberhücumlar
- Şirkət mübahisələri
- Qüsurlu Məhsullar
- Reputasiyaya Xələl gətirmək Potensialı Olan Hər hansı Başqa Hadisə

Sosial Media PR: Sosial Media PR-ı müasir kommunikasiya mənzərəsində mühüm rol oynayır, təşkilatlara öz auditoriyası ilə birbaşa əlaqə qurmaq, vaxtında məlumat paylaşmaq və onlayn mövcudluğunu formalaşdırmaq imkanı verir. Bu, daim dəyişən sosial media mənzərəsinə uyğunlaşma və həssaslıq tələb edən ictimai münasibətlərin dinamik və inkişaf edən aspektidir. Sosial media PR, yerləşdirmədən bir neçə dəqiqə sonra bütün dünyada yeni məhsulları və şirkət xəbərlərini tanımaq üçün mükəmməl versiyadır. Müəssisələr sosial mediada hədəf auditoriyası ilə qarşılıqlı əlaqə quraraq, markanın tanınmasını, legitimliyini və müştəri əlaqəsini artırmaqla bilər. [3]

Həmçinin PR növləri öz məqsədinə görə də müxtəlif şahələrə ayrılır. İctimaiyyəti məlumatlandırma və maarifləndirmə: PR-ın ən əsas növlərindən biri ictimaiyyəti məlumatlandırmaq və maarifləndirməkdir. Bu növ PR-ın məqsədi təşkilatın fəaliyyəti, məhsulları, xidmətləri və ya ictimaiyyət üçün əhəmiyyətli olan digər məlumatları düzgün və vaxtında çatdırmaqdır. Məlumatlandırma və maarifləndirmə strategiyaları təşkilatın etibarının artırılmasına və onun cəmiyyətə töhfələrinin vurğulanmasına kömək edir. Xüsusilə qeyri-hökumət təşkilatları və dövlət qurumları bu növ PR-dan daha çox istifadə edirlər, çünki onların əsas məqsədi insanları sosial və ya ictimai problemlər haqqında məlumatlandırmaq və onları maarifləndirməkdir. Təşkilatlar maarifləndirici kampaniyalar vasitəsilə auditoriyaya yeni ideyalar, dəyərlər və davranış modelləri təklif edə bilər.

İctimaiyyətin inandırılması və mövqə dəyişikliyi: PR-ın növbəti əsas məqsədi auditoriyanın mövqeyini dəyişdirmək və onları müəyyən bir istiqamətə yönləndirməkdir. Bu, xüsusilə marketing PR-da geniş istifadə olunur. Burada əsas məqsəd müəyyən məhsul və ya xidməti auditoriyaya tanımaq və onları həmin məhsul və ya xidməti almağa inandırmaqdır. Eyni zamanda, siyasi PR da bu sahəyə aiddir, çünki siyasi partiyalar və liderlər ictimaiyyəti müəyyən bir namizədə və ya siyasi ideyaya dəstək verməyə inandırmaq məqsədilə PR kampaniyalarından istifadə edirlər. Bu növ PR-da əsasən emosional təsir, araşdırmalarla dəstəklənmiş faktlar və tanınmış şəxslərin tövsiyələrindən istifadə edilir.

Təşkilatın nüfuzunun artırılması və imicinin formalaşdırılması: PR-ın başqa bir məqsədi təşkilatın və ya şəxsiyyətin ictimai nüfuzunun artırılması və imicinin möhkəmləndirilməsidir. Bu növ PR strategiyaları adətən uzunmüddətli olur və təşkilatın cəmiyyətdə necə qəbul edildiyinə diqqət yetirir. Məsələn, brendlər özlərinin müsbət sosial məsuliyyət imicini formalaşdırmaq üçün müxtəlif sosial layihələrdə iştirak edə bilərlər. Eyni zamanda, şirkətlər korporativ sosial məsuliyyət (KSM) kampaniyaları vasitəsilə ictimaiyyətin gözündə nüfuzlarını artırmağa çalışırlar. KSM çərçivəsində ekoloji və sosial problemlərin həlli, humanitar yardımlar və ya könüllülük fəaliyyəti kimi tədbirlər həyata keçirilə bilər.

