

TIKİNTİNİN İQTİSADİYYATI VƏ MENECMENT

№ 3 - 2024

ELMİ-PRAKTİKİ JURNAL

SCIENTIFIC AND PRACTICAL JOURNAL

*2015-ci ildən nəşr edilir
İldə 4 dəfə nəşr edilir*

*First published in 2015
It is published 4 times a year*

Təsisçi:
Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti

Founder:
Azerbaijan University of Architecture and Construction

Təsisçinin hüquqi ünvanı:
*Azərbaycan, Bakı şəh., AZ 1073, Ayna
Sultanova küçəsi 11*

Publisher address:
*Azerbaijan, Baku, AZ 1073, Ayna Sultanova
Street 11*

*Jurnal Universitetin "Biznesin iqtisadiyyatı və
menecment" kafedrası tərəfindən hazırlanır və
çapa təqdim edilir*

*The journal is being prepared and submitted
for publication by the Department of Business
Economics and Management of the Azerbaijan
University of Architecture and Construction*

*Azərbaycan Respublikası Ədliyyə
Nazirliyində qeydiyyatda alınıb.
Reyestr № 4024. (02.12.2015)*

*Registered with the Ministry of Justice of the
Republic of Azerbaijan. Register № 4024,
(02.12.2015)*

*Azərbaycan Respublikasının Prezidenti
yanında Ali Attestasiya
Komissiyasının 04.07.2018-ci il tarixli
№ 11-R qərarı ilə Azərbaycan
Respublikasında dissertasiyaların
əsas nəticələrinin dərc olunması tövsiyə
edilən dövrü elmi nəşrlərin
siyahısına daxil edilmişdir*

*04.07.2018 of the Higher Attestation Commis-
sion under the President of the Republic of
Azerbaijan, the recommended period for the
publication of the main results of dissertations
in the Republic of Azerbaijan was included in
the list of dissertations in the Republic of
Azerbaijan. scientific publications According
to the decision No. 11-R dated*

Redaksiyanın ünvanı:

*Memarlıq və İnşaat Universiteti, tel.:
(+99412)538 92 83
daxili – 589, 497-05-13*

Editorial office:

*Azerbaijan University of Architecture and
Construction, tel .: (+99412) 538 92 83
internal - 589, 497-05-13*

E-mail: info@timjurnal.az

E-mail: info@timjurnal.az

Jurnalın rəsmi saytı:
<https://timjurnal.az/>

Official website of the magazine:
<https://timjurnal.az/>

*Məqalələrdəki fikirlər müəlliflərə aiddir və
Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universite-
tinin fikirləri ilə üst-üstə
düşməyə bilər*

*The opinions in the articles belong to the
authors and may not coincide with the
opinions of the Azerbaijan University of
Architecture and Construction*

BAŞ REDAKTOR

Məhəbbət Məmmədov
i.e.d., professor, "Biznesin iqtisadiyyatı və menecment" kafedrasının müdiri
Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti

EDITOR-IN-CHIEF

Makhabbat Mammadov
Doctor of Economics, Professor, Head of the
Department "Business Economics and
Management", AACU

BAŞ REDAKTORUN MÜAVİNİ

Ələsgər Əliyev
i.e.n., dosent
Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti

DEPUTY EDITOR-IN-CHIEF

Alasgar Aliyev
Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor, AACU

MƏSUL KATİB

Lalə Ələkbərova
Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti

EXECUTIVE SECRETARY

Lala Alekperova
AACU

REDAKSİYA HEYƏTİ

Ziyad Səmədzadə
i.e.d., professor, akademik,
Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası

EDITORIAL TEAM

Ziyad Samedzade
Doctor of Economics, Professor, Academician,
Azerbaijan National Academy of Science

Telman Əliyev
t.e.d., professor, akademik,
Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası

Telman Aliev
Doctor of Technical Sciences, Professor,
Academician, ANAS

Ahmet Kemal Çələbi (Türkiyə)
dr., professor,
Manisa Cəlal Bayar Universiteti

Ahmet Kemal Chalabi (Turkey)
Doctor, Professor,
Jalal Bayar Manisa University

Vahid Novruzov
i.e.d., professor, Azərbaycan Respublikası
Auditorlar Palatasının sədri

Vahid Novruzov
Doctor of Economics, Professor, Chairman of
the Audit Chamber of the RA

Vilayət Vəliyev
i.e.d., professor,
Azərbaycan Texniki Universitetinin rektoru

Vilayat Valiyev
Doctor of Economics, Professor, Rector of
Azerbaijan Technical University

Aleksey Harlanov (Rusiya)
i.e.d., professor, Rusiya Xarici İşlər
Nazirliyinin Diplomatik Akademiyası

Alexey Kharlanov (Russia)
doctor of economic sciences, professor,
Diplomatic Academy of the Russian Foreign
Ministry

Aleksandr Siçinava (Gürcüstan)
i.e.d., professor, Gürcüstan Texniki
Universiteti

Alexander Sichinava (Georgia)
Doctor of Economic Sciences, professor,
Technical University of Georgia

İmran Əkpərov (Rusiya) i.e.d., professor, <i>Rusiya Federasiyasının</i> <i>İdarəetmə, Biznes və Hüquq</i> <i>İstitutunun rektoru</i>	Imran Akperov (Russia) Doctor of economics, professor, Rector of the Institute of Management, Business and Law of the Russian Federation
Oksana Krivoruçko (Ukrayna) i.e.d., professor, <i>Xarkov Milli Nəqliyyat və</i> <i>Avtomobil Yolları Universiteti</i>	Oksana Krivoruchko (Ukraine) Doctor of Economics, Professor, Kharkiv National Transport and Highway University
Kərim Atayev (Rusiya) PhD, dosent, <i>Rusiya Federasiyası Keyfiyyət</i> <i>Problemləri Akademiyasının müxbir üzvü</i>	Kerim Ataev (Russia) PhD, Corresponding Member Academy of Quality Problems of the RF
Tatyana Qalinskaya (Ukrayna) t.e.n., dosent, " <i>Yuri Kondratyuk adına Poltava</i> <i>Politehnika</i> " Milli Universiteti	Tatyana Galinskaya (Ukraine) Doctor of Technical Sciences, Associate Professor, PPNU named after Yuri Kondratyuk
Evgeniy Rassoha (Belarus Respublikası) i.e.d., dosent, <i>Belarus Dövlət Texnologiya</i> <i>Universiteti</i>	Evgeniy Rassokha (Republic of Belarus) associate professor, <i>Belarusian State</i> <i>Technological University</i>
Ədalət Əliyev t.e.d., i.e.d., <i>nəqliyyat doktoru, professor,</i> <i>Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti</i>	Adalat Aliyev Candidate of Technical Sciences, Doctor of Economics, Professor, AUAC
Elşad Məmmədov i.e.d., professor, <i>Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti</i>	Elshad Mammadov doctor of Economic Sciences, Professor, Azerbaijan State University of Economics
Mustafa Miynat (Türkiyə) dr., professor, <i>Manisa Cəlal Bayar Universiteti</i>	Mustafa Mynat (Turkey) Doctor, Professor, <i>Manisa Jalal Bayar University</i>
Ahmet Vecdi Can (Türkiyə) professor, doktor, <i>Uluslararası Vizyon</i> <i>Universitetinin rektoru</i>	Ahmet Vecdi Can (Turkey) Professor, Doctor, Rector of International Vision University
Lia Matçavariani (Gürcüstan) c.e.d., professor, <i>Tbilisi Dövlət Universiteti</i>	Lia Matchavariani (Georgia) doctor of geographical sciences, professor, Tbilisi State University
İlgar Məmmədov PhD, " <i>DƏRYA İqtisad Cəmiyyəti</i> " ictimai birliyi	İlgar Mamedov PhD, " <i>DARYA Economic Society</i> " public association
Andrey İvahnenko (Rusiya) t.e.d., <i>Moskva Avtomobil-Yol Dövlət</i> <i>Texniki Universitet</i>	Andrey Ivakhnenko (Russia) Doctor of Technical Sciences, Moscow Automobile and Highway State Technical University

“Tikintinin iqtisadiyyatı və menecment” jurnalı Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Ali Attestasiya Komissiyası Rəyasət Heyətinin qərarı ilə “Azərbaycan Respublikasında dissertasiyaların əsas nəticələrinin dərc olunması tövsiyə edilən dövrü elmi nəşrlərin siyahısı”nın iqtisad elmləri bölməsinə daxil edilib (04.07.2018-ci il, protokol №11-R)



**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ PREZİDENTİ YANINDA
ALİ ATTESTASIYA KOMİSSİYASI**

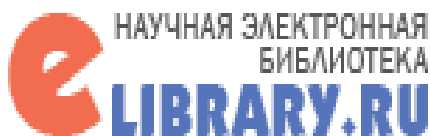
“Tikintinin iqtisadiyyatı və menecment” jurnalının daxil edildiyi Milli və Beynəlxalq elmi məlumat bazaları və indekslər:



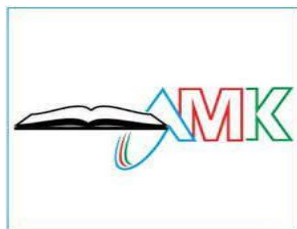
**11 mart 2022-ci il tarixində 69-03/2022 nömrəsi ilə elmi
sitatların MİLLİ BİBLİOQRAFİK MƏLUMAT
BAZASINA (RİNC) daxil edilmişdir**



**İSSN (International Standard Serial Number) – dövrü nəşrlər üçün
nəzərdə tutulan beynəlxalq standart nömrə - ISSN 2519-2507**



Lisenzia müqaviləsi № 69-03/2022





“İQTİSADİYYATI GÜCLÜ OLAN DÖVLƏT HƏR ŞEYƏ QADİRDİR”

ULU ÖNDƏR HEYDƏR ƏLİYEV



Yeni hədəflər:

**daha güclü iqtisadiyyat, daha qüdrətli ordu,
daha təminatlı həyat**

İlham Əliyev, Azərbaycan Respublikasının Prezidenti

Yeddinci çağırış Azərbaycan Respublikası Milli Məclisinin ilk iclasında İlham Əliyevin çıxışı



Hörmətli deputatlar, xanımlar və cənablar.

Yeddinci çağırış Milli Məclis bu gün öz işinə başlayır. Bu münasibətlə bütün deputatları ürəkdən təbrik etmək istəyirəm, Milli Məclisə uğurlar arzulayıram.

Əminəm ki, Milli Məclis və onun deputatları öz işi ilə ölkəmizin hərtərəfli inkişafına öz töhfəsini bundan sonra da verəcək və Azərbaycanın dayanıqlı inkişafı təmin ediləcəkdir.

Buiki prezident və parlament seçkiləri müstəqil ölkəmizin tarixində ilk dəfə idi ki, ölkəmizin bütün ərazisində keçirilmişdir. Bu, tarixi hadisədir. İkinci Qarabağ müharibəsi və suverenliyimizin tam bərpa edilməsi dünya miqyasında tarixi hadisədir. Azərbaycan xalqı güclü iradə, birlik göstərərək 30 il davam edən işğala son qoydu. Azərbaycan dövləti öz gücünü göstərdi, xalqımız isə bütün dünyaya öz əyilməz ruhunu göstərmişdir. Ona görə əminəm ki, 2024-cü il bu baxımdan tarixdə qalan il olacaq. Çünki prezident və parlament seçkiləri bütün ərazilərdə keçirilərək bir daha Azərbaycan xalqı öz iradəsini ortaya qoydu.

İkinci Qarabağ müharibəsi və antiterror əməliyyatı nəticəsində suverenliyimizin tam bərpa edilməsi ölkə qarşısında yeni imkanlar, yeni üfüqlər açır. 30 ilin işğalı arxada qaldı. İndi ölkəmiz genişmiqyaslı quruculuq, inkişaf işinə qədəm qoymuşdur və nəticələr də göz qabağındadır. Son 3-4 il ərzində ölkəmizin beynəlxalq mövqeləri daha da möhkəmləndi. İkinci Qarabağ müharibəsinin və antiterror əməliyyatının nəticələrini biz bütün dünyaya qəbul etdirə bildik. Halbuki bunu qəbul etmək istəməyən ölkələr və dairələr var idi, bu gün də var. Biz hamımız bunu yaxşı görürük ki, bizə qarşı əsassız ittihamlar, ikili standartlar əsasında qurulmuş ittihamlar davam edir. Ancaq bu, nə bizim iradəmizə, nə xalqımızın iradəsinə heç cür təsir edə bilməz.

Dövlət suverenliyinin bərpa edilməsindən cəmi bir il keçir. Üç gün bundan əvvəl biz artıq bu günü bayram günü kimi qeyd etmişik. Bununla bərabər, demək istərdim ki, arxayınlaşmaq üçün heç bir əsas yoxdur. Biz bu şanlı tarixi qəlbimizdə əbədi yaşadacağıq. Azərbaycan xalqı, bütün gələcək nəsillər bu şanlı Qələbə ilə haqlı olaraq fəxr edəcəklər. Ancaq ölkə qarşısında duran vəzifələr icra edilməlidir ki, biz daim inkişafda olaq, öz gücümüzü artıraraq və Azərbaycan xalqının bundan sonra da təhlükəsiz həyatını təmin edək.

Ona görə bu gün bu fürsətdən istifadə edərək ölkə qarşısında duran bəzi vəzifələr haqqında öz fikirlərimi sizinlə və Azərbaycan xalqı ilə bölüşmək istərdim.

Birinci nömrəli vəzifə hərbi gücümüzün artırılmasıdır. Baxmayaraq ki, İkinci Qarabağ müharibəsi və antiterror əməliyyatı arxada qaldı, həm dünyada gedən proseslər, yeni münaqişə, müharibə ocaqlarının yaradılması və ətrafımızda gərginliyin artması, eyni zamanda, Ermənistanda revanşizm meyilləri bizi bu sahəyə daim diqqət göstərməyə vadar edir. Hərbi gücümüz olmasa, biz heç bir müstəvidə - nə iqtisadi, nə siyasi müstəvidə uğur qazana bilmərik. Hesab edirəm ki, müstəqil Azərbaycanın tarixi, o cümlədən 30 illik işğal bunu əyani şəkildə göstərir. Bizim hərbi imkanımız, gücümüz olmasaydı, heç vaxt torpaqlarımızı işğalçılardan azad edə bilməzdik. İndi dünyada nəinki siyasətlə məşğul olanlar, hesab edirəm ki, bütün insanlar görürlər ki, beynəlxalq hüquq anlayışı tamamilə sarsılıb. İkinci Dünya müharibəsindən sonra formalaşmış təhlükəsizlik arxitekturası artıq mövcud deyil, "Kim güclüdür, o da haqlıdır" prinsipi üstünlük təşkil edir və artıq bəzi böyük dövlətlər bunu heç gizlətmirlər. Bizim isə siyasətimiz, əslində, uzun illər ərzində bu istiqamətdə aparılırdı. İşğal dövründə, ilk növbədə, hərbi gücümüzün artırılması daim bizim əsas vəzifəmiz idi və hər il Milli Məclisdə dövlət büdcəmiz təsdiq olunanda artıq hər kəs görürdü ki, birinci xərclər hərbi xərclərdir. Bu gün də belə olmalıdır.

Bəli, ölkə qarşısında böyük vəzifələr durur, ilk növbədə, Qarabağı və Şərqi Zəngəzuru bərpa etmək vəzifəsi. Ancaq əgər biz hərbi sahəyə diqqətimizi azaltsaq və oraya ayrılan vəsaiti lazımi səviyyədə təmin etməsək, gələcəkdə bizi problemlər gözləyə bilər.

Ermənistanda revanşist qüvvələr baş qaldırır. Bu, təkcə marginal siyasi ünsürlər deyil, eyni zamanda, bugünkü Ermənistan hakimiyyəti bu fikirlərlə, bu xülyalarla yaşayır. Onlar İkinci Qarabağ müharibəsinin və antiterror əməliyyatının nəticələri ilə barışmaq istəməirlər. Üzdə bunu desələr də, onların işləri, siyasətləri, addımları tam əks mənzərə yaradır. Bu günə qədər heç bir funksional mahiyyət daşımayan Minsk qrupunun formal olaraq saxlanması da məhz buna dəlalət edir. Hər kəs yaxşı bilir Minsk qrupu nə üçün yaradılmışdır - Qarabağ münaqişəsinin həlli üçün. Qarabağ münaqişəsi həll olunub, tam və birdəfəlik. Ermənistanın rəsmi dairələri də öz bəyanatları ilə sanki bunu etiraf edirlər. Amma bununla paralel olaraq, bizim bütün təkidlərimizə rəğmən, Minsk qrupunu yenə də formal olaraq saxlamaq ancaq bir məqsədi güdə bilər ki, yenidən bizə qarşı ərazi iddiaları baş qaldırsın. Ermənistanın arxasında dayanan ölkələr, onların fəaliyyəti, onların qəbul etdikləri qərarlar, qətnamələr, açıqlamalar - bütün bunlar onu göstərir ki, bizə qarşı bu çirkin oyun hələ bitməyib. Bizim Qələbəmizi həzm edə bilməyən xarici dairələr bizə qarşı yeni planlar hazırlayır. Bu barədə geniş danışmağa ehtiyac yoxdur. Ancaq əldə edilmiş məlumatlar bunu göstərir. Media kampaniyasının, qarayaxma, iftira, böhtan kampaniyalarının da məqsədi məhz budur - bu mövzunu daim gündəlikdə saxlamaq və ümidlə yaşamaq ki, nə vaxtsa Azərbaycan büdrəsə, zəifləsə, yenidən bizə qarşı bu çirkin hərəkətlər başlasın. Yəni, biz bunu bilməliyik. Azərbaycan iqtidarı bunu bilir, ictimaiyyət də bunu bilməlidir. Ona görə bizim arxayınlaşmağa heç cür haqqımız yoxdur.

Ona görə bir daha deyirəm: vəzifə nömrə bir - hərbi gücümüzün artırılması və biz bunu edirik. İkinci Qarabağ müharibəsindən keçən dövr ərzində öz hərbi gücümüzü böyük dərəcədə artırmışıq, yeni silahlı birləşmələr yaradıldı, Xüsusi Təyinatlı Qüvvələrin say tərkibi bir neçə dəfə artırıldı. Yeni Xüsusi Təyinatlı Qüvvələr, Komando qüvvələri yaradıldı və onların da say tərkibi ildən-ilə artır və artacaq. Digər xüsusi təyinatlı silahlı birləşmələr yaradılmışdır və gecə-gündüz təlim işləri aparılır. Ordumuzun döyüş qabiliyyəti artır, texnika ilə təchizat lazımi səviyyədə təmin edilir və təmin ediləcəkdir. Ermənistan və onun arxasında duran istənilən ölkə bilməlidir ki, bizimlə şantaj və ultimatum dili ilə danışmaq mümkün olmayacaq. İstənilən cavabı verməyə hazırıq, buna qadirik və hər zaman buna hazır olmalıyıq.