Münaqişələrin idarə edilməsi və böhran vəziyyətlərinin həlli: PR-ın daha bir növü təşkilatın münaqişəli vəziyyətlərdə nüfuzunu qorumaq və böhranları idarə etmək üçün istifadə olunur. Böhran vəziyyətlərində PR-ın əsas məqsədi yaranmış problemləri həll etmək, ictimaiyyəti düzgün məlumatlandırmaq və təşkilatın nüfuzunu qorumaqdır. Bu növ PR tez və effektiv fəaliyyət tələb edir, çünki gecikmiş və ya yanlış addımlar təşkilatın imicinə ciddi zərər vura bilər. Məsələn, məhsul keyfiyyəti ilə bağlı şikayətlər və ya qanun pozuntuları ilə bağlı ittihamlar zamanı təşkilatlar böhran PR

strategiyalarından istifadə edərək problemləri aradan qaldırmağa və ictimaiyyətin inamını bərpa etməyə çalışırlar. Bu mərhələdə təşkilatların böhrana vaxtında və şəffaflıqla yanaşması əsas rol oynayır.

Bu fərqli PR növləri təşkilatların öz auditoriyaları ilə ünsiyyət qurmaq, çətinlikləri həll etmək və ictimai qavrayışı formalaşdırmaq üçün istifadə etdiyi müxtəlif strategiyaları təmsil edir. Hər bir növ ictimai əlaqələr mənzərəsinin dinamik xarakterini vurğulayan özünəməxsus mülahizələri və nəticələri ilə gəlir.

2. Müasir marketing strategiyasında İctimaiyyətlə Əlaqələrin vacibliyi.

İctimai əlaqələr (PR) müasir marketing strategiyalarında çox mühüm rol oynayır və müştərilərlə, maraqlı tərəflərlə və ümumi ictimaiyyətlə müsbət ictimai imicin formalaşdırılması, etibarın artırılması və uzunmüddətli əlaqələrin qurulması üçün vacib bir vasitə kimi çıxış edir. Bu günün çox rəqabətli və sürətli inkişaf edən bazarında, brendlərin istehlakçıların diqqətini çəkmək uğrunda daim mübarizə apardığı bir dövrdə, PR ənənəvi reklamlardan daha autentik və təsirli bir ünsiyyət vasitəsi təmin edir. Hədəf auditoriyaya uyğun hekayələr yaratmaq və ictimai narahatlıqları ünvanlamaqla, PR brendin imicini formalaşdırmağa kömək edir və onu daha əlaqəli və etibarlı edir. Bundan əlavə, PR təşkilatlarla onların icmaları arasında körpü rolunu oynayır və bu, bazar dəyişikliklərinə və istehlakçı gözləntilərinə uyğunlaşmaq üçün mühüm olan dialoq və rəy mübadiləsinə imkan verir. Bu, xüsusilə rəqəmsal dövrdə önəmlidir, çünki məlumatlar sürətlə yayılır və brendlər həm müsbət, həm də mənfi reklamı real vaxtda idarə etməyə hazır olmalıdır. Effektiv PR kampaniyaları bir şirkətin reputasiyasını yüksəldə, media təmsilçiliyini artırır və ümumi brend məlumatlılığını gücləndirə bilər ki, bu da nəticə olaraq müştəri sədaqətinin artmasına və biznesin böyüməsinə səbəb ola bilər. PR-ı marketing strategiyalarına inteqrasiya etməklə, şirkətlər daha hərtərəfli yanaşma təmin edə, korporativ kimliklərini auditoriyalarının dəyərləri və maraqları ilə uyğunlaşdırma və eyni zamanda potensial riskləri qabaqcıl ünsiyyət vasitəsilə azaltmış olurlar. Ənənəvi reklam üsullarının effektivliyi azaldıqca, təşkilatlar öz auditoriyaları ilə orijinal və cəlbedici ünsiyyətə ehtiyac olduğunu daha çox dərk edirlər. Müasir marketing strategiyalarının formalaşdırılmasında İctimaiyyətlə Əlaqələrin əsas rolunu, bu iki fən arasında qarşılıqlı əlaqəni və onların brend uğuruna kollektiv təsirini araşdırmaq önəmlidir. Bir istiqamətli kommunikasiya və idarə olunan mesajlaşmanın üstünlük təşkil etdiyi ənənəvi marketing paradigması dərin transformasiyaya məruz qalmışdır. [10]

Rəqəmsal əsrdə istehlakçılar artıq informasiyanın passiv alıcısı deyil, dinamik söhbətin fəal iştirakçılarıdır. Bu dəyişiklik brendlərin öz auditoriyasına yanaşma tərzini əsaslı şəkildə dəyişdirərək daha interaktiv və orijinal yanaşma tələb edir. İctimaiyyətlə əlaqələr təşkilatlar və onların səhmdarları arasında körpü rolunu oynayan bu yeni paradigmada kritik oyunçu kimi meydana çıxır. Ənənəvi modeldə marketing söyləri ilk növbədə televiziya, radio və çap mediası kimi kanallar vasitəsilə diqqətlə hazırlanmış mesajların yayılmasına yönəldilmişdir. Bununla belə, internetin və sosial medianın yaranması istehlakçılara informasiyaya misli görünməmiş çıxış imkanı və fikirlərini bildirmək üçün platforma verib. Nəticədə, brendlər orijinallığın və şəffaflığın müzakirə oluna bilməyəcəyi bir mühitdə işləyirlər. Əlaqələrin qurulmasına və ikitərəfli ünsiyyətin inkişafına əsas diqqət yetirməklə ictimaiyyətlə əlaqələrə daxil olun. PR mütəxəssisləri auditoriya ilə əlaqə saxlamağın, onların rəylərini dinləmənin və söhbətlərdə fəal iştirak etməyin vacibliyini dərk edirlər. Bu proaktiv yanaşma seçdikləri brendlərlə mənalı əlaqələr axtaran müasir istehlakçıların gözləntiləri ilə üst-üstə düşür. Üstəlik, inkişaf edən paradigma marketingdə hekayənin əhəmiyyətini vurğulayır. Bir brendin sadəcə öz məhsul və ya xidmətlərini nümayiş etdirməsi artıq kifayət deyil; istehlakçılar öz dəyərləri və istəkləri ilə səsleşən povestlərə can atırlar. PR, cəlbedici hekayələr hazırlamaqda təcrübəsi ilə təşkilatlara tranzaksiyadan kənara çıxan bir brend hekayəsini formalaşdırmaqda kömək etmək üçün əvəzolunmaz bir aktivə çevrilir. Bu inkişaf edən paradigmada marketing və İctimaiyyətlə Əlaqələrin yaxınlaşması inteqrasiya olunmuş kommunikasiya strategiyalarının yüksəlişində aydın görünür. Təşkilatlar marketing, PR və digər kommunikasiya intizamları arasındakı sərhədlərin bulanıq olduğu bir mənzərədə gizli yanaşmaların artıq effektiv olmadığını başa düşürlər. Marketing və PR elementlərini mükəmməl şəkildə birləşdirən inteqrasiya olunmuş kampaniyalar bütöv və ardıcıl brend

təcrübəsini təmin edərək normaya çevrilir. İnkişaf edən marketinq paradigması əhəmiyyətli, birtərəfli kommunikasiya modellərindən uzaqlaşmağı zəruri edir. İstehlakçılar indi nişan, şəffaflıq və həqiqilik gözləyirlər. Münasibətlərin qurulmasına, hekayələrin hazırlanmasına və müasir kommunikasiya kanallarının mürəkkəbliklərində naviqasiyaya yönəlmiş ictimai əlaqələr müasir dövr üçün uğurlu marketinq strategiyalarının formalaşdırılmasında əvəzsiz komponent kimi ortaya çıxır. Marketinq və PR arasındakı bu simbiotik əlaqə sadəcə mövcud tendensiyalara cavab deyil; dinamik bazarda rezonans və aktualıq axtaran təşkilatlar üçün strateji vacib şərtidir. [8.s. 122]