Bununla paralel olaraq, biz yerli hərbi sənaye kompleksimizi də daha sürətlə inkişaf etdirməliyik. Bu il bu məqsədlə böyük vəsait ayrılmışdır və gələn il də ayrılacaq. Bizim bütün hərbi zavodlarımızda genişmiqyaslı modernləşmə işləri aparılır. Deməli, yeni avadanlıq, texnika, silah-sursat istehsal olunur. Bir neçə xarici tərəfdaşla yeni istehsalat sahələrinin yaradılması artıq praktik

müstəviyə keçibdir. Yəqin ki, növbəti bir-iki il ərzində bizim hərbi sənaye kompleksimiz daha böyük olacaqdır, həm çeşidlərin sayına, həm də ki, istehsal olunacaq məhsulların keyfiyyətinə görə. Burada bir neçə məqsəd güdülür. İlk növbədə, yerli hərbi sənaye kompleksinin yaradılması hər bir ölkənin ümumi gücünü və inkişafını göstərir. İkincisi, biz xarici mənbələrdən daha az asılı olmalıyıq. Təbii ki, bu asılılığı tam aradan qaldırmaq mümkün olmayacaq. Bunu da biz bilməliyik. Amma maksimum dərəcədə özümüzü yerli istehsalla təmin etməliyik. Bu sahədə, xüsusilə müasir dövrdə tətbiq olunan texnoloji yeniliklər bizim ümumi intellektual potensialımızı gücləndirəcək. Çünki bu sahədə çalışan kadrlar, öz işlərini tamamilə yeni, texnoloji və metodoloji əsaslar üzərində qururlar və quracaqlar. Minlərlə yeni iş yeri yaradılacaq. Artıq bütün bunlar bizim təkcə planlarımız deyil, həyata keçirilən layihələrdir. Təbii olaraq, bu layihələr haqqında geniş danışmağa ehtiyac yoxdur. Sadəcə olaraq bildirməliyəm ki, bu da bizim növbəti illər üçün əsas vəzifələrimizdən biri olacaqdır.

Digər amil ondan ibarətdir ki, bu gün dünya silah bazarında aparıcı rol oynayan ölkələrin başı öz işlərinə qarışıb. Onlar daha çox öz daxili tələbatını ödəmək üçün çalışırlar. Ona görə dünya silah bazarında təbii olaraq qıtlıq yaranıbdır. Biz bunu da nəzərə almalıyıq. Eyni zamanda, bu sahə bizə imkan verəcək ki, hərbi-texniki məhsullarımızın ixrac coğrafiyasını genişləndirək. Onsuz da bu gün Azərbaycan onlarla ölkəyə hərbi sənaye kompleksinin məhsullarını ixrac edir və ildən-ilə bu coğrafiya genişlənir. Bu, bizim bir çox ölkələrlə apardığımız danışıqların, o cümlədən iqtisadi və sərmayə qoyuluşu sahəsində aparılan danışıqların tərkib hissəsidir - biz yaxın gələcəkdə dünya silah bazarında önəmli oyunçuya çevrilək və bu imkanlar var.

Siz onu da yaxşı bilirsiniz ki, artıq bu yaxınlarda biz bu sahəni özəl sektor üçün də açıq elan etmişik və şadam ki, mənim çağırışıma özəl sektor da müsbət reaksiya vermişdir. Artıq bir neçə yerli Azərbaycan şirkəti, özəl şirkət hərbi sənaye kompleksinin inkişafında iştirak edir, təbii olaraq, müvafiq dövlət qurumlarından lisenziyalar almaq şərti ilə. Beləliklə, bu, bizə imkan verəcək ki, bir neçə ildən sonra bu sahədə istehsal olunan məhsul milyardla dollarla ölçülsün.

Növbəti önəmli vəzifə sərhədlərimizin qorunması ilə bağlıdır. Mən bu haqda artıq bir neçə dəfə öz fikirlərimi ictimaiyyətə çatdırmışam. Hazırda həm Ermənistanla şərti sərhədimizdə mühəndis işləri aparılır, eyni zamanda, digər qonşularla sərhədimiz müasir infrastrukturla təchiz edilməlidir.

İkinci Qarabağ müharibəsindən sonra Ermənistanla vaxtilə işğal altında olan şərti sərhədimizin uzunluğu 500 kilometrəndən çoxdur. Özü də bu şərti sərhədin relyefi, coğrafiyası çox ağır, həm də ki, iqlim nöqteyi-nəzərdən çox çətin yerlərdə yerləşir və orada xidmət aparmaq o qədər də asan deyil. Bizim bəzi xidmət yerlərimizin hündürlüyü 3 min metrəndən çoxdur. Amma buna baxmayaraq, bizim sərhədboyu yerləşən hərbi mövqelərimiz möhkəmlənir. Biz şərti sərhəddə möhkəmlənirik, çünki hər an Ermənistandan istənilən təxribat gözləmək olar və Ermənistan tərəfi həm kütləvi surətdə silahlanır, eyni zamanda, xarici ölkələrlə, özü də böyük dövlətlərlə hərbi təlimlər keçirir. Ermənistan Qərb ölkələrindən silah, sursat göndərilir. Bəzi hallarda açıq - necə ki, Fransa-Ermənistan hərbi əməkdaşlığı açıq-aşkar aparılır - bəzi hallarda isə məxfi formada. Ancaq biz indi hər şeyi bilməliyik və bilirik, kimlər nəyi Ermənistanla nə vaxt ötürür, hansı hərbi yük təyyarələri Ermənistan hava limanlarına enir və o yük təyyarələrində hansı hərbi məhsullar Ermənistanla daşınır. Yəni, Ermənistanı bizə qarşı yönəltmək üçün bəzi Qərb dövlətlərinin planları göz qabağındadır. Təbii ki, onları erməni xalqı maraqlandırmır. Erməni xalqı, sadəcə, onlar üçün bir alətdir, bir vasitədir ki, Azərbaycanı daim təzyiq altında saxlasın, Ermənistan ərazisindən istifadə edərək Azərbaycan üçün və Ermənistanın digər qonşuları üçün təhdid mənbələri yaratsın və beləliklə, öz maraqlarını təmin etsin. Yəni, bu metodologiya kifayət qədər bəsitdir. Ancaq onu da bilməlidirlər ki, biz buna imkan verməyəcəyik. Mən artıq demişəm ki, əgər biz real təhdid görsək, o təhdidi istənilən ərazidə məhv etmək bizim üçün böyük çətinlik yaratmayacaq. Onu hər kəs bilsin. Sərhədlərin mühafizəsi isə həm vizual, həm infrastruktur, həm texnoloji vasitələrlə təşkil edilir və edilməlidir. Ancaq biz hamımız bilməliyik ki, bu, çox böyük, genişmiqyaslı bir işdir.

Digər qonşularımızla da sərhədlərimizin möhkəmləndirilməsi vacib şərtlərdən biridir və əminəm ki, Azərbaycan vətəndaşları da bu məsələyə anlayışla yanaşırlar. Bizim quru sərhədlərimiz

hələ də bağlıdır, yəni, vətəndaşların gəliş-gedişləri üçün. Başa düşürük ki, bu, müəyyən çətinliklər yaradır. Ancaq bugünkü geosiyasi vəziyyət də hamının gözü qarşısındadır, daxili təhlükəsizliyi təmin etmək üçün bu, yeganə düzgün addımdır. Daxili təhlükəsizlik ilə bağlı bütün lazımi tədbirlər görülür. Təhdidlər də var - real və potensial. O təhdidlərin aradan qaldırılması üçün müvafiq qurumlar fəal işləyirlər. İctimaiyyət də lazım olan həcmdə bu məsələ ilə tanış olur, məlumatlar verilir. Ancaq bu sahə çox həssas olduğu üçün hesab edirəm Azərbaycan vətəndaşları başa düşürlər ki, bu barədə çox şey danışmaq yersiz və zərərli olar. Amma mən tam əminliklə deyə bilərəm ki, son illər ərzində quru sərhədlərimizin bağlı olması bizi çox böyük fəlakətlərdən xilas etdi. Hətta bu gün - sərhədlər bağlı olan vaxtda təhlükəli hərəkətlər olur və bu hərəkətlərin qarşısı alınır. Ona görə sərhədlərimizin qorunması bizi xarici risklərdən qoruyacaq, daxili risklər Azərbaycanda yoxdur. Azərbaycanda təhlükəsizlik, əmin-amanlıq uzun illərdir təmin edilir, sabitlik bütün dünya üçün nümunə ola bilər. Hər kəs bilir ki, əgər sabitlik olmasa, heç bir ölkə inkişaf edə bilməz. Bu gün sabitliyi pozulan ölkələrin vəziyyətini və əqibətini hər kəs yaxşı görür. Bu, təhlükəsizliyin, inkişafın, xarici sərmayənin cəlb edilməsi üçün başlıca şərtidir. Bizim təhlükəsizliklə bağlı bütün digər tədbirlər lazımi səviyyədə təmin edilir. Azərbaycan güclü dövlətdir və ildən-ilə bizim gücümüz artmaqdadır.

Digər vacib vəzifələr ideoloji təhlükəsizliklə bağlıdır və burada da biz daim diqqətli olmalıyıq. Çünki bizə qarşı ideoloji təxribatlar davam edir. Düzdür, onların bu günə qədər heç bir nəticəsi olmayıb, çünki bunların qarşısında xalqımızın güclü iradəsi və milli ruhumuz dayanır. İstənilən ideoloji təxribatın burada kök salması qeyri-mümkündür. Ancaq bununla bərabər, bu, bizi sakitləşdirməməlidir. Ona görə biz buna daim hazır olmalıyıq və bizə qarşı aparılan çirkin oyunları ifşa etməliyik, necə ki, edirik, həm rəsmi surətdə, həm ictimai məkanda, həm də media məkanında. Hesab edirəm ki, Azərbaycan xalqı bu gün hər şeyi yaxşı görür, hər şeyi yaxşı bilir - bizim dostumuz kimdir, düşmənimiz kimdir. Əsas meyar ölkələrin bizim suverenliyimizin bərpasına olan münasibətidir, daha başqa uzağa getmək lazım deyil. Bizi kim dəstəkləyib, suverenliyimizin bərpa edilməsində kim təbrik edib? Bu, bizim dostlarımızdır. Buna qarşı kim çıxıb və kim çıxır? Bunlar bizə dost ola bilməzlər. İşğal dövründə bu, o qədər də aydın deyildi. Yəni, bizim üçün aydın olsa da, geniş ictimaiyyət üçün aydın deyildi. Çünki vaxtilə xarici təbliğat Azərbaycanda o qədər kök salmışdı, özü də bir mənbədən yox, bir neçə mənbədən. Bir-biri ilə rəqabət aparan xarici qüvvələr və ölkələr çalışırdılar ki, Azərbaycanda ictimai fikirdə söz sahibi olsunlar. İstəyirdilər ki, onların əlaltıları vasitəsilə bizim media məkanında istənilən təxribatı ortaya ataraq, vəziyyəti öz xeyrinə dəyişdirdinsinlər. Yəni, belə cəhdlər çox olub, amma güclü iradə və xalqımızın birliyi buna imkan verməyib. Bu gün də bu davam edir. Ona görə yenə də deyirəm, çox sadə meyarlar var. Kim bizimlə Qarabağın Azərbaycana qaytarılmasına sevinirsə, o, bizim dostumuzdur, qardaşımızdır. Kim bundan məyus olub və kim bu gün yenidən separatçılara ürək-dirək vermək istəyir, kim onları xarici ölkələrə dəvət edir, kim onlara vizalar verir, kim bizə qarşı müxtəlif alətlər vasitəsilə qarayaxma kampaniyası aparır, o, necə bizim dostumuz ola bilər? Ona görə hər şeyin, necə deyərlər, açıq-aydın görünməsi bu gün daha aydındır. Çünki yenə də deyirəm, işğal dövründə bizə qarşı bu qədər açıq, təxribat xarakterli addımlar olmamışdı. Çünki o işğal bizə qarşı olan qüvvələri tam qane edirdi - Azərbaycan dövləti daim təzyiq altında olsun, daim hansısa vasitəçilərə möhtac olsun, daim xalqımız mənəvi əzab çəksin, qaçqınlıq əzabı. Torpaqlarını itirmiş xalqın duyğularını başa düşmək üçün böyük ağıla malik olmaq lazım deyil. Yəni, biz bu bəladan canımızı qurtardıq və bizə qarşı olan anti-Azərbaycan qüvvələrin maskaları dərhal yırtıldı və bu gün də biz bunu görürük. Mən hesab edirəm ki, ad çəkməyə ehtiyac yoxdur, hər kəs hər şeyi görür. Ona görə ideoloji təhlükəsizlik məsələləri də daim diqqət mərkəzində olmalıdır, həm dövlət qurumlarının, həm qanunvericilik orqanının, həm də ictimai fəalları. Biz bu məsələ ilə əlaqədar əlbəttə ki, öz addımlarımızı atırıq və atacağıq.

Bir məsələyə də toxunmaq istərdim. Mən üç gün bundan əvvəl Xankəndidə Qarabağ Universitetinin açılışında bunu demişəm, bir də demək istəyirəm. Məsələnin vacibliyi bunu diktə edir ki, gənc nəslin milli ruhda böyüməsi sadəcə olaraq sözlər deyil. Bu, Azərbaycanın gələcək inkişafının əsas təminatçısıdır, çünki ölkələri insanlar idarə edir. İnsanların fikirləri, düşüncələri, cəsarəti, yaxud

da ki, tam fərqli mənfi xüsusiyyətləri və ölkələrin düşdükləri vəziyyət də böyük dərəcədə bundan asılıdır. Ona görə elə gənc nəsil yetişdirilməlidir ki, həm bilikli, savadlı olmalıdır, həm də Vətənə bağlı olmalıdır. Xarici təsirə boyun əyməməlidir, qürurlu olmalıdır. Zəatən qürurlu olmaq üçün bizim şanlı müharibələrimizdən sonra, İkinci Qarabağ müharibəsindən və antiterror əməliyyatından sonra əgər biz qürurlu olmasaq, onda hansı xalq olmalıdır?! Bu parlaq Qələbəni cəmi 44 gün ərzində, şəhidlər verərək, - Allah bütün şəhidlərimizə rəhmət eləsin, - kim qazana bilib?! Bir neçə saat böyük xarici təzyiq altında davam edən antiterror əməliyyatı, - mən heç başqa amilləri demirəm, - separatçılığın kökü kəsildi Azərbaycanda - kim edə bilirdi?! Yəni, öz ölkəmizlə, xalqımızla fəxr etmək üçün ən çox haqlı olan xalq Azərbaycan xalqıdır.

Yenə də deyirəm, ona görə biz - bütün cəmiyyət daim diqqətli olmalıyıq. Mən Xankəndidə də bunu dedim: Təbiyyənin əsas mənbəyi ailə və məktəbdır. Bu, əsasdır. Təbii ki, cəmiyyət, cəmiyyətdə hökm sürən ümumi ab-hava, necə deyirlər, iqlim - bütün bunlar gənc nəslin şüuruna, gələcəyinə ciddi təsir göstərir. Ona görə bu məsələ daim diqqət mərkəzində olmalıdır. Əminəm ki, belə də olacaq. O cümlədən bizim deputatlar da, təbii olaraq öz seçiciləri ilə görüşlər əsnasında bu məsələni daim diqqətdə saxlasınlar.

Qarabağın və Şərqi Zəngəzurun bərpası təbii olaraq bizim hər birimizin önəmli vəzifəsidir.

Əgər mən İkinci Qarabağ müharibəsindən sonra görülmüş işləri sadalamağa başlasam, onda gərək bir neçə saat sizin qarşınızda çıxış edim. Sadəcə olaraq, bir neçə rəqəmi sizin və ictimaiyyətin diqqətinə çatdırmaq istərdim. Müharibədən sonra bu ilin sonuna qədər xərclənməyə nəzərdə tutulan vəsait 19 milyard manatdır. Vəsaitin mütləq əksəriyyəti infrastruktur layihələrinə xərclənib. Eyni zamanda, keçmiş köçkünlərin qaytarılması üçün də işlər görülür və səkkiz mindən çox keçmiş köçkün artıq Qarabağa və Şərqi Zəngəzura yerləşib və hər ay, hər il onların sayı artacaqdır.

Infrastruktur layihələri çox geniş miqyas alıb, 3 min kilometr avtomobil yolu inşa edilib. Ümumi layihələrin içində 45 tunel nəzərdə tutulur və bu tunellərin uzunluğu 70 kilometrdir, - yəni, o dağlarda tunel açmaq, yol salmaq asan məsələ deyil, - 450 körpünün inşası nəzərdə tutulur. Dəmir yolları, iki beynəlxalq hava limanı istifadəyə verilmişdir. Enerji potensialı gücləndirilir və üç il ərzində 270 meqavat gücündə su elektrik stansiyaları istismara verilmişdir və bu proses davam etdirilir. Məktəblər, xəstəxanalar, sosial obyektlər, kəndlər salınır. Yəni, bir sözlə, Qarabağın və Şərqi Zəngəzurun dirçəldilməsi üçün genişmiqyaslı işlər aparılır. Bilmirəm, tarixdə buna oxşar bərpa işləri hansısa ölkədə aparılmışdır, ya yox. Ancaq bu fakt bir də onu göstərir ki, bu, bizim üçün həmişə ən vacib məsələ olub, - həm işğal dövründə məcburi köçkünlər üçün yeni qəsəbələr salınırdı və xüsusilə indiki şəraitdə.

Bizim mədəni, tarixi irsimizin qorunması üçün praktiki işlər görülür, tarixi abidələr bərpa edilir. Ermənilər tərəfindən dağılmış yeddi məscid yenidən qurulmuşdur. Səkkiz məscidin inşası davam edir. Zəfər muzeyləri, işğal muzeyləri, zəfər parkları, - yəni bu coğrafiyada belə genişmiqyaslı işləri aparmaq, bir daha deyirəm, doğrudan da xalqımızın böyük imkanlarını göstərir və burada söhbət təkcə maliyyə vəsaitindən getmir. Bizim qurduğumuz dövlət, eyni zamanda, texniki imkanlara malikdir. Kadr hazırlığı da yerindədir. Çünki bu işləri görmək - üç min metrdən yuxarı hündürlüyü olan dağlarda qış vaxtında elektrik xətləri çəkmək, doğrudan da böyük peşəkarlıq tələb edir. Yəni, ölkəmizin potensialı budur. Biz buna hazırıq. Biz torpaqları azad edən kimi dərhal buna başlamışıq. Hətta onu da deyim ki, hələ 44 günlük İkinci Qarabağ müharibəsi bitməmişdi, biz Ağdərə rayonunda artıq yol infrastrukturunu inşa etməyə başlamışdıq. Əlbəttə ki, gələcək illərdə işlər daha sürətlə gedəcək. Yaxın vaxtlarda gələn ilin büdcəsi məclisdə müzakirə ediləcək. Əminəm ki, deputatlar hökumətin Qarabağ və Şərqi Zəngəzur üçün nəzərdə tutulan planlarını təsdiq edəcəklər və biz bunu təmin edəcəyik. Təbii ki, bütün bu işləri görmək üçün iqtisadi imkanımız olmalıdır. Çünki mən onu da bildirməliyəm ki, bütün bu işləri biz öz hesabımıza edirik. Bu günə qədər bizə bərpa işlərində köməklik edən Özbəkistan və Qazaxıstan qardaş dövlətlər olub. Füzuli şəhərində məktəb və uşaqların yaradıcılıq mərkəzi inşa ediləndir və hazırda Qırğızıstan Respublikası da Ağdam rayonunda məktəb inşası ilə məşğuldur. Vəssalam. Bundan başqa necə deyirlər, bizə bir daş da müftə verilməmişdir.