PR-in əhəmiyyətini dərk etmək üçün bir neçə real iş və misal üzərindən araşdırma aparmaq olar. Bir çox tanınmış brend PR strategiyalarının köməyi ilə böhranların öhdəsindən gəlib və öz mövqelərini daha da gücləndirib. Məsələn, 2010-cu ildə BP şirkətinin başına gələn neft sızması hadisəsi böyük bir ekoloji fəlakətə səbəb oldu və şirkətin ictimai imici ciddi şəkildə zərər gördü. Bu hadisədən sonra BP üçün ictimaiyyətlə əlaqələr daha böyük önəm daşımağa başladı. Şirkət yalnız maliyyə və texniki problemlərlə deyil, həm də zədələnmiş ictimai etibarını bərpa etməklə məşğul oldu. Burada PR-in məqsədi böhranı idarə etmək və ictimaiyyətə hadisə ilə bağlı düzgün məlumat vermək idi. BP, PR strategiyalarından istifadə edərək, hadisəni minimal itki ilə idarə etməyə çalışdı, ekologiyaya verdiyi zərərləri azaltmaq üçün fəaliyyətlərini göstərdi və zərərçəkənlərə dəstək olmaq üçün müxtəlif tədbirlər keçirdi. Şirkət həmçinin uzunmüddətli kampaniyalarla yenidən öz imicini bərpa etməyə çalışdı. [11] PR strategiyalarının brendin mövqeyini və etibarını gücləndirdiyinin digər bir real nümunəsi isə Nike şirkəti ilə bağlıdır. 1990-cı illərdə Nike, uşaq əməyindən istifadə etməkdə ittiham edildiyi üçün ciddi ictimai təzyiqlərlə üzləşdi. Şirkətin PR şöbəsi bu böhranı həll etmək üçün strategiyalar hazırladı. Nike, şəffaflığı artırmaq və işçi hüquqlarını qorumaq məqsədilə bir sıra dəyişikliklərə getdi. PR strategiyaları çərçivəsində Nike, işçi şəraitinin yaxşılaşdırılması ilə bağlı tədbirlər gördüyünü göstərdi və bu sahədə aparıcı bir rol oynamağa çalışdı. Nəticədə şirkət öz imicini xeyli yaxşılaşdırdı və hazırda sosial məsuliyyətə xüsusi diqqət yetirən brendlərdən biri kimi tanınır. Digər bir maraqlı misal isə Starbucks ilə bağlıdır. Starbucks brendi, yalnız məhsulları ilə deyil, həm də sosial məsuliyyət sahəsində gördüyü işlərlə tanınır. PR strategiyaları vasitəsilə Starbucks, ekoloji və sosial məsuliyyət məsələlərinə ciddi yanaşdığını göstərdi. Şirkət müntəzəm olaraq ekologiya, ədalətli ticarət və işçi hüquqları sahəsində yeni təşəbbüslərlə çıxış edir. Starbucks-un PR strategiyaları ictimaiyyətlə əlaqələrində brendin şəffaflıq, dürüstlük və sosial məsuliyyət məsələlərinə verdiyi əhəmiyyəti göstərməklə onu daha çox istehlakçıların rəğbətini qazanan bir marka halına gətirdi. [12]

Müasir marketinq strategiyalarında PR yalnız böhran zamanı istifadə edilmir. Uğurlu kampaniyalar və yeni məhsulların təqdimatı zamanı da PR mühüm rol oynayır. Məsələn, Apple brendi hər bir yeni məhsul təqdimatında PR strategiyasından geniş şəkildə istifadə edir. Şirkət, məhsul təqdimatlarını yalnız reklamla deyil, həm də PR vasitəsilə idarə edir. Məhsulların təqdimatından əvvəl və sonra keçirilən tədbirlər, media ilə əməkdaşlıq və s. PR vasitəsilə Apple-in brend imicini daha da gücləndirir və istehlakçılara innovativ və qabaqcıl texnologiyaları təqdim edir. PR-in effektivliyi yalnız böyük brendlər üçün deyil, kiçik və orta müəssisələr üçün də əhəmiyyətlidir. Məsələn, yerli bir restoran, müştəri məmnuniyyəti və ictimaiyyətlə müsbət əlaqələr vasitəsilə uğurlu PR kampaniyaları həyata keçirə bilər. Xüsusilə sosial media platformalarının geniş yayılması PR strategiyalarının daha əlçatan və təsirli olmasına imkan yaradır. Sosial media vasitəsilə kiçik müəssisələr öz məhsullarını və xidmətlərini daha geniş kütlələrə çatdırmaq imkanı əldə edir. Həmçinin, müştəri rəyləri və ictimaiyyətlə qarşılıqlı əlaqə qurmaq üçün PR vasitələri kiçik müəssisələrə müsbət brend imici formalaşdırmaq üçün əvəzsiz imkanlar yaradır. PR strategiyaları yalnız reklamdan ibarət deyil. Müasir dövrdə PR, brendlərin cəmiyyətdə hansı mövqedə durduğunu və hansı dəyərləri təmsil etdiyini göstərmək üçün istifadə olunan bir vasitədir. İstehlakçılar artıq yalnız məhsulun keyfiyyətinə deyil, həm də onun arxasında duran şirkətin sosial məsuliyyətinə və dəyərlərinə də önəm verirlər. Məsələn, Coca-Cola şirkəti müntəzəm olaraq ekoloji məsuliyyət layihələrində iştirak edir və bu fəaliyyətlərini geniş şəkildə PR vasitəsilə ictimaiyyətə çatdırır. Şirkət bu təşəbbüslərlə yalnız öz məhsullarının tanıtımını həyata keçirmir, həm də ekoloji məsuliyyətə sadıqlığını göstərir, bu da istehlakçıların nəzərində müsbət imic yaradır. [13]

Brendinqin inkişafı: Müasir biznesin şiddətli rəqabət mənzərəsində brendin etibarlılığı uğurun təməli kimi dayanır. İctimaiyyətlə Əlaqələr brendin etibarlılığını yaratmaq və artırmaq üçün bir sıra strateji alətlərdən istifadə edərək bu arenada mərkəzi yer tutur. Etibarlılıq sadəcə bir söz deyil; bu, istehlakçı inamının qurulduğu, sədaqətinin formalaşdığı və uzunmüddətli münasibətlərin qurulduğu təməldir. Öz mahiyyətində brendin etibarlılığı istehlakçının gözündə etibarlı, etibarlı və orijinal kimi qəbul olunmaqdır. Məlumatın bol olduğu, lakin diqqətin tez keçdiyi bir dünyada bu etimadın yaradılması və qorunub saxlanması böyük bir problemdir. Rezonans doğuran povestlər, həqiqəti əks etdirən mesajlar və araşdırmaya tab gətirən münasibətlər yaratmaq üçün öz təcrübəsindən istifadə edərək, PR addım atdığı yerdir. Strateji hekayələr PR-nin brend etibarını yaratmaq üçün yanaşmasının əsasını təşkil edir. Diqqətlə qurulmuş hekayələr vasitəsilə təşkilatlar öz auditoriyaları ilə daha dərin, emosional səviyyədə əlaqə saxlaya bilərlər. Bu hekayələr bir məhsulun xüsusiyyətləri və faydalarından kənara çıxır; onlar brendin dəyərlərini, missiyasını və dünyada etmək istədiyi müsbət təsiri əhatə edir. Brendin humanistləşdirilməsi ilə PR, etibarlılığın əsasını qoyaraq, əlaqəli və orijinal bir şəxsiyyət yaradır. PR-in digər əsas aspekti olan media əlaqələri brendin etibarlılığının artırılmasında mühüm rol oynayır. İstər ənənəvi satış məntəqələri, istərsə də rəqəmsal platformalar vasitəsilə müsbət media əhatəsinin təmin edilməsi üçüncü tərəfin təsdiqini təmin edir. Nüfuzlu mənbələr brendi və ya onun təşəbbüslərini təsdiqlədikdə, bu, özünü tanımaqdan kənara çıxan etibarlılıq qatını əlavə edir. PR mütəxəssisləri jurnalistlər və təsir edənlərlə əlaqələr qurur, brendin medianın gözündə müsbət mövqe tutmasını təmin edir. İnformasiya şəffaflığı əsərində istehlakçılar fərqləndirlər və həqiqiliyə dəyər verirlər. PR ünsiyyət səylərini təşkilatı dəyərlərlə uyğunlaşdırır, ictimaiyyətə çatdırılan mesajların brendin hərəkətləri ilə uyğun olmasını təmin edir. Orijinallıq yalnız marketinq şüarı deyil; bu, şəffaflığa, etik təcrübələrə və həqiqi əlaqəyə sadıqlıqdır. PR strategiyaları bu orijinallığı gücləndirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur, markanın dedikləri ilə onun etdikləri arasında uyğunluq yaradır. Bundan əlavə, PR-nin rolu brendin etibarlılığının qorunmasında mühüm komponent olan böhran kommunikasiyasına qədər uzanır. Heç bir təşkilat problemlərdən immun deyil və brendin böhranları necə idarə etməsi onun necə qəbul olunduğuna dərindən təsir edir. Çətin dövrlərdə operativ, şəffaf və orijinal cavab verməklə, PR mütəxəssisləri brendin etibarlılığını qorumağa və ya hətta bərpa etməyə töhfə verirlər. Brendin etibarlılığını artırmaq köməkçi məqsəd deyil, müasir marketinqdə strateji imperativdir. Strateji hekayələr, media əlaqələri, orijinallıq və böhran idarəçiliyinə diqqət yetirən İctimaiyyətlə Əlaqələr bu etibarlılığın yaradılmasında və qorunmasında əsas rol oynayır. İstehlakçının nəzərində etibarlı brend sadəcə məhsul və ya xidmət deyil; o, seçimlər dənizində etibarlı müttəfiqdır və PR bu səyahətə rəhbərlik edən kompasdır.