Biz bütün bu işləri öz hesabımıza edirik. Dünyanın bir çox donor təşkilatları var, onlar, necə deyirlər, bu məsələyə biganədirlər. Halbuki bu böyük ərazini bu vəziyyətdə görən minlərlə xarici nümayəndə olub. Bunu görüb və heç bir praktiki iş görməmək bir daha onu göstərir ki, bizə olan münasibət nəzərə alınmalıdır. Bu, bir daha bizə göstərməlidir ki, biz ancaq öz gücümüzə arxalanmalıyıq, biz öz potensialımıza güvənməliyik.

Bu ilin iqtisadi sahədə göstəriciləri, hesab edirəm ki, müsbətdir. Səkkiz ayda iqtisadiyyat dörd faizdən çox artıb, qeyri-neft sektorunda yeddi faiz olub. Biz son illər ərzində mənim tapşırıqla xarici borcumuzu ildən-ilə aşağı salırdıq və bu gün ümumi daxili məhsula nisbətə bu, cəmi 7,5 faiz təşkil edir. Demək olar ki, biz bütün əsas kreditləri qaytarmışıq və yəni, əgər borcumuzu mütləq rəqəmlərlə götürsək, təqribən 5,3 milyard dollardır, - biz bir gündə qaytara bilərik. Daha heç bir ölkə ilə özümüzü müqayisə etmək istəmirəm. Amma bir rəqəmi deyim ki, inkişaf etmiş ölkələrin bəzilərinə, o cümlədən bizə mühazirə oxumaq istəyən bəzi ölkələrdə xarici borc ümumi daxili məhsulun 100 faizini, ondan da yüksək rəqəmi təşkil edir. Yəni, bu, sadəcə olaraq kiçik bir arayışdır.

Əlbəttə, bizim gələcək planlarımızı həll etmək, o cümlədən vətəndaşların sosial rifahını yaxşılaşdırmaq üçün iqtisadiyyat daim inkişaf etməlidir. Çünki biz 2018-ci ildən bu yana dörd sosial islahatlar paketi həyata keçirmişik. Bu sosial islahatlar paketinin məbləği 7 milyard manatdır və bu, 4 milyon insanı əhatə edir. Son beş il ərzində Azərbaycanda minimum əməkhaqqı 2,7 dəfə, minimum pensiya 2,5 dəfə artmışdır. Onu da bildirməliyəm, artıq göstəriş verildi ki, gələn ildən minimum əməkhaqqı və minimum pensiya yenə də artırılacaqdır.

Yəni, bu sosialyönlü siyasət bir daha bizim ümumi siyasətimizi, niyyətimizi göstərir. Əlbəttə ki, gələcəkdə bu istiqamətdə siyasəti aparmaq üçün iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi, qeyri-neft sektorunun inkişafı, yerli istehsalın genişləndirilməsi əsas şərtidir. Bu gün ölkəmizin bütün bölgələrində, həmçinin Qarabağda yeni istehsalat sahələri açılır. O cümlədən böyük rəmzi məna daşıyan "İstisu" su zavodunun açılışı olmuşdur və artıq istisu yenə də bizim süfrəmizdədir. Bu, doğrudan da həm böyük rəmzi məna daşıyır, həm də ki, tarixi ədalətin bərpasıdır. Çünki vaxtilə - sovet dövründə fəaliyyət göstərən həm zavod, həm də sanatoriya ermənilər tərəfindən dağıdılmışdır.

Ermənistanla münasibətlərin normallaşması məsələsinə də toxunmaq istərdim. Yenə də bildirmək istəyirəm ki, İkinci Qarabağ müharibəsində məhz Azərbaycanın təşəbbüsü ilə sülh danışıqları başlamışdır. O vaxt nə Ermənistan, nə başqa ölkələr, ümumiyyətlə, gələcək nədən ibarət olacaq, bu haqda heç öz fikirlərini formalaşdırmamışdılar. Bizim təşəbbüsümüz idi. Bir müddət sonra görəndə ki, bu, cavabsız qalır, biz artıq əsas baza prinsiplərini ortaya qoyduq, onları ictimailəşdirdik və artıq proses başlamışdır. Ancaq nəyi görürük? Görürük ki, Ermənistan bu məsələni süni şəkildə uzadır. Çünki bu günə qədər - bizim birinci layihəmiz Ermənistana göndəriləndən bu günə qədər 10 şərhlər mübadiləsi olmuşdur və hər dəfə müəyyən müddəalar razılaşdırılırdı, yəni, bu işdə tərəqqi var idi. Bunu biz necə var, elə də deməliyik. Amma bununla yanaşı, aylar keçdikcə, təbii olaraq biz gözləyirdik ki, Ermənistan öz şərtlərini bizə daha operativ və çevik verəcək. Ancaq biz bunun tam əksini gördük. Son variantın onlardan alınmasını biz 70 gün gözləməli olduq. İyunun 24-də bizim şərtlərimiz onlara göndərildi və avqustun sonunda, ya da ki, sentyabrın əvvəlində onlar bizə cavab göndərmişdilər. Bu cavab nədən ibarət idi? Bütün razılaşdırılmamış müddəalar onların variantında sülh müqaviləsindən çıxarıldı. Yəni, bu dərəcədə primitiv və qeyri-adekvat addım, sözün düzü, gözlənilən deyildi. Məndən çıxarılmış, yəni, onların istəyi ilə çıxarılması nəzərdə tutulan müddəalar vacibdir. Onlarsız sülh müqaviləsi natamam olacaq. Ona görə bu qədər qeyri-səmimi münasibət bizi təbii olaraq düşündürür. Bayaq dediyim amillərlə yanaşı, əgər biz bütün bu amilləri necə deyirlər, bir çərçivəyə salsaq, görərik ki, həm sürətli silahlanma, revanşizm meyilləri, həm də Ermənistanın himayədarlarının bizə qarşı yenidən Qarabağ mövzusunı ortaya atması, sülh müqaviləsinin gedişatında qeyri-adekvat və qeyri-səmimi münasibət, vaxt uzatma taktikası və digər məqamlar deməyə əsas verir ki, Ermənistan, əslində, sülh istəmir, vaxt uzatmaq, bu vaxtdan istifadə edərək, xarici himayədarların dəstəyi ilə hərbi potensial qurmaq istəyir. Artıq bəzi Avropa ölkələrinin və təkcə Avropa deyil, digər Qərbi ölkələrinin nümayəndələri Ermənistan ordusunda işə başlayıblar.

Bizim sərhədimizdə qanunsuz olaraq dırnaqarası “Avropa sülh”, ya bilmirəm “müşahidəçi” missiyası yaradılıb, halbuki bu, əldə edilmiş razılaşmanın pozulmasıdır. Mən həm Avropa İttifaqına, həm Ermənistanı da xatırlatmaq istəyirəm ki, 2022-ci ilin Praqa görüşündə razılıq əldə edilmişdir ki, - bəli, biz də razılıq vermişdik, - Ermənistan tərəfində şərti sərhəd istiqamətində kiçik sayda müşahidəçi missiya yerləşsin, cəmi iki, ya üç aya. Yəni, bizimlə bu razılaşdırıldı. Amma ondan sonra bizsiz bunu uzatdılar, onların sayını artırdılar, oraya Kanadadan nümayəndələr daxil edildi və faktiki olaraq bu missiya NATO missiyasıdır. Ondan sonra bizə qarşı “Binokl diplomatiyası”, deməli, siyasəti aparılırdı. Gecə-gündüz xarici nümayəndələr gəlirdi, binoklla bizə baxırdı. Nə göstərmək istəyirdilər bizə?! Bu, nə demonstrasiyadır, nə ucuz şoudur?! Bütün bu amillər bizi ciddi düşündürməlidir və təbii ki, düşündürür. Ona görə Ermənistanla normallaşma əgər onlara lazım deyilsə, deməli, bu olmayacaq. Biz hər halda öz mövqeyimizdən bir addım geri atmayacağıq. Kim nə istəyir desin, vasitəçilər də bizə lazım deyil. Düzdür, indi bəzi vasitəçilik təkliflərinə biz etiraz etmirik, sadəcə olaraq, siyasi nəzakət naminə. Ancaq, əslində, bizə vasitəçi lazım deyil. Biz Ermənistanla dövlət sərhədinin delimitasiyasını vasitəçilərsiz etdik. Sadəcə olaraq, onlara bildirdik ki, Qazax rayonunun dörd kəndi bizə qeyd-şərtsiz qaytarılmalıdır və bunu son dəfə mən bu ilin fevral ayında demişəm. Hesab edirəm ki, bu sözlər çox tutarlı oldu və ondan sonra heç bir vasitəçisiz, heç bir qeyd-şərtsiz Qazaxın dörd kəndi, - hansı ki, işğal altında idi, - bizə qaytarıldı. Beləliklə, biz nəinki delimitasiyanı, hətta demarkasiyanı da başlamışıq. Ona görə danışıqlarda da bizə heç bir vasitəçi lazım deyil. Ermənistan da buna bel bağlamasın. Ümumiyyətlə, heç kimə bel bağlamasın. Onlar əgər bu coğrafiyada yaşamaq istəyirlərsə və təhlükəsizlik şəraitində yaşamaq istəyirlərsə, öz qonşularına qarşı siyasətlərində ciddi düzəlişlər etməlidirlər. Bu birincisi. İkincisi, nə onlar, nə onların arxasında duranlar 30 illik işğal heç vaxt unutmamalıdırlar. Amma bunu unutmaq istəyirlər və unutmamaq istəyirlər. Sanki bu işğal olmayıb. İkinci Qarabağ müharibəsinin nəticələrini unutmamalıdırlar, Ermənistan ordusu darmadağın edilmişdir. Ermənistan kapitulyasiya aktını imzalamışdır. Ondan sonra mən əmr verdim və Azərbaycan Ordusunun şanlı Zəfər yürüşü dayandırıldı. Bugünkü reallıq bir daha göstərir ki, bu nə qədər düzgün addım idi, ondan sonrakı hadisələr də göz qabağındadır və nəticə etibarilə 20 Sentyabr - suverenliyimizin tam bərpa edilməsi günü unudulmamalıdır və bu tarixi həqiqət danışıqlar masasında da daim olmalıdır.

İkinci Dünya müharibəsindən sonra faşist Almaniyasına heç kim sülh müqaviləsi təklif etməmişdir. Faşist Almaniyası bir neçə yerə bölünmüşdü, kapitulyasiyaya uğrayan faşist dövlət cəzalandırıldı. Burada isə kapitulyasiyaya uğrayan faşist dövlət nəinki cəzalandırılmadı, hətta onlara bütün preferensiyalar verilir. Onlara Amerikadan indi 250 milyon dollar pul verilir. O puldan onlar öz daxili məqsədlərinə istifadə edəcəklər, qənaət olunan pula isə silah alacaqlar, bizi öldürməyə. Bu məsuliyyəti kim daşıyır və kim daşıyacaq? O pulu onlara verən. O cümlədən dırnaqarası “Avropa Sülh Fondu”. Görün, bu riyakarlığın səviyyəsinə baxın. Silah üçün nəzərdə tutulan fond, ona Sülh Fondu deyirlər, Ermənistan ondan istifadə edir, Fransadan pulsuz silah alır. O vəsait də ödənilmir, başqa yerlərdən. Ona görə bu, ciddi məsələdir və bu barədə çox da danışmaq istəməzdim. Sadəcə olaraq, bizim şərtlərimiz yerində qalır. Ermənistanı silahlandırانlar bilməlidirlər ki, bütün gələcək hadisələrə birbaşa onlar cavabdehlik daşıyacaqlar və təbii olaraq, bizə qarşı rəsmi ərazi iddialarına son qoyulmalıdır. Onların konstitusiyasına dəyişiklik edilməlidir, Minsk qrupu da ləğv olunmalıdır.

Bilirsiniz, işğal dövründə bizim təbii olaraq xarici siyasətimizin böyük hissəsi bu istiqamətə yönəlirdi. İndi isə - tarixi Zəfərimizdən sonra biz xarici siyasətimizdə daha sərbəstlik və bu münasibətlə bir neçə kəlmə demək istərdim: müstəqil, prinsipial xarici siyasət bizim əsas istiqamətimizdir. Biz heç kimə qarşı heç vaxt heç bir iş görməmişdik, heç kimin işinə qarışmamışdıq. Amma bizim işimizə qarışmaq istəyənlərə də hər dəfə dərs vermişik ki, bunu etməsinlər. Belə cəhdlər var, olacaq. Düzdür, onların heç bir əhəmiyyəti yoxdur. Ancaq bizim xarici siyasət istiqamətində bu amil təbii olaraq həmişə nəzərə alınacaq. Kim bizimlə ikitərəfli formatda, qarşılıqlı hörmət əsasında əməkdaşlıq etmək istəyirsə, biz iqiqat əməkdaşlıq edəcəyik. Amma əgər kimsə hesab edir ki, bizə gəlib nəsə diktə edəcək, yaxud da ki, bizi əsassız olaraq ittiham edəcək, ya da ki, hansısa vasitələrlə

bizi qaralayacaq və sanki heç nə olmamış kimi bu ölkələrlə biz dostluq edəcəyik, bu, səhv təsəvvürdür, bu, olmayacaq! Azərbaycan çoxdan özünü ləyaqətli və qürurlu dövlət kimi təsdiqləyib. Xüsusilə, tarixi Zəfərimizdən sonra bizim beynəlxalq nüfuzumuz bir neçə dəfə artıb. Beynəlxalq mövqelərimiz möhkəmlənib, beynəlxalq ictimaiyyət bizimlədir. Çünki bəzi Qərb ölkələri hesab edirlər ki, beynəlxalq ictimaiyyət ancaq onlardır və onların əli altında olan demək istəmirəm yəni, asılı dövlətlər. Yox, beynəlxalq ictimaiyyət bütün dünya ölkələridir və bu dünya ölkələri bizə yekdilliklə səs verib. COP29-un Azərbaycanda keçirilməsi 200-ə yaxın ölkə tərəfindən yekdilliklə qəbul edilmiş qərardır və bizim beynəlxalq nüfuzumuzu, hörmətimizi göstərən vacib amildir. Bundan sonra da xarici siyasətdə geriyə heç bir addım olmayacaq. Dostlarımızın bütün qitələrdə sayı artır. Biz indi - İkinci Qarabağ müharibəsindən və suverenliyimizi bərpa edəndən sonra daha fəal xarici siyasət aparacağıq. Vaxtilə mövcud olmadığımız bölgələrlə indi çox ciddi təmaslar qurulur, həm sərmayə qoyuluşu layihələri nəzərdən keçirilir, eyni zamanda, müxtəlif sahələrdə əməkdaşlıq üçün yeni imkanlar yaranır. Təbii olaraq, ənənəvi tərəfdaşlarımızla, dostlarımızla münasibətlərimiz yerindədir və daha da inkişaf edir və edəcək.

Təbii ki, ölkə qarşısında bir çox digər vəzifələr var. Bir daha məclis üzvlərini yeddinci çağırış parlamentin fəaliyyətə başlaması münasibətilə təbrik etmək istəyirəm. Hər birinizə uğurlar, cansağlığı arzulayıram. Sağ olun.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-15-22>

M.A.Məmmədov
i.e.d., professor, Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti
ORCID 0000-0002-5327-2507
m.m.asirli@mail.ru
İ.V.Fətahov
doktorant, Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti
ORCID 0000-0001-5557-3410
izmirfataxov@gmail.com
Z.T.Mustafayeva
SOCAR Victse Prezident
ziba.mustafayeva@socar.az

Məqalə redaksiyaya daxil olub 05.09.2024

The article was received by editorial board on 05.09.2024

Статья принята к печати 05.09.2024

TİKİNTİ SƏNAYESİ MƏHSULLARININ KEYFİYYƏTİ VƏ RƏQABƏTQABİLİYYƏTLİLİYİNİN İQTİSADI TƏHLİLİ

Xülasə

Məqalədə tikinti sənayesi məhsullarının keyfiyyəti və rəqabətqabiliyyətliliyini xarakterizə edən amillər - tikinti işlərinin dəyəri və ölkənin tikinti sektorunda yaradılmış əlavə dəyərin ÜDM-də xüsusi çəkisi, tikinti maşın və mexanizmləri və onlardan istifadə, tikinti işlərinin strukturu, istehsal olunan məhsulların keyfiyyəti və s. göstəricilər təhlil edilmiş, sistemləşdirilmiş və təkliflər verilmişdir. Məqalədə həmçinin istehsal olunan məhsulun keyfiyyətli olmasını səciyyələndirən ISO standartarı, tikinti sənayesi üzrə rəqabətqabiliyyətlilik indeksini müəyyənləşdirən meyarlar tədqiq edilmişdir.

Açar sözlər: rəqabətqabiliyyətlilik, tikinti sənayesi məhsulları, keyfiyyət, ISO standartarı, tikinti işlərinin strukturu, tikinti maşınlar və mexanizmlər, rəqabətqabiliyyətlilik indeksi, müqayisəli üstünlük.

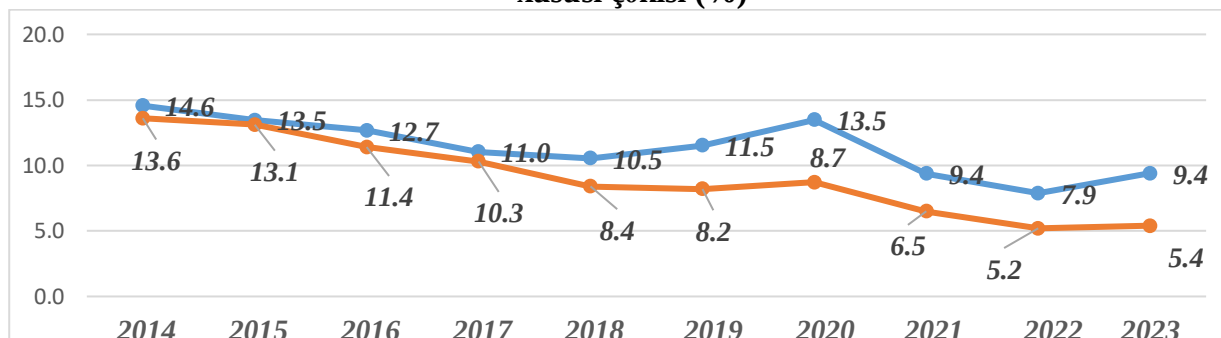
GİRİŞ

Tikinti sənayesi milli iqtisadiyyatın mühüm tərkib hissəsi olmaqla yanaşı, iqtisadiyyatın bütün sahələrinin inkişafında mühüm rola malikdir. Belə ki, tikinti sənayesi ölkədə əsas fondların yaradılmasının və inkişafının təmin edilməsində əsas və aparıcı sektorlardan olaraq onların formalaşması, inkişafı və mütəmadi təkmilləşdirilməsini təmin edir. . Tikinti sənayesinin ən mühüm xüsusiyyəti bu sahədə yerinə yetirilən işlərin sturukturunda material tutumun payının yüksək olması ilə xarakterizə olunur. Beləki mütəxəssislərin araşdırmalarına əsasən tikinti sənayesi məhsullarının material tutumu göstərici təqribən 60%-65% arasında müşahidə olunur. Tikinti sektorunda yerinə yetirilən tikinti-quraşdırılma işlərinin tədqiqi göstərir ki, bu sahənin son məhsulu bina və qurğuların keyfiyyət ölçüləri müxtəlif olduğu üçün bu göstəricilərin sistemləşdirilməsi və onların qymətləndirilməsində müasir elmi-metodik metotdlar tətbiq etməklə aparmak məqsədmüvafiqdir. Qeyd etmək lazımdır ki, ümumiyyətlə məhsul yönümlü konsepsiyalardan biri keyfiyyətin səkkiz ölçüsünü performans, xüsusiyyətlər, etibarlılıq, uyğunluq, davamlılıq, xidmət qabiliyyəti, estetika və qəbul edilən konsepsiya qəbul edilmiş və bu konsepsiya Garvinə (Evans və Lindsay 1991) məxsusdur.

TƏHLİL

Tikinti sənayesi məhsulunun keyfiyyəti və rəqabətqabiliyyətliliyinin təhlilində ilk növbədə tikinti işlərinin dəyəri və ölkənin tikinti sektorunda yaradılmış əlavə dəyərin ÜDM-də xüsusi çəkisi müəyyən edilməli, bu məqsədlə qeyd edilən göstəricilər araşdırılmış və aşağıdakı diaqram tərtib edilmişdir.

Qrafik 1. Tikinti işlərinin dəyəri və tikintidə yaradılmış əlavə dəyərin ÜDM-də xüsusi çəkisi (%)



Bu diaqramdan göründüyü kimi tikinti işlərinin və tikinti sənayesində yaradılmış əlavə dəyər göstəricisinin ÜDM-də xüsusi çəkisi azalmağa doğru meyl etmişdir. Belə ki, 2014-cü ildə tikinti işlərinin dəyəri ÜDM-də 14.6% olduğu halda bu göstərici 2023-cü ildə 9.4% səviyyəsinə düşmüşdür. Müvafiq olaraq tikinti sənayesində yaradılmış əlavə dəyərin ÜDM-də xüsusi çəkisi təhlil olunan dövrdə 13.6% səviyyəsindən 5.4% səviyyəsində olmuşdur. Müqayisə üçün qeyd etməl lazımdır ki Almaniya, İtaliya, Fransa, Hollandiya, İsveç, Danimarka və s. kimi inkişaf etmiş ölkələrdə tikinti sənayesinin ÜDM-də xüsusi çəkisi 4-5%, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə isə 6-15% arasında dəyişir.

Qeyd etdildiyi kimi tikinti məhsullarının keyfiyyəti bu prosesdə iştirak edənlərin tikinti ilə bağlı norma, qayda və standartların tələblərini nəzərdə tutur. Bu amilləri müxtəlif əlamətlərə görə təsnifləşdirmək olar yəni, bunlara materialın davamlılığı, istismar etibarlılığı, keyfiyyət sertifikatları, ISO standartları, istehsal texnologiyası, son istehlakçılar üçün əlçatanlığı kimi mühüm amillərini aid etmək olar. Bunlar digər tərəfdən isə tikinti sənayesinin rəqabətqabiliyyətliliyini də xarakterizə edir. İlk növbədə tikinti işlərinin mülkiyyət növlərinə görə təhlil edilib və aşağıdakı cədvəl tərtib edilib.

Cədvəl 1

Mülkiyyət növlərinə görə tikinti işlərinin dəyəri(mln. manat)

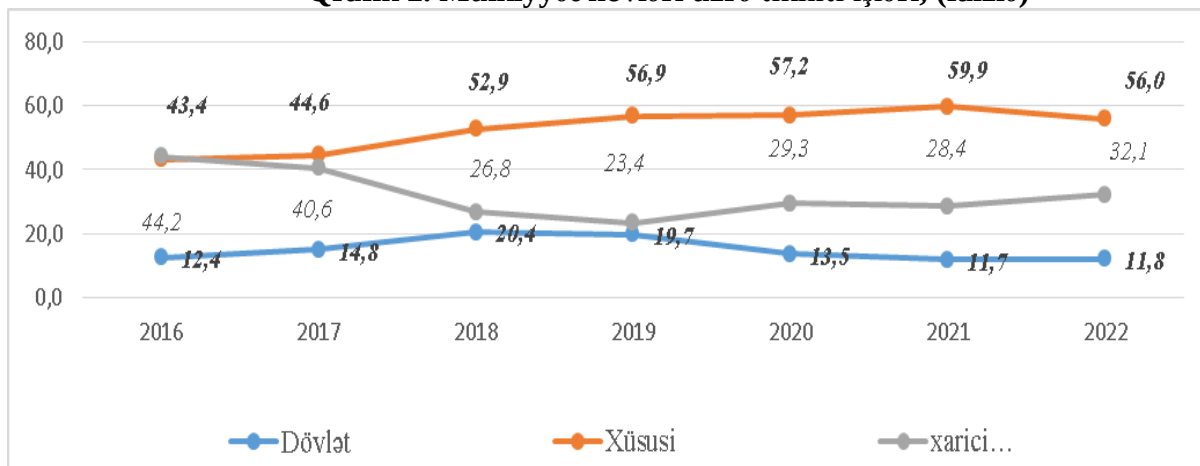
İllər	Cəmi	Dövlət	Faizlə	Xüsusi	Faizlə	xarici investisiyalı	Faizlə
2016	7660.4	949.9	12.4	3322.5	43.4	3388.0	44.2
2017	7762.1	1152.2	14.8	3462.2	44.6	3147.7	40.6
2018	8448.3	1719.4	20.4	4466.7	52.9	2262.2	26.8
2019	9439.2	1863.6	19.7	5370.8	56.9	2204.7	23.4
2020	9778.8	1321.8	13.5	5588.9	57.2	2868.1	29.3
2021	8741.2	1019.8	11.7	5237.0	59.9	2484.4	28.4
2022	10558.9	1251.2	11.8	5913.4	56.0	3394.4	32.1

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/source/construction/>

Təhlillər göstərir ki, 2016-cı ildə ölkədə 7.6 milyard manatlıq tikinti işləri yerinə yetirilmiş, bununda 949.9 mln. manatı və ya 12.4% dövlət müəssisələri, 3.3 milyard manatı və ya 43.4% xüsusi mülkiyyət, 3.4 milyard manatı və ya 44.2% xarici investisiyalı müəssisələr tərəfindən həyata

keçirilmişdir. Bu göstərici 2022-ci illə müqayisədə 11.8% dövlət, 56.0% xüsusi mülkiyyət və 32.1 %-i isə xarici investisiyalı müəssisələr tərəfindən reallaşdırılmışdır.

Qrafik 2. Mülkiyyət növləri üzrə tikinti işləri, (faizlə)



Tikinti sənayesi məhsulunun keyfiyyətinin və rəqabətqabiliyyətlilik parametrləri təhlil edilərkən mühüm yanaşmalardan biri də tikinti işlərinin strukturunun təhlilidir bu məqsədlə tikinti işlərinin strukturu araşdırılmış və aşağıdakı göstərilmişdir.

Cədvəl 2

Tikinti işlərinin strukturu, (mln. manat və faizlə)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Cəmi	7660.4	7762.1	8448.3	9439.2	9778.8	8741.2	10558.9
yeni tikinti, yenidən qurma, genişləndirmə, texniki vasitələrin yenidən təchiz olunması	5255.6	4962.4	5139.3	5773.2	5847.5	4985.3	7548.5
<i>faizlə</i>	68.6	63.9	60.8	61.2	59.8	57.0	71.5
əsaslı təmir	899.2	941.1	856.1	902.5	992.8	1232.8	1533.5
<i>faizlə</i>	11.7	12.1	10.1	9.6	10.2	14.1	14.5
cari təmir	410.3	368.3	636.6	655.4	772.8	610.8	648.1
<i>faizlə</i>	5.4	4.7	7.5	6.9	7.9	7.0	6.1
sair işlər	1095.3	1490.3	1816.3	2108.1	2165.7	1912.3	828.9
<i>faizlə</i>	14.3	19.2	21.5	22.3	22.1	21.9	7.9

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/source/construction/>

2016-2022-ci illər üzrə tikinti işlərinin strukturunun təhlili göstərir ki, orta hesabla bu dövrdə yeni tikinti, yenidən qurma, genişləndirmə, texniki vasitələrlə yenidən təmin olunması 2016-cı ildə ümumi işlərin 68,6%-i 2022-ci ildə isə 71,5% təşkil etmişdir. Həmçinin təhlil dövründə 2016-cı ildə 11.7% əsaslı təmir, 5,4% cari təmir və 18,5% isə sair işlər və 2022-ci ildə bu göstəricilər müvafiq olaraq 14,5%; 6,1% və 7,9% təşkil etmişdir.

Bu göstəricilər ilə yanaşı aşağıda fəaliyyət göstərən tikinti müəssisələrinin fəaliyyət növlərinə görə sayı və yerinə yetirilmiş işlərin dəyəri 2019-2022-ci illər üzrə təhlil edilmişdir və aşağıdakı dinamika müəyyən edilmişdir.

Cədvəl 3

**Fəaliyyət göstərən tikinti müəssisələrinin sayı və yerinə yetirilmiş işlərin dəyəri
(vahid, mln.manatla)**

	2019		2020		2021		2022	
	Tikinti müəssisələrinin sayı	İşlərin dəyəri	Tikinti müəssisələrinin sayı	İşlərin dəyəri	Tikinti müəssisələrinin sayı	İşlərin dəyəri	Tikinti müəssisələrinin sayı	İşlərin dəyəri
Cəmi	1826	9,439.2	1,901	9,778.8	2,099	8,741.2	2,332	10,558.9
Binaların tikintisi	894	4,341.6	928	4,598.2	994	3,755.3	1,072	4,974.5
Mülki təyinatlı inşaat işləri	281	2,478.5	290	2,335.8	323	1,659.3	369	2,161.4
İxtisaslaşdırılmış tikinti işləri	651	2,619.0	683	2,844.7	3,326,640	3,464.6	891	3,423.0

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/source/construction/>

Tərtib olunmuş cədvəldən göründüyü kimi 2019-cu ildə ölkədə cəmi 1826 tikinti müəssisəsi fəaliyyət göstərmiş, bunlardan 49% və ya 894-ü bina tikintisi, 15.4% və ya 281 mülki təyinatlı inşaat işləri və nəhayət 35.7% və ya 651 ixtisaslaşdırılmış tikinti işlərini yerinə yetirən təşkilatlar olmuşdur.

Tədqiq olunan bu dövrdə yəni, 2019-cu ildə yerinə yetirilmiş işlərin dəyəri 9.4 milyard manat, bunun 49% - və ya 4.3 milyard manatı binaların tikintisi, 15.4% və ya 4.3 milyard manatı mülki təyinatlı inşaat işlərinə, 35.7% və ya 2.6 milyard manatı ixtisaslaşmış tikinti işləri təşkil etmişdir. 2019-cu il üzrə tikinti müəssisələrinin sayını və yerinə yetirdikləri işin dəyərini 2022-ci il ilə müqayisə etdikdə məlum olur ki, tikinti müəssisələrinin sayı 506 və ya 27.7%, yerinə yetirilən işlərin dəyəri isə 1.1 milyard manat və ya 11.9% artmışdır. Həmçinin 2022-ci ildə bina tikintisi aparan müəssisələrin sayı 1072 olmuşdur ki, bu da 2019-cu illə müqayisədə 178 müəssisə və ya 19.9%, yerinə yetirilmiş işlərin dəyəri isə 632.8 mln. manat artığını, mülki təyinatlı inşaat müəssisələri 88 vahid artaraq 369 müəssisə və ya 31.3% artığı halda yerinə yetirilən işlərin dəyərində isə 317.1 mln. manat və ya təhlil dövrü ilə müqayisədə 12.8% azalma müşahidə edilmişdir. İxtisaslaşdırılmış tikinti işlərini görən müəssisələrin sayı 240 vahid və ya 36.9%, yerinə yetirilən işlərin dəyərində isə 804.1 mln. manat və ya 30.7% artım müşahidə olunur. Tikinti sənayesi məhsulunun keyfiyyətinin və rəqabətqabiliyyətliliyini xarakterizə edən amillərdən biri də əsas tikinti maşınlarının mövcud vəziyyəti ilə əlaqədardır.

Cədvəl 4

Əsas tikinti maşınlarının mövcudluğu (ədədlə)

Ekskava-	Traktor	Hərəkət-	ondan:	Avto qrey	Avto -	Traktorlar

	torlar cəmi	Skre- per- lər	üzə- rində bul- dozer lər	edici kranlar	qüllə li	avto- mobil gedişli	pnevmo- təkərli gedişli	tırtıllı gedişli	der- lər	yüklə- yicilər	
2014	1960	111	818	1591	243	684	65	430	569	581	433
2015	2089	85	802	1535	212	679	73	408	544	660	408
2016	2085	72	678	1349	172	662	71	354	498	592	392
2017	1927	78	669	1352	169	683	45	366	495	546	363
2018	1882	86	645	1281	136	660	58	346	498	540	346
2019	1828	89	623	1266	142	636	65	347	504	523	313
2020	1849	83	617	1296	156	650	65	348	494	534	341
2021	1805	74	606	1233	144	614	68	332	505	503	341
2022	1875	50	588	1197	144	573	61	348	503	505	326

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/source/construction/>

Tikinti sənayesində 2014-cü ildə cəmi 1960 ekskavator mövcud olmuşdursa bu göstərici 2022-ci ildə 85 vahid və ya 4.3% azalaraq 1875-ə, traktor üzərində buldozerlər 230 vahid və ya 28% 588-ə, hərəkətedici kranlar 394 və ya 24.8% səviyyəsində olmuşdur. Bu vəziyyət demək olar ki, əksər tikinti maşınlarında mövcud olmuşdur. Bu azalmanın əsas səbəblərindən biri də avadanlıqların xidmət müddətini keçməsi və onların itehsal dövrüyyəsindən çıxarılması ilə əlaqədardır. Bu məqsədlə tikinti sənayesində xidmət müddətini keçmiş tikinti maşınlarının dinamikasına nəzər yetirmək məqsədmüvafiqdir.

Cədvəl 5

Əsas tikinti maşınları üzrə xidmət müddətini keçmiş tikinti maşınlarının ümumi sayda (xüsusi çəkisi, faizlə)

	Birçalovlu ekskavatorlar	Çoxçalovlu ekskavatorlar	Tırtıl lı gediş li kran- lar	Skreperlər	Avto- grey der- lər	Pnevmo- təkərli kranlar	Qüllə li kran- lar	Avtomo- bil kranları
2014	19.1	8.1	5.6	27.9	12.1	27.7	18.1	13.5
2015	13.3	1.8	3.9	40	11.2	15.1	14.2	12.5
2016	15.0	2.5	4.8	43.1	11.0	16.9	18.6	13.1
2017	13.1	2.6	5.7	37.2	10.3	24.4	14.2	11.0
2018	12.3	2.8	2.9	33.7	10.0	15.5	15.4	10.8
2019	11.4	3.0	3.2	24.7	10.3	9.2	12.0	11.3
2020	12.9	5.3	3.4	21.7	13.6	18.5	15.4	12.3
2021	13.9	4.7	3.3	20.3	13.1	19.1	19.4	13.2
2022	11.5	3.6	2.0	22.0	9.9	4.9	18.1	11.7

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/source/construction/>

Bu cədvəlin məlumatlarından göründüyü kimi 2014-ci illə müqayisədə növbəti illərdə xüsusilə də 2022-ci ildə xidmət müddətini keçmiş tikinti maşınlarının xüsusi çəkisində azalma vardır. Belə ki, əgər birçalovlu ekskavatorlar ümumi sayda 2014-cü ildə 19.1% təşkil etmişdirsə bu göstərici 7,6%

azalaraq 11.5% düşmüşdür. Analoji vəziyyəti çoxçalovlu ekskavatorlarda 2014-cü ildə 8.1% olmuşdursa bu göstərici 4,5% azalaraq 3.6% səviyyəsinə, tırtıllı gedişli kranlar 5.6% səviyyəsindən 3.6% azalaraq, 2% səviyyəsinə, Skreperlər 27.9% səviyyəsindən 5.9% azalaraq, 22% səviyyəsinə, Avtoqreyderlər 12.1% səviyyəsindən 2.2% azalaraq, 9.9% səviyyəsinə, pnevmotəkərli kranlar 27.7% səviyyəsindən 22.8% azalaraq, 4.9% səviyyəsinə, avtomobil kranları isə 13.5% səviyyəsindən 1.8% azalaraq, 11.7% səviyyəsinə düşmüşdür. Belə hal isə tikinti sənayesində avadanlıqların yenilənməsini, müairləşməsini göstərir.

Təbii ki, tikinti sənayesi öz inkişafı üçün müəyyən növ məhsullar da istehsal edir və tikinti sənayesinin keyfiyyəti və ilk növbədə istehsal olunan məhsulların keyfiyyətindən və tikinti məhsulları istehsal edən müəssisələrarası rəqabətin səviyyəsindən aslıdır. Bu baxımdan DSK-nın məlumatları əsasında təqdim edilən əsas növ tikinti materiallarının, məmulat və konstruksiya istehsalı ilə bağlı statistikaya baxmaq əhəmiyyətli olar.

Cədvəl 6

Əsas növ tikinti materiallarının, məmulat və konstruksiya istehsalı

Məhsul növü	Ölçü vahidi	2018	2019	2020	2021	2022
Sement	min ton	3,444.8	3,488.4	3,237.1	3,438.7	3,561.2
Tikinti gipsi	min ton	11.0	17.8	26.1	36.9	42.9
İnşaat üçün əhəng daşı	min ton	485.9	358.3	382.5	406.0	347.6
Tikinti kərpic	min kub m	388.7	462.8	542.7	874.0	761.9
Sementdən, betondan kərpiclər və oxşar məmulatlar	min ton	95.5	99.4	108.8	149.2	150.4
Saxsı lövhələr	milyon kv.m	2.4	3.3	3.9	4.4	4.6
Taxta yonqar plitələr	min kub m	2.8	-	1.3	1.6	2.2
Betondan yığma tikinti konstruksiya	min kub m	135.5	51.0	56.2	47.0	50.1
Hörmə üçün beton qarışığı	min ton	1,466.7	2,777.1	2,945.9	3,909.5	4,714.4
Asfalt	min ton	650.6	1,112.0	527.2	807.7	1,131.8
Bentonit	min ton	212.3	222.5	155.1	174.2	175.9
Armatür	min ton	309.1	300.6	223.0	351.5	435.6

Mənbə: <https://www.stat.gov.az/source/construction/>

Cədvəldə əks olunmuş göstəricilərin təhlili nəticəsində müəyyənləşdirilmişdir ki, 2018-ci illə müqayisədə 2022-ci ildə inşaat üçün əhəng daşı 28,5%, taxta yonqar plitələr 21.5%, betondan yığma tikinti konstruksiya 63% və bentonit betondan yığma tikinti konstruksiya tikinti məhsullarının istehsalında 73,8% azalma müşahidə olunur. Ancaq digər tikinti məhsullarının istehsalında artım qeydə alınmışdır. Tikinti sənaye müəssisələrinin rəqabətliyi müqayisəli üstünlüyə əsaslanıb, ölkə daxili və xarici ölkələrin müvafiq sahələri ilə müqayisə edərək dəyərləndirilməlidir. Müqayisəli üs-

tünlüklərin hesablanması nisb qiymətlərin müqayisəsi nəticəsində onlar arasındakı fərq kimi yaranır. Müqayisəli üstünlüyü hesablanmasının ən düzgün metodu aşkar müqayisəli üstünlüyün Balassa prinsipi hesab edilir. Qeyd etmək lazımdır ki, aşkar müqayisəli üstünlük (AMÜ) göstəricilərindən biri Balassa indeksidir (Bij) və bu indeks aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$Bij = X_{ij} / X_{iw}$$

Burada, X_{ij} – i məhsulun və ya xidmətin ölkənin ümumi ixracında payı və X_{iw} – i məhsulun və ya xidmətin ümumi dünya ixracında payıdır.