Nəticə. Demək olar ki, hər bir şirkətin marketinq büdcəsi olduğu vaxtlarda, İctimaiyyətlə Əlaqələr, markanın təşviqi strategiyasını digərlərindən fərqləndirmək üçün açıq seçimə çevrilir. Hekayə və ya bəzi faydalı məlumatların əlavə edilməsi brendə marketinq məlumatlarının qarışıqlığını aradan qaldırmağa kömək edir və bu yolla PR öz funksiyasını yerinə yetirir. İctimaiyyətlə Əlaqələr şirkətə əlavə dəyər qatır və istehlakçılarla markaya maraq yaradan və onu istehlakçıların aid edə biləcəyi sosial bir əmtəə halına gətirən şəkildə əlaqə qurur. Marketoloqlar getdikcə daha çox marka dəyəri yaratmaq, brendin canlılığını qorumaq və marka etibarını yaratmaq üçün PR-a üstünlük verməyə başladılar. Bütün bu səbəbləri nəzərə alaraq firmaların öz imiclərini qoruması üçün ictimaiyyətlə əlaqələr bölməsində nələrə diqqət etməli olduqlarını, apardıqları siyasətdə nələrə üstünlük verməli olduqlarını, firmanın imicinin formalaşmasında hansı faktorların ön plana çıxdığını və bu faktorlardan necə düzgün istifadə etməli olduqların araşdırmaq olduqca mühim ehtiyaca çevrilib.

ƏDƏBİYYAT

1. Glen M. Broom and others. Cutlip and Center's Effective Public Relations. // - 2019, s. 45-67
2. Grunig, James E. Managing Public Relations. // - 1984, s. 112-138
3. Grunig, James E and others. Models of Public Relations and Communication. // - 2008, s. 89-104
4. Maines David R. The Social Construction of Meaning. // - 2000, s. 203-218

5. McNamara Robert. Edward Bernays, Father of Public Relations and Propaganda. // - 2021, s. 54-73
6. Black Sam. Introduction to Public Relations. // - 1989, s. 32-58
7. Vitale, Joe. There's a Customer Born Every Minute: P.T. Barnum's Secrets to Business Success. // - 1998, s. 76-95
8. Cutlip, Scott M. The Unseen Power: Public Relations, A History. // - 1994, s. 120-142
9. Heath, Robert L. and Coombs, W. Timothy. Today's Public Relations: An Introduction. // - 2006, s. 66-84
10. Harlow, Rex F. Public Relations: Definitions and Trends. // - 1976, s. 13-29
11. Smith, N. Craig, and Ashford, E. BP and the Deepwater Horizon Disaster of 2010. // - INSEAD Case Study, 2012, s. 15-38.
12. Starbucks Corporation. Global Social Impact Report. // - 2019, s. 45-67.
13. Isaacson, Walter. Steve Jobs. // - Simon & Schuster, 2011, s. 223-255.