Ballas indeksi yalnız i malın (məsələn xam neftin) J ölkənin ixracında payının həmin malın ümumi dünya ixracında payı ilə müqayisə edir. Yəni əgər xam neftin ixracının xüsusi çəkisi dünya ixracına nisbətən J ölkənin ixracında daha böyükdürsə, onda J ölkəsi bu mal üzrə aşkar müqayisəli üstünlüyə malikdir. Nəticə etibarilə ilə Balass indeksinin 1-dən böyük olması müqayisəli üstünlüyün mövcudluğunu, 1-dən kiçik olması isə onun mövcud olmadığını göstərir.

NƏTİCƏ

Tikinti məhsullarının keyfiyyəti bu prosesin iştirakçılarının tikinti – quraşdırma işləri ilə əlaqədar norma, qayda və standartlarının tələblərinə müvafiq tədbirlərin həyata keçirilməsini nəzərdə tutur. Burada qeyd olunan amilləri müxtəlif əlamətlərə - materialın davamlılığı, istismar etibarlılığı, keyfiyyət sertifikatları, ISO standartları, istehsal texnologiyası, son istehlakçılar üçün əlçatanlığı kimi mühüm amillərə görə təsnifləşdirmək olar və bunlar isə tikinti sənayesinin rəqabətqabiliyyətliliyini xarakterizə edir.

Eyni zamanda qeyd etmək lazımdır ki, istehsal olunan tikinti məhsullarının keyfiyyətli olmasını xarakterizə edən göstərici ISO standartlarıdır. Bu standartları üç qrupa ayırmaq olar:

- ISO - 9001:2015,
- ISO - 14001:2015,
- ISO - 45001:2015.

Tikinti sənayesi üzrə müəyyən etmiş rəqabətqabiliyyətlilik indeksinin meyarları aşağıdakılardır:

- texnologiya və innovasiyadan istifadə olunma səviyyəsi;
- idarəetmə və təşkilatı quruluş;
- maliyyələşmə;
- təşkilatın həcmi və ya böyüklüyü.

Tikinti sənayesi məhsullarının rəqabət üstünlüyünün müəyyənləşdirilməsi istiqamətlərindən biri də müqayisəli üstünlük metoduna əsaslanaraq onun digər ölkələrin müvafiq göstəriciləri ilə müqayisə edilərək müəyyənləşdirilməsidir. Tikinti təşkilatlarının rəqabət qabiliyyətini artırmağın yollarından biri tikinti-quraşdırma işlərinin maya dəyərinin təhlili, onun strukturunun təkmilləşdirilməsi və idarə edilməsidir.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Azərbaycanda tikinti. Bakı-2024.
2. T.Eyniyev, Q.Qeybullayev və M.Məmmədov. (2001). Tikintinin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi. Bakı, Nurlan nəşriyyatı. 679 səh.
3. M.Məmmədov, Ə. Əliyev. (2023). Menecment, dərslilik Bakı, Nəşriyyat-Poliqrafiya Mərkəzi. 287 səh.
4. M.A. Məmmədov, F.Ə.Məmmədova, Ş.İ. Əlizadə. (2022). Strateji Menecment dərslilik Bakı. Nəşriyyat – Poliqrifiya 239 səh.
5. <https://www.stat.gov.az/source/construction/>
6. <https://www.simplequeue.com/wp-content/uploads/2024/Latest-ISO-stats-for-2024.jpg>
7. www.kict.re.kr

8. <https://www.trademap.org/>

M.A.Mamedov

doctor of Economics, Professor, Azerbaijan University of Architecture and Construction
ORCID 0000-0002-5327-2507

I.V.Fatahov

doctoral student, Azerbaijan University of Architecture and Construction
ORCID 0000-0001-5557-3410

Z.T.Mustafayeva

SOCAR Vice President

Economic analysis of quality and competitiveness of products of the construction industry

Abstract

The article examines and analyzes the factors characterizing the quality and competitiveness of products of the construction industry - the cost of construction work and the share of added value created in the country's construction sector in GDP, construction machines and mechanisms and their use, the structure of construction work, the quality of manufactured products, indicators and provides relevant proposals. The article examines ISO standards characterizing the quality of manufactured products, criteria determining the competitiveness index of the construction industry.

Key words: competitiveness, products of the construction industry, quality, ISO standards, structure of construction work, construction machines and mechanisms, competitiveness index, comparative advantage.

М.А.Мамедов

д.э.н., профессор, Азербайджанский Архитектурно-строительный Университет
ORCID 0000-0002-5327-2507

И.В.Фатахов

докторант, Азербайджанский Архитектурно-строительный Университет
ORCID 0000-0001-5557-3410

З.Т.Мустафаева

SOCAR вице-президент

Экономический анализ качества и конкурентоспособности продукции строительной промышленности

Резюме

В статье рассмотрены и проанализированы факторы, характеризующие качество и конкурентоспособность продукции строительной отрасли - стоимость строительных работ и удельный вес созданной в строительном секторе страны добавленной стоимости в ВВП, строительные машины и механизмы и их использование, структура строительных работ, качество выпускаемой продукции, показатели и даны соответствующие предложения. В статье изучены стандарты ISO, характеризующие качество выпускаемой продукции, критерии, определяющие индекс конкурентоспособности строительной отрасли.

Ключевые слова: конкурентоспособность, продукция строительной отрасли, качество, стандарты ISO, структура строительных работ, строительные машины и механизмы, индекс конкурентоспособности, сравнительное преимущество.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-23-28>

UOT 338.22.01

Q.N.Qafarlı
doktorant, Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti
baş müəllim, Bakı Dövlət Universiteti
qalib.qafar@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 26.09.2024

The article was received by editorial board on 26.09.2024

Статья принята к печати 26.09.2024

GEOİQTİSADI İNKİŞAFIN RƏQABƏTQABİLİYYƏTLİLİK DETERMİNANTLARI

Xülasə

Ölkənin beynəlxalq rəqabətqabiliyyətliliyi konsepsiyası geoiqtisadi konfigurasiya şəraitində yeni determinantların yaranmasını şərtləndirməklə, bütün iqtisadi subyektlərin və fəaliyyət sahələrinin səmərəliliyinin mühüm göstəricisinə çevrilir. İqtisadiyyatın bütün sahələrində qloballaşma proseslərinin təsiri makrorəqabət qabiliyyətini formalaşdıran amillərin, xüsusən də rəqabət üstünlüklərinin inkişaf etdirilməsini tələb edir. Bu çərçivədə geoiqtisadi inkişaf, ölkənin beynəlxalq rəqabət qabiliyyətinin və rəqabət üstünlüklərinin əsas determinantları arasındakı əlaqəni və dəyişmə meylini müəyyən edir. Eyni zamanda rəqabətqabiliyyətlilik determinantları dünya iqtisadiyyatının rəqabətli mühitində innovativ yanaşma ilə səciyyələnir.

Açar sözlər: rəqabət qabiliyyətlilik, geoiqtisadi konfigurasiya, mikro rəqabət, makro rəqabət, innovasiya, rəqabət üstünlükləri.

GİRİŞ

Müasir geoiqtisadi konfigurasiya şəraitində ölkənin dünya iqtisadiyyatındakı mövqeyinin qiymətləndirilməsi ən vacib məsələlərdən biri kimi özünü göstərir. Bu baxımdan bazar transformasiyaları zamanı global iqtisadi məkana integrasiyasını mümkün edən rəqabətqabiliyyətlilik standartlarının müəyyən edilməsi ən mühüm məsələlərdəndir. Rəqabətqabiliyyətlilik rəqabət münasibətləri sisteminin struktur elementi olub, bazarın obyekt-subyekt səviyyələrində həyata keçirilən çoxşaxəli kateqoriya hesab olunur. Eyni zamanda, rəqabətqabiliyyətlilik dövlət tənzimlənməsinin səmərəliliyinin əsas göstəricisidir. Beləliklə, bazar sisteminin hazırkı inkişaf mərhələsində rəqabətqabiliyyətlilik bütün iqtisadi subyektlərin, dövlətin iqtisadi fəaliyyətində səmərəliliyin hərtərəfli şəkildə qiymətləndirilməsinin mühüm göstəricisinə çevrilir.

Geoiqtisadi konfigurasiyanın təsirini nəzərə alaraq iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətini müəyyən edərkən aşağıdakı istiqamətlərin nəzərə alınmasına xüsusi diqqət yetirilir:

- mikrorəqabət qabiliyyəti - rəqabətqabiliyyətlilik problemlərinin təhlilinin əhəməti sahəsi kimi özünü biruzə verir;

- makrorəqabət qabiliyyətliliyi - rəqabətqabiliyyətliliklə bağlı amillərin asılılığını ifadə edir.

Bununla belə, iqtisadi əlaqələrin mürəkkəbləşdiyi şəraitdə iqtisadiyyatın bütün sahələrində intensivliyin artması və qloballaşma proseslərinin geniş vüsət alması ilə elm və texnologiya sahələrində infrastruktura tələb daha da artmaqdadır. Bu çərçivədə iqtisadi mühit üçün əlverişli şəraitin təmin edilməsində dövlət əhəmiyyətli rol oynayır. Nəticədə makrorəqabət qabiliyyətini formalaşdıran amillərin, xüsusən də rəqabət üstünlüklərinin müqayisəli təhlili ölkələrarası çərçivədə xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Rəqabət qabiliyyətinin xüsusiyyətlər toplusunun və onların formalaşma

qanunauyğunluqlarının müəyyən edilməsi, konkret iqtisadi fəaliyyət sahəsinin rəqabət qabiliyyətini yüksəltmək üçün proqramların işlənilib hazırlanmasında müvafiq yanaşmalardan istifadə etməyə imkan verir [Ахтямов М.К., Завьялова Н.И., Лихолетов В.В., 2022].

Beynəlxalq rəqabətcabiliyyətliliyi konseptual əsasları

Ölkənin beynəlxalq rəqabətcabiliyyətliliyi konsepsiyasının əsasları M.Porter tərəfindən qoyulmuşdur. Onun inkişaf etdirdiyi nəzəriyyə, beynəlxalq rəqabətcabiliyyətlilik konsepsiyasını qarşılıqlı təsirini xarakterizə etməyə şərait yaradır. Konkret sahələrdə rəqabət üstünlükləri hansı inkişaf strategiyalarının mövcud olduğunu aşkara çıxarmaq məqsədi daşıyır. Hər bir dövlətin əsas məqsədi cəmiyyətin yüksək həyat səviyyəsinə nail olmasının təmin edilməsidir. Bu məqsədin reallaşdırılması ilk növbədə, əmək ehtiyatları və kapitalla təmin edilir. Əmək və ya kapital istehsal olunan məhsulların həcmnin formalaşdırılmasında iştirak edir.

Məlumdur ki, iqtisadiyyatın bütün sahələri daim rəqabətdə davamlı ola bilməz və ona görə də əsas vəzifə konkret ölkənin məhdud ehtiyatlarını düzgün şəkildə bölüşdürmək, onlardan maksimum səmərəli istifadə etmək və səmərəliliyi yüksəltməklə istehsalı daim təkmilləşdirmək, habelə məhsulun keyfiyyətinin yüksəldilməsini təşviq edən tədbirlər həyata keçirmək əsas məsələlərdəndir. Göstərilənlərə əsaslanaraq, ölkənin rəqabət qabiliyyətinin artırılmasının əsas prinsiplərini aşağıdakı kimi formalaşdırmaq olar: rəqabət üstünlüklərinin müəssisə, sahə və ölkə səviyyəsində artırılması; texnoloji və digər yeniliklər daxil olmaqla, ən yüksək səmərəliliyə nail olunması hesabına rəqabət üstünlüyünün əldə edilməsi; subyektlərin fəaliyyətlərini daha səmərəli şəkildə təkmilləşdirməyə və yeniləməyə imkan verən makro və mikro səviyyədə rəqabət mühitinin yaradılması və s.

Araşdırmalar göstərir ki, geoiqtisadi inkişaf səviyyəsi, ilk növbədə ölkənin beynəlxalq rəqabət qabiliyyətinin və rəqabət üstünlüklərinin aşağıdakı əsas determinantları arasındakı əlaqə ilə müəyyən edilir:

- torpaq, təbii ehtiyatlar və əmək resurslarının daxil olduğu şərtlər;
- iqtisadi inkişafın ən mühüm amillərindən olan tələbin səviyyəsi;
- məhsul və xidmətlərə tələbin istehsalçılara istehlakçıların ehtiyaclarında təkmilləşdirmələr etməklə, innovasiyalar əsasında daha qabaqcıl rəqabət üstünlüklərinin yaradılması;
- xidmət sahələrinin vəziyyəti və inkişaf səviyyəsi;
- təşkilati struktur.

Müasir dünya iqtisadiyyatı dinamiklik və rəqabətlə səciyyələndiyindən idarəetmənin səmərəliliyinin artırılması, mal və xidmətlərin keyfiyyətinin yüksəldilməsi, innovasiyaların yaradılması tələb edilir. Bu çərçivədə M.Porter rəqabət qabiliyyətinin iki xüsusi komponentini müəyyən edir: iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətinin dəyişməsinə səbəb olan hadisələr; amil şəraitini gücləndirmək, tələbatın vəziyyətinə təsir və rəqabət mühiti yaradılmasında dövlətin rolu [Попреп М., 1993]. Bu komponentlər ölkənin rəqabət üstünlüklərini şərtləndirir. Bununla belə, rəqabət üstünlükləri fərqli mahiyyəti ilə xarakterizə olunur. Ölkənin rəqabət qabiliyyətinə qeyri-texnoloji üstünlüklər əsasında da nail olmaq olar. Qeyri-texnoloji rəqabət üstünlüklərində aşağı texnologiyalı məhsulların üstünlük təşkil etməsi müşahidə edilir. Texnoloji tərəqqi ilə əlaqədar olaraq, resurs üstünlüklərinin rolu son vaxtlar kəskin şəkildə artmışdır.

Müasir dünya iqtisadi sistemində resurslardan istifadənin səmərəliliyini artırmaq üçün onun tərkib hissələrinin və onlar arasındakı əlaqələrin yenidən qurulmasına ehtiyac var. Bu transformasiya, iqtisadiyyatın müxtəlif sektorlarında və müxtəlif səviyyələrində innovasiyalar vasitəsilə əldə edilir. Bundan əlavə, innovasiyanın nəticəsi olan elmi və texnoloji potensialın özü istehsal amilinə çevrilir və o, rəqabət üstünlüklərini təmin edən amilə çevrilir. Qeyd edilənlər innovasiya və rəqabət qabiliyyəti arasında aşağıdakı əlaqənin formalaşmasına imkan verir:

- innovativ resurslar iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətinin artırılmasında ən mühüm amillərdən biridir və yüksək texnologiyalı sahələrdə innovasiyalar istehsalın və rəqabət qabiliyyətinin artırılmasının əsas mənbəyinə çevrilir;

- innovasiyalar rəqabəti gücləndirdiyindən yeni ideyaların, texnologiyaların, proseslərin tətbiqi və ya onların təkmilləşdirilməsi ilə rəqabət üstünlükləri əldə etmək mümkündür;

- həm yerli, həm də qlobal bazarlarda rəqabət, o cümlədən məhdud resurslar uğrunda rəqabət, bütün iştirakçıların innovasiya fəaliyyəti də daxil olmaqla, resursdan istifadənin səmərəliliyini daim artırmağa məcbur edir [Развадовская Ю. В., 2021];

- istehsalda innovasiyaların tətbiqi ilə rəqabət üstünlüklərinin qorunub saxlanılmasının yeganə yolu innovasiya fəaliyyətidir və bu, innovasiyaların tətbiqini stimullaşdırır;

- iqtisadiyyatın bütün sahələrində rəqabətqabiliyyətliyyə nail oluna bilinmədiyi kimi, innovasiyalar həmişə istehsalın səmərəliliyinin və son nəticədə rəqabət qabiliyyətinin artması ilə nəticələnir. İnnovasiyanın effektiv olması və rəqabət üstünlüklərinin yaradılmasına töhfə verməsi üçün bütün səviyyələrdə effektiv innovasiya strategiyasının həyata keçirilməsi vacibdir.

Ölkənin beynəlxalq rəqabətqabiliyyətliliyinin determinantları

Araşdırmalara əsaslanaraq qeyd etmək olar ki, yüksək texnologiyalı sahələrin rəqabət qabiliyyəti birbaşa olaraq elmi-tədqiqat işlərinə, innovasiyaların yaradılmasına, yəni texnoloji rəqabət üstünlüklərinə qoyulan investisiyalarla bağlıdır. Belə şəraitdə rəqabətqabiliyyətliliyin artırılması üzrə proqramlar makro və mikro səviyyələrdə əhəmiyyətli rəqabət üstünlükləri yarada bilər. Hazırda dünya iqtisadiyyatındakı meyllər beynəlxalq münasibətlərin iştirakçılarının qarşılıqlı fəaliyyəti üçün yeni iqtisadi inkişaf modelinin seçilməsinin vacibliyini önə çəkir. Bu isə öz növbəsində rəqabətqabiliyyətlik determinantlarının əlaqələndirilməsini şərtləndirir. Determinantlar iqtisadiyyatın rəqabətqabiliyyətliliyinin yüksəldilməsi üçün əsas konsepsiyadır [Старикова М.С., Рудычев А.А., Алахмад А.М., 2023]. Bu baxımdan, iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətinin müəyyən edilməsi aşağıdakı əsas determinantlara bağlıdır:

- iqtisadi strukturlar - özəl sektor və hökumətin dayanıqlı iqtisadiyyat yaratmaq üçün qarşılıqlı əlaqədə olduğu çərçivəni təşkil edir;

- infrastruktur. İqtisadiyyatın səmərəli fəaliyyəti üçün yüksək keyfiyyətli infrastrukturun olması vacibdir. Yüksək keyfiyyətli infrastruktur iqtisadi sferalar arasında tarazlığa şərait yaradır. Eyni zamanda geniş və yüksək keyfiyyətli infrastruktur rəqabətqabiliyyətliliyin əsas hərəkətverici qüvvəsidir və iqtisadi artıma əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir;

- makroiqtisadiyyat - makroiqtisadi mühitin sabitliyi ölkənin rəqabətqabiliyyətlik səviyyəsinə təsir edən mühüm amildir;

- bazarların səmərəliliyi. Məhsullar üçün səmərəli bazarları olan ölkələrdə tələb və təklif şərtləri ilə subyektlər optimal fəaliyyətləri ilə xarakterizə olunur. Sağlam bazar rəqabəti ölkə iqtisadiyyatının sabitləşməsinə töhfə verir;

- əmək bazarının səmərəliliyi və çevikliyi - istehsal amili kimi əməyin iqtisadiyyatda ən səmərəli istifadə olunmasını təmin edən mühüm amildir;

- maliyyə bazarının inkişafı;

- texnoloji inkişaf – iqtisadi fəaliyyət sahələrində istehsalı artırmaq üçün mövcud texnologiyalardan istifadə sürətini xarakterizə edir. Texnoloji fərqlər və dəyişikliklər hazırda iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətinin artırılmasının əhəmiyyətli istiqamətini müəyyən edir;

- bazar ölçüsü - rəqabətqabiliyyətliliyə ciddi təsir edir, çünki böyük bazarlar subyektlərə miqyas iqtisadiyyatından istifadə etməyə imkan verir. Hazırda bu vəzifənin əhəmiyyəti qloballaşma prosesi ilə təsdiqlənir və qlobal bazar mexanizminin əsas hissəsini təşkil edir;

- qarşılıqlı əlaqələrin inkişafı - mal və xidmətlərin istehsalının səmərəliliyini artırmağa kömək edir, həmçinin innovasiyaların və rəqabətin inkişafı üçün geniş imkanlar yaradır;

- texnoloji yeniliklər - innovasiya iqtisadi sistemlər üçün vacib elementdir, çünki onlar texnologiyaları istehsal prosesinə uyğunlaşdırmağa doğru irəliləyirlər.

Dünya iqtisadiyyatında gedən proseslər rəqabət qabiliyyətinin inkişafı üçün potensial imkanlardan xəbər verir. Bu baxımdan dünya birliyi çərçivəsində iqtisadiyyatının rəqabət qabiliyyətinin inkişaf etdirilməsi imkanları aşağıdakı meyllərlə xarakterizə olunur:

- xarici istehsalçılarla rəqabət daxili inhisarı aradan qaldıra bilər. Bu, öz növbəsində daxili və dünya bazarlarında hansı sahələrin perspektivli olduğunu müəyyən etməyə imkan verir. Deməli, xarici iqtisadi əlaqələrin mümkün qədər sərbəst inkişaf etməsinə şərait yaradılması vacibdir;

- daxili iqtisadiyyatın rəqabətqabiliyyətliliyinə nail olmaq üçün müəyyən müddət ərzində iqtisadi fəaliyyət sahələrini subsidiyalarla dəstəkləmək mühüm məsələlərdəndir.

Ümumiyyətlə, iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətinin təmin edilməsi və inkişafı dünya iqtisadiyyatına integrasiyanın genişləndirilməsi üçün strategiya və taktikaların işlənilib hazırlanmasına elmi əsaslı yanaşmanın əhəmiyyəti artır. Hazırda iqtisadiyyatın inkişafı üçün aşağıdakı strateji istiqamətləri fərqləndirmək olar:

- yerli istehsalat xarici investisiyaların cəlb edilməsi və maliyyə bazarının inkişafı yolu ilə ölkənin rəqabət üstünlüklərinin təmin edilməsi;

- innovativ texnologiya bazarında aparıcı mövqeyə malik olan sahələrin və insan kapitalının inkişafına, elmi-tədqiqat və inkişafa, intellektual və insan potensialının inkişafına yönəlmiş investisiyaların genişləndirilməsi;

- texnologiya və infrastruktur integrasiya etmək qabiliyyəti insan və sosial kapitalın inkişafının yeni formalarının axtarışı ilə həyata keçirilməsində özünü göstərir. Deyilənlərə əsaslanaraq qeyd etmək olar ki, rəqabətqabiliyyətlilik dövlətin konstruktiv mövqeyini inkişaf etdirmək üçün ətraflı təhlil tələb edir. Eyni zamanda, rəqabətqabiliyyətlilik müxtəlif səviyyəli amillər və təsərrüfat subyektləri arasında qarşılıqlı əlaqə prosedurlarının işlənilib hazırlanmasına əsaslanır.

Son dövrlərdə geoiqtisadiyyatda təchizat zəncirlərinin yenidən dizayn edilməsi zərurəti nəzərə alınaraq, makro və mikro səviyyələrdə iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinin strateji rəqabət-qabiliyyətliliyinin amillərinin araşdırılması artan global rəqabət çərçivəsində yeni dünya bazarının formalaşmasının əsas istiqamətlərini müəyyənləşdirir [Файона П., <http://www.feg.org.ua/docs/>]. İqtisadi inkişafın sabit səviyyəsinin qorunması tədbirləri, müəssisələrin lokallaşdırılması, onların iqtisadi potensialı və resurs bazası, investisiya cəlbəediciliyi və innovasiya səviyyəsi, məhsulların bazarlarda uğurlu yerləşdirilməsi, xarici və daxili bazarlarda məhsullara tələbin dəyişməsi, kadrların ixtisası və idarəetmə sərəştəsi beynəlxalq təchizat zəncirində ölkənin iştirakının prioritetləri sırasında qəbul edilir. Məlumdur ki, geoiqtisadi inkişafın əsasını innovativ inkişaf, yeni texnologiyalar, yeni alt sektorlar və istehsal növləri ilə inkişaf etmiş istehsal sahələri, kadrların ixtisas tərkibində dəyişikliklər, tullantısız istehsal və resursların təkrar emalı təşkil edir [Жаворонкин А.В., 2016].

Bununla belə, müasir çağırışlar çərçivəsində rəqabət qabiliyyətinin inkişafına mənfi təsir göstərən bir sıra maneələr də mövcuddur. Bu istiqamətdə xüsusilə, müəyyən sahələrdə yeni ixtisasa malik işçilərin çatışmazlığını, innovativ ideyaların məhdudluğunu, mövcud potensialdan kifayət qədər istifadə edilməməsini, əməyin təşkili səviyyəsinin modernləşdirilmiş istehsalın tələblərinə uyğun gəlməməsini, innovativ fəaliyyətə investisiyalara əsaslanan uzunmüddətli faydalar üzərində cari fəaliyyətin həyata keçirilməməsini qeyd etmək olar.

NƏTİCƏ

Araşdırmalar göstərir ki, transformasiya şəraitində texnoloji modernləşmə, insan kapitalı və sahələrarası qarşılıqlı əlaqə iqtisadi sistemlərin rəqabət qabiliyyətinin müəyyənədiciləridir. İqtisadi sistemlərin rəqabət qabiliyyətinin müəyyənədicisi amillərinin öyrənilməsi onların mümkün effekt göstəricilərinin müəyyən edilməsi ilə bağlı əsaslandırılmalara gətirib çıxarır. İqtisadi effektin yaranması, ilk növbədə, innovativ texnologiyalar və əlavə sistem effektləri yaradan sahələrarası qarşılıqlı əlaqə prinsiplərinə söykənir. Bundan əlavə, iqtisadi həyatın rəqəmsallaşdırılması yeni istehsal prinsiplərinin, istehlakçı məmnunluğunun əhəmiyyətini artırır. Bundan əlavə, xərclərə qənaət, innovativ, marketing effektləri və infrastruktur obyektlərinin bölgüsü effektləri də mövcud-

dur. Sahələrarası qarşılıqlı əlaqələr innovasiyaların yayılmasına, investisiya fəallığının artmasına, bütövlükdə iqtisadiyyatın inkişaf dinamikasının artmasına kömək edir.

Beləliklə, innovativ iqtisadiyyat texnoloji və müasir məhsullara tələbatın formalaşmasına və stimullaşdırılmasına əhəmiyyətli dərəcədə töhfə verir. İqtisadi effektin göstəricilərinin müəyyən edilməsi kontekstində qeyd etmək lazımdır ki, rəqabətqabiliyyətli sahələrin inkişafı innovativ inkişafın struktur sabitliyini, yüksək texnologiyalı istehsal əməliyyatlarının sayının artmasını, idxal olunan komponentlərin dəyərinin yüksəlməsini şərtləndirir. Ona görə də iqtisadi sistemlərin rəqabət qabiliyyətinin determinantlarını iki mərhələdə təhlil etmək məqsəduyğun hesab edilir:

- rəqabət qabiliyyətinin müəyyənədicilərini xarakterizə edən göstəricilərdə dəyişikliklərin dinamikasının qiymətləndirilməsi;
- malların, görülən işlərin və xidmətlərin ümumi həcmində innovativ məhsulların payının müəyyən edilməsi.

Göstərilənlərə əsaslanaraq qeyd etmək olar ki, geoiqtisadi inkişafın müasir mərhələsində iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətini formalaşdıran ən mühüm proseslər yüksək texnoloji bazanın inkişafına, innovasiyaların effektivliyinin artırılmasına, istehsalın modernləşdirilməsinə, istehsalın rəqəmsal transformasiyasına əsaslanır. Bu isə iqtisadi sistemlərin rəqabət qabiliyyətini müəyyən edən amillərin qarşılıqlı təsirindən yaranan innovativ məhsulların istehsalının həcmnin və spesifik göstəricilərinin sabitləşməsində özünü göstərir.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Ахтямов М.К., Завьялова Н.И., Лихолетов В.В. (2022) Моделирование путей наращивания конкурентоспособности современных организаций в экономике знаний // Вопросы инновационной экономики. – № 3. – с. 1367-1384.
2. Портер М. (1993). Международная конкуренция / под ред. В.Д. Щетинина. - М.: Международные отношения, - 896 с.
3. Развадовская Ю.В. (2021). Применение ресурсного подхода к исследованию параметров новой индустриализации экономики // Экономическая наука современной России. – № 4(95). – с. 20-35.
4. Старикова М.С., Рудычев А.А., Алахмад А.М. (2023). Анализ детерминант конкуренто-способности промышленных систем в условиях неоиндустриальной трансформации // Экономика, предпринимательство и право. – Том 13. – № 7. – С. 2127-2146.
5. Знания как базовый фактор экономического роста в условиях перехода к неоиндустриальной парадигме (Жаворонкин А.В.) (2016). // Креативная экономика. № 2.
6. Файона П. Глобальная конкурентоспособность: измерение производительного потенциала наций // Исследование Мирового экономического форума. URL: <http://www.feg.org.ua/docs>.

G.N.Gafarli

*senior lecturer, Baku State University
doctoral student, Azerbaijan State Agricultural University*

Determinants of competitiveness in geo-economic development

Abstract

The concept of a country's international competitiveness, under the conditions of geo-economic configuration, leads to the emergence of new determinants and becomes an important indicator of the efficiency of all economic entities and sectors. The influence of globalization processes across all

sectors of the economy demands the development of factors shaping macro-competitiveness, particularly the development of competitive advantages. In this context, geo-economic development determines the relationship and trend of changes between the main determinants of a country's international competitiveness and competitive advantages. At the same time, the determinants of competitiveness are characterized by an innovative approach within the competitive environment of the global economy.

Key words: competitiveness, geo-economic configuration, micro-competitiveness, macro-competitiveness, innovation, competitive advantages.

Г.Н.Гафарлы

ст.преп., Бакинский Государственный Университет
докторант, Азербайджанский Государственный Аграрный Университет

Детерминанты конкурентоспособности в геоэкономическом развитии

Резюме

Концепция международной конкурентоспособности страны в условиях геоэкономической конфигурации обуславливает возникновение новых детерминантов и становится важным показателем эффективности всех экономических субъектов и сфер деятельности. Влияние процессов глобализации на все сектора экономики требует развития факторов, формирующих макроконкурентоспособность, в особенности развитие конкурентных преимуществ. В этом контексте геоэкономическое развитие определяет взаимосвязь и тенденцию изменений между основными детерминантами международной конкурентоспособности страны и конкурентными преимуществами. В то же время детерминанты конкурентоспособности характеризуются инновационным подходом в условиях конкурентной среды мировой экономики.

Ключевые слова: конкурентоспособность, геоэкономическая конфигурация, микроконкурентоспособность, макроконкурентоспособность, инновации, конкурентные преимущества.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-29-39>

А.М.Бадалов
к.э.н., доцент, Ленкоранский Государственный Университет
alixan.badalov@mail.ru
В.Р.Алекперов
магистрант, Ленкоранский Государственный Университет
vasif0060@mail.ru

Məqalə redaksiyaya daxil olub 19.07.2024

The article was received by editorial board on 19.07.2024

Статья принята к печати 19.07.2024

АНАЛИЗ ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ ЭКОНОМИКИ АЗЕРБАЙДЖАНА И ПЕРСПЕКТИВ В УСЛОВИЯХ МИРОВОГО ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА

Резюме

В статье анализируется нынешнее состояние экономики Азербайджана в условиях мирового финансового кризиса и определяются ее перспективы. В статье показано, что события, происходящие в современной мировой экономике, вступили в новый этап глобальных финансовых проблем. Следует изучить с теоретической точки зрения, что мир не сталкивается с системным финансовым кризисом в настоящий и последующие периоды. При изучении этого вопроса на уровне страны Азербайджан были обоснованы теоретические и концептуальные идеи в этом направлении.

Ключевые слова: экономика Азербайджана, глобальный финансовый кризис, стабильная экономика, нефтяной сектор, диверсификация экономики, диверсификация экономики, постпандемия, постконфликтный период, финансовая стабильность, человеческий капитал, фискальная политика.

ВВЕДЕНИЕ

События, происходящие в современной мировой экономике, свидетельствуют о том, что глобальные финансовые проблемы выходят на новый этап. Следует изучить с теоретической точки зрения, что мир не столкнется с системным финансовым кризисом в 2024 году и в последующий период. Потому что инфляция, процентные ставки, а также геополитические риски значительно возросли и эта тенденция сохраняется. Учитывая рекордные уровни государственного и частного долга в условиях высоких низких процентных ставок, а также высокого риска рецессии, мировая финансовая система сталкивается с серьезным стресс-тестом. Мировой рынок недвижимости находится на грани резкой и продолжительной рецессии. Рост процентных ставок оказывает огромное давление на частные инвестиционные компании, которые берут крупные кредиты на покупку недвижимости.

Резкий спад глобальной экономической активности продолжает подталкивать инфляцию к высокому уровню. Такой процесс не приведет к хорошим результатам для мира. Чтобы предотвратить этот процесс, прежде всего, необходимо проводить перспективную, успешную монетарную и фискальную политику в мировой экономике. Конечно, в нынешних условиях конфликт Россия-Украина-Запад следует считать одним из факторов, играющих главную роль в решении проблемы. Риски не наблюдения позитивной тенденции в отношении перспектив экономического развития США и Китая в ближайшем будущем необычайно высоки. В такой

ситуации, если курс доллара США продолжит расти, а кризис недвижимости в Китае усугубится, то мировой экономический рост замедлится.

Более высокая, чем ожидалось, инфляция в США и ключевых европейских странах способствует ужесточению глобальных финансовых условий. Экономические риски, связанные с высоким уровнем долга, могут снизить реакцию центральных банков на инфляцию, иллюстрируя проблемы ужесточения денежно-кредитной политики в сегодняшних финансовых условиях. Попытки контролировать инфляцию, не вызывая рецессию, исторически редко увенчались успехом, и кажется реалистичным, что мир, скорее всего, войдет в рецессию. Учитывая, что Европа пока находится в отрицательной позиции по показателям, это подтверждает то, что многие ожидали. Положение США следует считать удовлетворительным по сравнению с Европой. Следующая возможная рецессия может быть не такой серьезной в США и аналогичных рынках, поскольку домохозяйства и компании чувствуют себя более здоровыми.

В европейских странах предпринимаются попытки сделать государственное вмешательство на рынках необходимым условием. Некоторые мировые лидеры считают, что для предотвращения экономической угрозы необходимо создать «атлас рисков» мира и искать совместные пути выхода из кризиса. По мнению некоторых, любой стране очень сложно пережить экономический кризис в изоляции. В таких условиях позиция Азербайджана в отношении глобальных финансовых проблем является одним из приоритетных направлений.

Содержание и анализ исследования с исторической и современной точки зрения

Нет большего события в политико-исторической судьбе любого народа, чем государственная независимость. Только имея независимое государство, народ получает возможность в полной мере проявить себя [3]. В годы советской власти одной из основных причин достижений в развитии экономики Азербайджана было более детальное изучение его природных ресурсов по сравнению с рядом территорий того времени. Позже там было написано: «Особенностью Азербайджана в составе Советского Союза всегда был уровень, что использование ряда его природных ресурсов полностью отвечало интересам укрепления экономической мощи страны в целом» [5].

Независимый Азербайджан стал государством со стабильной и стабильной экономикой в мировом масштабе, а также крупными финансовыми ресурсами, занимающим важное геополитическое и геоэкономическое положение, играющим стратегическую роль в обеспечении глобальной энергетической безопасности. Азербайджан вносит значительный вклад в международное и региональное сотрудничество, по инициативе и участию нашей страны успешно реализуются глобальные проекты. Растущая экономическая мощь и международное влияние создали для Азербайджана возможность выступить в качестве инициатора крупных проектов, способных изменить ландшафт экономики Южного Кавказа и прилегающих регионов. Успешная реализация этих проектов обеспечила нашей стране статус «глобального игрока», определяющего вектор развития процессов в регионе и имеющего слово в мировой экономике.

Мировые финансовые кризисы приводят к экономическим кризисам, и последствия этих кризисов оказывают негативное влияние на многие страны мира. Азербайджан является одной из стран, ощущающих на себе влияние этих кризисов. Так, финансовый кризис, произошедший в 2008 году, стал причиной экономического коллапса во многих странах мира. Влияние этого кризиса ощущалось и в Азербайджане, экономическое положение страны серьезно ослабло.

Одним из важных вопросов для отдельной страны в современную эпоху является учет событий и условий, произошедших в мировой экономической системе, ведение их учета, раскрытие закономерностей. Научная реализация этой работы требует глубокого изучения

объективных процессов, происходящих в мировой экономической системе и международном разделении труда [4].

В последнее время мир также испытал экономические трудности из-за масштабной пандемии. В результате воздействия пандемии COVID-19 большая часть населения мира была вынуждена оставаться дома, что привело к резкому снижению экономической активности во многих сферах. Эта ситуация также повлияла на экономику Азербайджана. Чтобы преодолеть негативные последствия, правительство Азербайджана реализовало дополнительные меры по поддержанию экономики в рабочем состоянии в целях борьбы с пандемией. Примеры этих мер включают борьбу с безработицей, снижение налоговых требований и организацию программ кредитования и поддержки. Эти меры помогли стабилизировать экономику Азербайджана. Можно сделать вывод, что традиционно финансовые кризисы могут повлиять на мировую экономику, в результате чего экономика испытывает трудности. Однако на примере нашей страны можно показать, что эти трудности можно преодолеть с помощью правильных мер и эффективной экономической политики.

В последнее время для развития экономики Азербайджана были реализованы многочисленные проекты. Соответствующие меры принимаются во многих областях, таких как развитие промышленности, туризма, технологий и энергетики в стране. Например, правительство Азербайджана уделяет внимание развитию других секторов экономики, помимо нефтяного сектора, который в последние годы вызвал экономические трудности. С этой целью в энергетической сфере Азербайджана реализуются проекты, связанные с использованием альтернативной энергии [1]. В то же время большие шаги предпринимаются в туристическом секторе. В стране предпринимаются шаги по развитию инфраструктуры в сфере туризма, такие как строительство различных объектов и открытие новых туристических позиций. Правительство также предоставляет различные программы в области пенсий, имущества и кредитов для граждан. Данные программы способствуют повышению социальной защиты и развитию малого и среднего бизнеса в стране. Принятие многочисленных шагов по развитию экономики Азербайджана в других сферах создает дополнительную уверенность в укреплении экономики страны в будущем. В этом направлении можно сделать вывод, что причиной развития экономики Азербайджана в последние годы являются меры, принимаемые в различных областях страны, независимая экономическая политика, меры социальной защиты и другие шаги.