УДК 330.35

РОЛЬ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА КОМПАНИИ

¹Эльшан Ровшан оглы Джабраилзаде, ²Муслимат Аллахверди гызы Аллахвердиева
Азербайджанский Государственный Экономический Университет
¹elshanjabrailzadeh@gmail.com, ²allahverdiyeva_muslunat@mail.ru

Резюме: *Цель исследования* - Целью данного исследования является то, что современные люди находятся в постоянной и непрерывной коммуникации с компаниями через интернет. Они реагируют на рекламу, с которой сталкиваются, оценивают её, делятся своими мнениями о продуктах с другими людьми и пытаются донести свои жалобы и потребности до ответственных лиц в компании. Все эти факторы побуждают компании поддерживать свои связи с общественностью на высоком уровне и уделять первостепенное внимание взаимодействию с клиентами, чтобы защитить и улучшить имидж компании. Исследование направлено на объяснение возросшей важности связей с общественностью для компаний в современном мире.

Методология - В ходе исследования использовались качественные методы для проведения теоретического анализа собранной информации. Теоретический анализ основан на специализированной литературе, профессиональных исследовательских сайтах в данной области и академических статьях по маркетингу и социологии. Кроме того, были рассмотрены политики и действия, предпринятые компаниями на протяжении истории и в современности, чтобы изучить проблемы в контексте реальных ситуаций.

Практическая значимость - Результаты исследования показывают, на что компании должны обращать внимание в своих отделах связей с общественностью для защиты имиджа, какие аспекты приоритизировать в своих политиках, какие факторы играют ключевую роль в формировании имиджа компании и как правильно использовать эти факторы. Это стало важной необходимостью.

Результаты - Повышение осведомленности и приверженности бренду через связи с общественностью часто является неотъемлемой частью общей стратегии, направленной на поддержание и улучшение стандартов производительности и надежности..

Ключевые слова: Связи с общественностью, PR, маркетинг, имидж компании, бренд

UDC 330.35

THE ROLE OF PUBLIC RELATIONS IN SHAPING THE IMAGE OF A COMPANY

¹Elshan Rovshan oğlu Jabrailzadəh, ²Muslim Allahverdi gizi Allahverdiyeva
Azerbaijan State University of Economics

¹elshanjabrailzadeh@gmail.com, ²allahverdiyeva_muslunat@mail.ru

Summary: The purpose of the research - The purpose of this research is that today's people are in constant and uninterrupted communication with companies through the internet. They react to the advertisements they encounter, evaluate them, share their opinions about the products they own with others, and try to share their complaints and needs with the responsible individuals at the company. All these factors encourage companies to maintain their public relations at the highest level and to prioritize their communication with customers to protect and enhance the company's image. This research aims to explain the increased importance of public relations for companies today.

Methodology - During the research, qualitative methods were used to conduct a theoretical analysis of the collected information. The theoretical analysis is based on specialized literature, professional research websites in this field, and academic articles written in marketing and sociology. Additionally, the policies and actions taken by companies throughout history and in modern times were examined in practical terms to investigate problems in the context of real-life situations.

Practical significance - The results of the research show what companies need to pay attention to in their public relations departments to protect their image, what aspects to prioritize in their policies, which factors are critical in shaping the company's image, and how to properly utilize these factors. This has become an important necessity.

Findings - Enhancing awareness and commitment to the brand through public relations is often an essential part of any overall strategy aimed at maintaining and improving performance and reliability standards.

Keywords: Public relations, PR, marketing, company image, brand

Redaksiyaya daxilolma: 10.09.2024

Çapa qəbul olunma: 15.04.2025