За устойчивыми темпами роста мировой экономики скрывается постепенное повышение ряда краткосрочных рисков, которое может нанести серьезный ущерб экономике и значительно ухудшить долгосрочные перспективы развития. Это сильно усложнило бы решение многих задач, поставленных в Повестке дня в области устойчивого развития на период до 2030 года. Страны, сталкивающиеся со значительными трудностями, такими как крупные макроэкономические диспропорции и высокий уровень внешней задолженности, особо уязвимы перед лицом таких рисков. Поскольку возможности для политического действия значительно уменьшились по всему миру, любое внешнее потрясение может привести к серьезным и долгосрочным последствиям для мирового экономического роста и социально-экономического положения [7].

Независимое и суверенное Азербайджанское государство в постпандемический и постконфликтный период вступает в качественно новый стратегический этап, охватывающий 2021-2030-е годы. В новый стратегический период, характеризующийся восстановлением территориальной целостности страны, посредством поиска источников высокого экономического роста за счет глубоких структурно-институциональных реформ должны быть обеспечены дальнейшее наращивание могущества Азербайджанского государства, построе-

ние общества высокого благосостояния, историческое возвращение в освобожденные регионы и вечное расселение.

Глобальные экономические реалии, а также цели, поставленные на новом этапе развития, требуют определения вектора долгосрочного развития страны, основных направлений социально-экономического развития и соответствующих этому национальных приоритетов [2, 8]

Экономика Азербайджана по состоянию на 2022 год занимала 79-е место в мире по объёму ВВП (по паритету покупательной способности) [9]

Номинальный объем ВВП Азербайджана в 2023 году составил 123 млрд манатов, реальный рост экономики оценивается в 1,1%. По данным статистики, ненефтегазовый сектор в 2023 году вырос на 3,7%, тогда как спад в нефтегазовом секторе составил 1,7%. В структуре ВВП на долю промышленности пришлось 40,5%, торговли и ремонта транспортных средств - 10%, транспорта и складского хозяйства - 6,2%, сельского и лесного хозяйства, рыбоводства - 5,5%, строительства - 6,2%, на сферу размещения туристов и объектов общепита - 2,2%, на сектор информации и связи - 1,7%, на прочие сектора - 18,6%. Доля налогов в ВВП составила 9,1%. ВВП на душу населения в 2023 году составил 12 тыс. 114,5 манат. Рост ВВП Азербайджана в 2022 году составил 4,6% [10] Отметим, что правительство Азербайджана прогнозирует в 2024 году рост ВВП на уровне 2,4%. В стратегии роста экономики Азербайджана до 2030 года за основу взяты концепт развития освобожденных территорий и использование возможностей новых международных транспортно-логистических коридоров. Международный валютный фонд обнародовал свой прогноз по росту экономики Азербайджана по результатам консультаций с правительством страны, которые были проведены в ноябре 2023 года. Так, согласно прогнозу, МВФ ожидает роста экономики Азербайджана к 2028 году до 2,3%, в 2029-2030 годах темпы роста ВВП составят 2,4% в год, а в 2031-2032 годах - 2,5% в год. По оценкам МВФ, среднегодовая инфляция в Азербайджане к 2027-2028-му году снизится до 4%. [11]

Основной целью стратегии экономического развития Азербайджана является достижение устойчивого экономического роста и диверсификация экономики за счет развития ненефтяного сектора. Успешные социально-экономические и политические достижения, национальные и мультикультурные ценности создают уверенность в том, что мощь Азербайджана, являющегося стыком Востока и Запада, в ближайшие годы еще больше возрастет. Эти возможности гарантируют укрепление экономического суверенитета Азербайджана и его превращение в мощное государство с высоким социальным благосостоянием, основанным на современном уровне жизни, в период до 2030 года. Азербайджанское государство выбрало путь развития социально ориентированной рыночной экономики с целью дальнейшего повышения благосостояния населения страны. Развитие частной инициативы в стране на творческой и инновационной основе обеспечит направление экономических ресурсов в сферы, создающие более высокую добавленную стоимость. Реализация этих целей требует формирования эффективной основы макроэкономической политики, служащей устойчивой макроэкономической стабильности, укреплению среднесрочных и долгосрочных «движущих сил» экономического развития – модернизации человеческого капитала, расширения цифровой экономики и полное обеспечение экономического суверенитета.

Переход к зеленому росту в Азербайджане является основной целью стратегии развития финансового сектора. Об этом председатель Центрального банка Азербайджана (ЦБА) Талех Кязимов заявил на мероприятии «Повышение амбиций и стимулирование деятельности: Форум устойчивого бизнеса COP29». По его словам, подготовлена стратегическая дорожная карта по устойчивому финансированию [13].

Экономические показатели экономики Азербайджана в условиях мирового финансового кризиса: основные цели и приоритеты

В качестве основных достижений последних 20 лет можно указать достижение 3-кратного роста нашей экономики и значительное повышение социального благосостояния населения.

За последние 20 лет валовой внутренний продукт (ВВП) вырос с \$6,2 млрд до \$78,7 млрд [14]. Реальный объем ВВП увеличился в 4 раза. По мере улучшения финансовых возможностей страны уменьшалась и зависимость от внешних заимствований. Доля внешнего долга в ВВП в 2022 году снизилась до 9,5%. Доля ВВП на душу населения увеличилась до 7798 долларов в 2022 году. Стратегические валютные резервы нашей страны увеличились до 58,5 миллиардов долларов. В 2022 году уровень бедности снизился до 5,5%. Объем инвестиций, направленных в экономику в 2022 году, составил 17,1 миллиарда долларов.

В течение 2023 года баланс инвестиционных компаний расширился. По сравнению с концом 2022 года активы инвесткомпаний увеличились на 12% до 121 млн руб. AZN, а обязательства увеличились на 9% до 75 млн. манатов. составил манат [15].

График 1. Динамика баланса инвестиционных компаний, млн. руб. с манатами



Источник: ЦБА

За отчетный период увеличились клиентские активы инвестиционных компаний. По сравнению с концом 2022 года клиентские активы инвестиционных компаний увеличились на 29% (360 миллионов манатов) до 1,600 миллионов манатов. достиг маната. Основной причиной увеличения клиентских активов стали брокерские услуги на внешнем рынке. Так, за отчетный год активы клиентов по брокерским услугам на внешнем рынке увеличились на 27% (274 миллиона манатов). Хотя рост клиентских активов по всему сектору является положительным, в секторе наблюдается высокая концентрация клиентских активов.

Капитальная позиция инвестиционных компаний находится в зоне комфорта. По данным на конец 2023 года совокупный капитал сектора составляет 42,6 млн.долларов США. AZN, а необходимый капитал составляет 5,3 млн. манатов. сформирован AZN, который требует от инвестиционных компаний наличия достаточного буфера капитала [15].



Источник: ЦБА

Азербайджан 2030: Национальные приоритеты социально-экономического развития. Согласно Указу Президента Азербайджанской Республики от 2 февраля 2021 года, в ближайшее десятилетие Азербайджан будет иметь стабильно растущую конкурентоспособную экономику, динамичное, инклюзивное и основанное на социальной справедливости общество, место для конкурентоспособного человеческого капитала и современные инновации, большое возвращение территорий, освобожденных от оккупации, чистая окружающая среда и цели «зеленого роста» страны входят в число основных приоритетов [8].

Целью проекта является укрепление позиций страны в мировой экономике и присоединение к группе стран с более высоким уровнем дохода на основе результатов и обоснованных принципов, предусмотренных Национальными приоритетами Азербайджана до 2030 года и Стратегией социально-экономического развития на 2022-2026 годы.

Расширение диверсификации экономики продолжит оставаться одним из главных стратегических приоритетов в ближайшие годы. За счет трансформации основной движущей силы экономического роста из нефтяного сектора в ненефтяной сектор предполагается добиться постоянного увеличения доли ненефтяных доходов в государственном бюджете. В 2026 году доля ненефтяного сектора в ВВП прогнозируется на уровне 78,0 процента, а доля нефтяного сектора - 22,0 процента.

Чтобы минимизировать влияние кризиса в стране, были предприняты целенаправленные усилия по максимальному снижению его влияния на производство, и эти усилия продолжаются. В Азербайджане развитие предпринимательства получило широкий размах. Азербайджанские предприниматели настаивают на поставках на внутренний рынок. В результате работы азербайджанских предпринимателей в стране создан положительный экспортный потенциал. В экономике страны складывается благоприятная бизнес-среда для развития предпринимательства, которое играет важную роль в жизни регионов. За последние пять лет объем средств, выделяемых из государственного бюджета на развитие предпринимательства, из года в год увеличивается.

Несмотря на продолжающийся мировой финансовый кризис, предпринимаются конкретные шаги по диверсификации экономики страны и эффективной интеграции ее в мировую экономику, обеспечению регионов страны инфраструктурой и коммунальным хозяйством, дальнейшему повышению благосостояния народа. Азербайджан располагает достаточными валютными резервами для реализации крупных инвестиционных проектов как на текущий, так и на будущие годы.

В рамках проектов энергетического перехода в Азербайджане в общей сложности было инвестировано и инвестируется 1,5 миллиарда долларов США. Азербайджан обладает огромными ресурсами нефти и газа. Фактически, в результате экспорта этих ресурсов зарабатываются большие финансовые ресурсы и удовлетворяются потребности. Столь серьезной необходимости в развитии возобновляемых источников энергии с точки зрения удовлетворения спроса на энергию нет. Однако Азербайджан добровольно поставил ряд целей, связанных с международным изменением климата и сокращением выбросов в атмосферу. Глава страны определил «Зеленое развитие» одним из 5 первоначальных приоритетов. На 2022-2026 годы «Стратегия социально-экономического развития», план «Большое возвращение» определили очень серьезные цели. Азербайджан планирует реализовать проекты, связанные с источниками «зеленой энергии», до 2027 года. Она интегрируется в нашу энергетическую систему.

Конечно, стране, только что вышедшей из войны, не так просто преодолеть проблемы, вызванные глобальной экономикой. Но социальная политика является приоритетом для Азербайджанского государства.

В прошлом году валовой внутренний продукт нашей страны достиг рекордного уровня - около 134 миллиардов манатов. Внешняя торговля превысила 50 миллиардов долларов. Принимаются меры по увеличению внутреннего производства, замещающего импорт, поскольку снижение зависимости от импорта является одним из основных условий предотвращения инфляции.

Одним из факторов, которые могли сделать возможным влияние глобального кризиса на экономику Азербайджана, стало снижение цен на нефть и другие ненефтяные экспортные продукты на мировом рынке, а также уменьшение потоков иностранных кредитов в национальный банковский сектор. Система. Поскольку они были вовремя предотвращены, экономика Азербайджана серьезно не пострадала. Направления комплекса антикризисных мер, реализуемых Азербайджанским государством, весьма разнообразны. Среди них одним из приоритетных направлений является снижение потребительских цен.

Одним из других приоритетных направлений на протяжении многих лет является усиление борьбы с монополией. Так, в последние годы усилилась борьба с необоснованной монополией и нездоровой конкуренцией, уделялось внимание предотвращению незаконного вмешательства со стороны государственных институтов.

Одним из важнейших приоритетных направлений, несомненно, стала поддержка банков страны, осуществление финансового мониторинга, включающего контроль за кредитами и процентными ставками, что, в свою очередь, во многом способствовало укреплению финансовой дисциплины. Среди антикризисных мер, реализуемых сегодня государством, большое значение также имеют такие вопросы, как направление промышленных предприятий на внутренний рынок и обеспечение продовольственной безопасности. Антикризисная дорожная карта Азербайджана определена в подготовленном пакете антикризисных мер. Улучшение надзора в финансовой системе, как на национальном, так и на глобальном уровне, следует считать одним из наиболее важных условий. Самый оптимальный путь выхода из кризиса – это обязательное проведение «экономических и институциональных реформ». Самый рациональный вариант – заранее определить кризисы, которые можно ожидать, и принять меры против них, как наиболее правильную политику.

По нашему мнению, влияние предыдущего мирового финансового кризиса на банки Азербайджана не было сильным. Центральный банк Азербайджана реализовал меры по предотвращению и снижению инфляции в условиях кризиса, а также по поддержке местной финансовой системы. Учитывая, что в развивающихся странах и постсоветских государствах

использование средств ГНФАР следует считать правильным шагом из-за отсутствия высокого акционерного капитала в банковской системе.

Ненефтяной сектор должен обеспечить, чтобы роль, которую он играет в экономике Азербайджана сегодня, возросла за счет мультипликативного эффекта в будущем. Поэтому характерной чертой перспективных прогнозов является, с одной стороны, стратегия замены роли нефтяного сектора после развития других отраслей в качестве основной ведущей тенденции [6]. В нашей стране приняты срочные меры в направлении развития ненефтяного сектора, реализуются реформы. Приняты стратегические дорожные карты и государственные программы по основным отраслям экономики страны, определены цели экономического развития на ближайшую, среднесрочную и долгосрочную перспективу. В этом направлении одной из важнейших задач в нашей стране является обеспечение развития цифровых финансовых услуг. Существует необходимость диверсификации экономики Азербайджана и усиления экономического роста, а в данном случае – совершенствования стратегии достижения электронных и мобильных банковских услуг. Решить эти проблемы можно с помощью цифровых технологий. Таким образом, цифровая трансформация и технологические инновации обеспечивают быстрый, простой и эффективный доступ к финансовым услугам. Опираясь на международный опыт, можно отметить, что цифровая трансформация и технологические инновации обладают потенциалом для модернизации доступа к финансовым услугам населения Азербайджана. Применение цифровых технологий в финансовых, особенно платежных услугах, создает условия для расширения финансового посредничества.

Эффективное функционирование финансовых рынков и банковской системы в Азербайджанской Республике требует наличия надежно функционирующих платежных систем. Стабильно действующие платежные системы повысят эффективность денежно-кредитной политики, обеспечив проведение расчетов между экономическими субъектами в надежной форме.

Выбор потребителей играет ключевую роль при внедрении инноваций в системе безналичных расчетов. Потребительские требования к более быстрым и безопасным платежам определяют будущие направления инноваций. Применение инноваций обеспечивает увеличение объема операций, проводимых с электронными носителями, снижение финансовых и операционных затрат, снижение риска ликвидности при расчетах. Новые технологии продолжают способствовать развитию цифровых платежей, поскольку они становятся все более применимыми во всех сферах повседневной жизни. Также следует отметить, что новые методы, такие как Быстрые платежи, QR-коды (Quick Response) и мобильные приложения, POS-устройства на базе технологии Cloud (Облака), mPOS, снижают затраты пользователей и создают более удобные и дешевые возможности оплаты.

На наш взгляд, на современном этапе следует повысить доступность услуг банков и более эффективную организацию доступа к финансовым ресурсам, повысить финансовую инклюзивность населения за счет использования возможностей агентской сети по электронным и цифровым финансовым услугам. рассматриваются как приоритетные вопросы. Полагаем, что важнейшими вопросами, требующими решения в этом направлении, следует считать следующие:

- создание нормативной правовой базы;
- разработка дорожной карты по применению подхода открытого банкинга;
- подготовка рекомендаций к законодательным актам по вопросам работы системы мгновенных платежей, а также созданию возможностей получения банковских продуктов и услуг (открытие банковского счета, получение кредита) посредством удаленной идентификации.

Решение проблем в вышеперечисленных сферах позволит еще больше ускорить развитие финансовых услуг и платежных систем в стране, обеспечить расширение доступа к цифровым финансовым услугам через более эффективные и действенные каналы в отдаленных районах, где население ограничено в использовании банковских услуг. услуг или не имеет доступа к услугам, и тем самым цифровая оплата в стране поднимет уровень системы до уровня развитых стран.

Целью проекта является укрепление позиций страны в мировой экономике и присоединение к группе стран с более высоким уровнем дохода на основе результатов и обоснованных принципов, предусмотренных Национальными приоритетами Азербайджана до 2030 года и Стратегией социально-экономического развития на 2022-2026 годы.

В долгосрочной перспективе экономический рост создаст прочную основу для устойчивого развития страны. Для эффективной реализации этого приоритета необходимо решить следующие две задачи:

- устойчивый и высокий экономический рост;
- устойчивость к внутренним и внешним воздействиям.

Необходимо найти новые «движущие силы» для устойчивого экономического роста, глубокой диверсификации национальной экономики, полной реализации экспортного потенциала товаров и услуг. Хотя нефтяной сектор является одним из столпов социально-экономического развития, нефтефтяная экономика должна стать центром развития.

Экономический рост должен основываться на передовых и эффективных частных инициативах, необходимо укреплять государственное и частное сотрудничество. Активность в инновационном частном секторе должна и дальше оживляться, а доля частного сектора в финансировании нефтефтяного сектора должна быть увеличена.

Должно быть обеспечено привлечение прямых иностранных инвестиций в экономику страны, в том числе стратегических инвесторов в инфраструктурные сферы. Но в это время в центре внимания должна оказаться защита национальных интересов страны и создание конкурентной среды для иностранных инвесторов.

Поскольку наша национальная экономика является частью мировой экономики, на нее может влиять внешняя среда. По этой причине в долгосрочной перспективе необходимо усилить устойчивость экономики к внутренним и внешним воздействиям, а также дальнейшее укрепление макроэкономической стабильности. В целях укрепления макроэкономической стабильности и стабильности в стране необходимо сформировать бюджетную основу на основе бюджетного правила в соответствии с новыми реалиями.

Только диверсифицированная экономика может быть устойчивой. Основная цель при этом – добиться увеличения доли нефтефтяного сектора в экономике.

Особая роль государства в социально-экономическом развитии, эффективная и разумная интеграция нефтефтяных богатств в динамичное развитие, высокий объем государственных инвестиций, основные цели первого этапа экономического строительства - укрепление государственного суверенитета и национальной безопасности. важную роль в создании исторических географических границ страны, обеспечении внутренней общественно-политической стабильности и социальной консолидации.

Под руководством президента страны Ильхама Алиева Азербайджанское государство полно решимости реализовать новые цели в направлении построения общества высокого благосостояния путем дальнейшего увеличения своего могущества.

Наша страна вступила в новый этап стратегического развития после постпандемического и постконфликтного периода. В этот период необходима мобилизация устойчивых источников экономического роста посредством реформ нового поколения, конкурентоспособности экономики страны, инновационной и экспортной ориентации, дальнейшего укрепления фи-

нансовой стабильности, ее эффективной интеграции в глобальную цепочку создания стоимости и быстрого формирования общества высокого благосостояния считаются основными целями на будущее.

РЕЗУЛЬТАТ

- Финансовые кризисы могут повлиять на мировую экономику и в результате возникают трудности в экономике. Но при правильных мерах и эффективной экономической политике эти трудности можно преодолеть.

- Причиной развития экономики Азербайджана в последние годы являются меры, принимаемые в различных областях страны, независимая экономическая политика, меры социальной защиты и другие шаги.

- В качестве направлений в комплексе антикризисных мер снижение потребительских цен, усиление борьбы с монополиями, поддержка банков страны, осуществление финансового мониторинга, включающего контроль за кредитами и процентными ставками.

- В долгосрочной перспективе устойчивость экономики к внутренним и внешним воздействиям должна быть усилена, а приоритетом должна стать реализация бюджетной политики, основанной на бюджетных правилах в соответствии с новыми реалиями, в целях укрепления макроэкономической стабильности и стабильности.

Список использованной литературы:

1. Указ Президента Азербайджанской Республики «Об утверждении стратегических дорожных карт для национальной экономики и ключевых секторов экономики». Ильхам Алиев Президент Азербайджанской Республики. Город Баку, 6 декабря 2016 года. (www.president.az)
2. Распоряжение Президента Азербайджанской Республики об утверждении «Азербайджан 2030: Национальные приоритеты социально-экономического развития». Ильхам Алиев. Президент Азербайджанской Республики. Город Баку, 2 февраля 2021 года. (www.president.az)
3. Габиббейли, И. (2022). На дорогах независимости: от Гейдара Алиева до Ильхама Алиева // Азербайджан. - 8 мая. - № 95. - П. 1, 6.
4. Агиль Алиев, Ариф Шекаралиев, Идрис Дадашов. (2003). Мировая экономика: проблемы современной эпохи. (Монография) Баку, Издательство «Бакинский Университет», – 455 стр.
5. Ариф Шекаралиев, Гошгар Шекаралиев. (2016) Экономика Азербайджана: реалии и перспективы. Баку: НПБ «Турхан», -536 с.
6. <https://www.un.org/development/desa/dpad/publication>
7. <https://president.az/ru/articles/view/50474>
8. <https://ru.wikipedia.org/>
9. <https://interfax.az/view/907707>
10. <https://az.sputniknews.ru/20240411/rost-vvp-v-2024-2025-godakh-abr-obnovil-prognozy-po-ekonomike-azerbaydzhana-463885033.html>
11. www.president.az
12. <https://report.az/ru/finansy/taleh-kyazimov-perehod-k-zelenomu-rostu-v-azerbajdzhane-osnovnaya-cel-strategii-razvitiya-finansovogo-sektora/>
13. https://www.elibrary.az/docs/jurnal/jrn2023_339.pdf
14. Отчет о финансовой стабильности Центрального банка Азербайджанской Республики, 2023 г.

15. Указ Президента Азербайджанской Республики об утверждении «Азербайджан 2030: Национальные приоритеты социально-экономического развития»). Ильхам Алиев. Президент Азербайджанской Республики. Город Баку, 2 февраля 2021 года. www.president.az

A.M.Bədəlov
i.e.n., dosent, Lənkəran Dövlət Universiteti
V.R.Ələkbərov
magistrant, Lənkəran Dövlət Universiteti

Azərbaycan iqtisadiyyatının müracidi vəziyyətinin təhlili və global maliyyə böhranı dövründə perspektivlər

Xülasə

Məqalədə global maliyyə böhranı şəraitində Azərbaycan iqtisadiyyatının hazırkı vəziyyəti təhlil edilir və onun perspektivləri müəyyən edilir. Məqalədə müasir dünya iqtisadiyyatında baş verən hadisələrin global maliyyə problemlərinin yeni mərhələsinə qədəm qoyduğu göstərilir. Nəzəri baxımdan öyrənilməlidir ki, dünya indiki və sonrakı dövrlərdə sistemli maliyyə böhranı ilə üzləşmir. Bu məsələ Azərbaycan ölkəsi səviyyəsində öyrənilərkən bu istiqamətdə nəzəri və konseptual fikirlər əsaslandırılmışdır.

Açar sözlər: Azərbaycan iqtisadiyyatı, global maliyyə böhranı, sabit iqtisadiyyat, qeyri-neft sektoru, iqtisadiyyatın diversifikasiyası, iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi, pandemiyadan sonrakı dövr, münaqişədən sonrakı dövr, maliyyə sabitliyi, insan kapitalı, fiskal siyasət.

A.M.Badalov
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Lankaran State University
V.R.Alakbarov
master student, Lankaran State University

Analysis of the current state of the Azerbaijani economy and prospects in the context of the global financial crisis

Abstract

The article analyzes the current state of the Azerbaijani economy in the context of the global financial crisis and determines its prospects. The article shows that the events taking place in the modern world economy have entered a new stage of global financial problems. It should be studied from a theoretical point of view that the world is not facing a systemic financial crisis in the present and subsequent periods. When studying this issue at the level of the country of Azerbaijan, theoretical and conceptual ideas in this direction were substantiated.

Key words: economy of Azerbaijan, global financial crisis, stable economy, non-oil sector, economic diversification, economic diversification, post-pandemic, post-conflict period, financial stability, human capital, fiscal policy.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-40-50>

V.C.Axundov
i.ü.f.d., dosent, Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti
azeri46@mail.ru
A.R.Fətəliyeva
magistrant, Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti
afataliyeva28@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 06.10.2024

The article was received by the editorial board on 06.10.2024

Статья принята к печати 06.10.2024

NEFT-QAZ SƏNAYESİNDƏ İSTEHSAL RESURSLARINDAN İSTİFADƏNİN SƏMƏRƏLİLİYİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİNİN NƏZƏRİ-METODİKİ ƏSASLARI

Xülasə

Neft-qaz sənayesində istehsal resurslarından istifadənin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi mövzusunun nəzəri-metodik əsasları iqtisadiyyatın dayanıqlı inkişafının təmin edilməsində mühüm əhəmiyyət daşıyır. Bu sahədə səmərəliliyin artırılması məqsədilə resursların düzgün idarə olunması, texnoloji yeniliklərin tətbiqi və enerji səmərəliliyi strategiyalarının həyata keçirilməsi əsasdır. Səmərəlilik qiymətləndirilməsi zamanı əsas göstəricilər kimi istehsalın həcmi, xammal və enerji sərfiyyatı, əməyin məhsuldarlığı, resursların təkrar istifadəsi və tullantıların azaldılması nəzərə alınır. Bu metodologiyada istifadə olunan əsas iqtisadi alətlərdən biri resursların optimallaşdırılmasıdır. Optimallaşdırma neft-qaz hasilatının, emalının və nəqlinin hər mərhələsində resursların minimal itki ilə istifadə edilməsini və iqtisadi dəyərin artırılmasını hədəfləyir. Həmçinin, müəssisələrin texnoloji imkanları, infrastruktur səviyyəsi, işçi heyətinin peşəkarlığı və idarəetmə qabiliyyətləri də səmərəlilik qiymətləndirilməsində mühüm rol oynayır. Metodiki əsaslar təhlil zamanı maliyyə, istehsal və əməliyyat göstəricilərinin müqayisəli şəkildə qiymətləndirilməsini, həmçinin bazar və texnoloji dəyişikliklərə uyğun adaptasiya olunmasını tələb edir. Bu yanaşma ilə həm uzunmüddətli strateji qərarların, həm də qısamüddətli əməliyyatların effektivliyi yüksəldilir. Neft-qaz sənayesində istehsal resurslarından istifadənin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi, iqtisadi inkişafın vacib tərkib hissəsidir. Bu mövzusunun nəzəri-metodik əsasları, resursların düzgün idarə olunması və optimallaşdırılmasını əhatə edir. Səmərəliliyin qiymətləndirilməsində istehsalın həcmi, enerji və xammal sərfiyyatı, əməyin məhsuldarlığı və resursların təkrar istifadəsi kimi göstəricilər əsas rol oynayır. Metodiki yanaşmalar resursların minimal itki ilə istifadəsini, iqtisadi dəyərin artırılmasını və texnoloji yeniliklərin tətbiqini nəzərdə tutur.

Açar sözlər: neft-qaz sənayesi, istehsal resursları, səmərəlilik, resursların optimallaşdırılması, enerji səmərəliliyi, texnoloji yeniliklər.

GİRİŞ

Neft-qaz sənayesi dünya iqtisadiyyatının ən strateji sahələrindən biri kimi çıxış edir və ölkələrin iqtisadiyyatında mühüm rol oynayır. Xüsusilə, neft və qaz resurslarına malik ölkələr üçün bu sektor iqtisadi inkişafın əsasını təşkil edir, milli gəlirin və xarici valyuta daxilolmalarının böyük hissəsini təmin edir. Azərbaycanda da neft-qaz sənayesi ölkənin iqtisadi siyasətində həlledici amildir və regional, qlobal bazarlarla inteqrasiya prosesində əsas mənbə rolunu oynayır. Neft-qaz resurslarından

səmərəli və effektiv istifadə etmək isə ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyinin təmin edilməsi və resursların uzunmüddətli qorunması baxımından önəmlidir. İstehsal resurslarından istifadənin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi neft-qaz sektorunda iqtisadiyyatın ümumi inkişafına birbaşa təsir edən əsas göstəricidir. Resursların effektiv idarə olunması, onların istifadəsinin optimallaşdırılması və istehsal prosesindəki itkilərin minimuma endirilməsi bu qiymətləndirmənin mərkəzində dayanır. Neft-qaz sənayesində səmərəlilik anlayışı təkcə resursların iqtisadi dəyərinin artırılması ilə məhdudlaşmır, eyni zamanda texnoloji yeniliklərin tətbiqi və əməyin məhsuldarlığının yüksəldilməsi kimi məsələləri də əhatə edir.

Bu, həm ölkə daxilində iqtisadi inkişafın davamlılığı üçün, həm də qlobal enerji bazarında rəqabət qabiliyyətinin gücləndirilməsi üçün əsas faktorlardan biridir. Daha geniş miqyasda, səmərəliliyin artırılması ekoloji və sosial faktorları da nəzərə alır. Neft-qaz sənayesində istehsal prosesləri çox vaxt ətraf mühitə mənfi təsir göstərdiyi üçün, ekoloji tələblərə riayət edilməsi və davamlı inkişaf prinsiplərinin tətbiqi müasir dövrdə vacib şərtlərdən biridir. Resurslardan səmərəli istifadə edərək ətraf mühitin qorunması və tullantıların azaldılması beynəlxalq təcrübənin əsas istiqamətlərindən biridir.

Beləliklə, ekoloji təhlükəsizliyə diqqət yetirilməklə səmərəliliyin artırılması, sənayenin uzunmüddətli inkişafının təminatçısı olur. Son dövrlərdə texnoloji yeniliklər və rəqəmsal həllərin tətbiqi neft-qaz sənayesində istehsal proseslərinin optimallaşdırılmasına və idarəetmə mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsinə ciddi töhfə verir. Avtomatlaşdırılmış sistemlər, süni intellekt və böyük məlumatların (big data) təhlili vasitəsilə resurslardan istifadənin effektivliyi artırılmaqla yanaşı, əməliyyat xərcləri də azaldılır.

Bu yanaşma yalnız iqtisadi səmərəliliyin deyil, həm də bazar rəqabətliliyinin artırılmasına imkan verir. Nəticə etibarilə, neft-qaz sənayesində istehsal resurslarından istifadənin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi çoxşaxəli bir prosesdir və həm iqtisadi, həm ekoloji, həm də texnoloji aspektlərə əsaslanır. Resursların düzgün idarə olunması və optimallaşdırılması, istehsal proseslərində innovasiyaların tətbiqi və ekoloji təhlükəsizlik məsələlərinin həlli davamlı inkişafın vacib elementləri kimi çıxış edir. Bu yanaşma ölkənin iqtisadi dayanıqlılığını təmin etməklə yanaşı, qlobal bazarda rəqabət qabiliyyətini də artırır. Neft-qaz sənayesində istehsal resurslarından istifadənin səmərəliliyinin artırılması təkcə texnoloji yeniliklərlə deyil, həmçinin idarəetmə strategiyalarının təkmilləşdirilməsi ilə də sıx bağlıdır.

Elmi işin aktuallığı: Neft-qaz sənayesi qlobal və milli iqtisadiyyatlarda strateji əhəmiyyət kəsb edən sahələrdən biridir. Bu sektor resurslarının səmərəli istifadəsi isə iqtisadi inkişafın əsas amillərindən biridir. Xüsusilə, Azərbaycanın neft-qaz resurslarına olan tələbatı və bu resursların optimal şəkildə idarə edilməsi ölkənin davamlı inkişaf strategiyasının əsas istiqamətlərindən birini təşkil edir. Bu baxımdan, neft-qaz sənayesində istehsal resurslarının səmərəli idarə olunmasının qiymətləndirilməsi mövzusu son dərəcə aktualdır. Məsələnin müasirliyi həm ekoloji təhlükəsizlik, həm iqtisadi inkişaf, həm də texnoloji yeniliklərin tətbiqi baxımından mühüm əhəmiyyət daşıyır.

Problemlərin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi: Neft-qaz sənayesində istehsal resurslarından istifadənin səmərəliliyinin artırılması məsələsi dünya miqyasında geniş tədqiq edilmişdir. Lakin Azərbaycanın bu sahədəki xüsusiyyətlərinə uyğun spesifik yanaşmaların öyrənilməsi və mövcud problemlərin həlli istiqamətində yeni yanaşmaların tətbiqi hələ də tam şəkildə işlənməmişdir. Tədqiqatın əsas problemi, neft-qaz istehsalında resurs itkilərinin azaldılması, texnoloji yeniliklərin səmərəli tətbiqi və rəqabət qabiliyyətinin artırılması məsələlərində mövcud boşluqların aradan qaldırılmasıdır.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifəsi: Tədqiqatın əsas məqsədi neft-qaz sənayesində istehsal resurslarının istifadəsinin səmərəliliyini qiymətləndirmək və bu sahədə optimallaşdırma strategiyalarını təklif etməkdir. Əsas vəzifələr arasında resursların idarə olunması üzrə mövcud təc-

rübənin təhlili, texnoloji yeniliklərin tətbiqi imkanlarının araşdırılması və rəqabət qabiliyyətinin artırılması yollarının müəyyənəşdirilməsi yer alır.

Tədqiqatın obyekt və predmeti: Tədqiqatın obyektı Azərbaycanın neft-qaz sənayesi və bu sahədəki istehsal prosesləridir. Predmet isə neft-qaz istehsalında istifadə olunan resursların səmərəliliyinin artırılması yolları və texnoloji yeniliklərin bu sahəyə tətbiqi ilə bağlı məsələlərdir.

Tədqiqat sualı: Neft-qaz sənayesində istehsal resurslarının istifadəsinin səmərəliliyini necə artırmaq və bu prosesdə texnoloji yenilikləri effektiv şəkildə necə tətbiq etmək olar?

Tədqiqatın nəzəri perspektivləri: Tədqiqatda istehsal səmərəliliyi, resursların optimallaşdırılması və texnoloji yeniliklər sahəsində mövcud nəzəriyyələrə əsaslanılır. Xüsusilə, neft-qaz sənayesində tətbiq olunan beynəlxalq təcrübələr və iqtisadi səmərəliliyin artırılmasına yönəlmiş nəzəri modellər əsas nəzəri perspektivlər kimi götürülür.

Tədqiqatın informasiya bazası: Tədqiqatın informasiya bazası kimi Azərbaycanın neft-qaz sənayesinə dair statistik məlumatlar, hökumət sənədləri, beynəlxalq təşkilatların hesabatları, elmi araşdırmalar və sənaye üzrə analitik mənbələrdən istifadə ediləcəkdir.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Tədqiqatın əsas məhdudiyyətləri texnoloji yeniliklərin tətbiqi ilə bağlı məlumatların məhdudluğu və neft-qaz sektorundakı bəzi göstəricilərin dəqiqliyində rast gəlinən problemlərdir. Eyni zamanda, sektor üzrə bəzi ölkələrə aid spesifik təcrübələrdən istifadə etməkdə məhdudiyyətlər ola bilər.

Tədqiqat işinin elmi yeniliyi: Tədqiqatın elmi yeniliyi ondan ibarətdir ki, Azərbaycan neft-qaz sənayesində istehsal resurslarından istifadənin səmərəliliyinin artırılması üçün spesifik təkliflər irəli sürüləcək və yeni optimallaşdırma modelləri işlənəcəkdir. Bu yanaşma ilə resurs istifadəsi və rəqabət qabiliyyətinin artırılması məqsədi güdüləcəkdir.

Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti: Tədqiqatın nəticələri neft-qaz sənayesində istehsal resurslarının daha səmərəli istifadəsinə və bu sahədə yeni texnoloji həllərin tətbiqinə imkan yaradacaq. Təklif olunan strategiyalar və modellər sektorun rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına və iqtisadi inkişafın təmin edilməsinə töhfə verəcəkdir.

NƏZƏRİ YANAŞMALAR

Müasir dövrdə bir çox tədqiqatlar neft-qaz sənayesində səmərəliliyin qiymətləndirilməsi və innovativ texnologiyaların tətbiqi üzrə yönəldilmişdir. Asaul A.N. və Asaul M.A. (2019) öz işlərində innovasiyaların tikinti sektorunda necə tətbiq olunmadığını və bunun hansı maneələrlə qarşılaşdığını təhlil etmişlər. Bu, neft-qaz sənayesi üçün də uyğun ola bilən bir yanaşmadır, çünki böyük müəssisələr bəzən innovasiya tətbiqindən çəkinir. Bu təhlil göstərir ki, resursların səmərəli istifadəsi yalnız texnoloji inkişafdan deyil, həm də iqtisadi səmərəliliyə təsir edən müxtəlif faktorların nəzərə alınmasından asılıdır.

İkinci bir tədqiqat isə iqtisadi səmərəliliyin nəzəri təməlini qoyan qədim iqtisadçılarla bağlıdır. “Взгляды Вильяма Петти на труд, трудовые отношения и рынок труда” (Ашмаров И.А., 2012) adlı tədqiqatda işçi qüvvəsinin və əmək resurslarının idarə olunmasının tarixi aspektləri araşdırılır. Bu yanaşmaların neft-qaz sektoruna tətbiqi, işçi məhsuldarlığının və əmək resurslarının səmərəliliyinin artırılmasına dair dərslər verir.

Boruşevskaya O.O. (2018) effektivlik anlayışını daha geniş müstəviyə daşıyaraq, müəssisələrin səmərəliliyini müxtəlif nəsillər boyu necə qiymətləndirməyin mümkün olduğunu təhlil etmişdir. Bu yanaşma neft-qaz sektorunda da istifadə edilə bilər, çünki sənaye təcrübəsi olan ölkələrdə nəsillərarası resurs idarəetməsi geniş yayılmışdır. Məqsəd yalnız resursların effektiv istifadəsi deyil, həm də bu resursların uzunmüddətli perspektivdə saxlanmasıdır.

Domnikov A.Y., Xodorsky M.Y. və Domnikova L.V. (2022) öz işlərində neft-qaz sənayesində idarəetmə qərarlarının necə qəbul edildiyini və səmərəliliyin artırılması üçün necə analitik əsaslandırma aparıldığını müzakirə edirlər. Onların təhlilinə görə, qeyri - müəyyənlik şəraitində re-

sursların idarə olunması xüsusi çətinliklər yaradır və bu sahədə yeni texnoloji həllər tətbiq edilməlidir.

Digər bir mühüm tədqiqat olan İlyina S.B. (2022) neft-qaz istehsalında iqtisadi səmərəliliyi təhlil edərək istehsalat proseslərinin həm nəzəri, həm də praktiki cəhətdən necə təkmilləşdirilməsinin mümkün olduğunu göstərir. Bu işdə resursların səmərəli idarə edilməsi və texnoloji yeniliklərin tətbiqi məsələləri diqqət mərkəzindədir.

Nikolayeva Y.V. (2022) neft-qaz sektorunda kiçik və orta müəssisələrin investisiya siyasətini təhlil edərək, bu müəssisələrin səmərəliliyi artırmaq üçün necə strateji qərarlar qəbul etdiyini göstərir. Onların təhlilləri neft-qaz sənayesində səmərəliliyin artırılması üçün tələb olunan əsas iqtisadi və texnoloji addımları əhatə edir.

Kogan və Pristavka (2020) tərəfindən aparılan tədqiqatda, şirkətlərin fəaliyyətinin səmərəliliyini təyin etmək üçün müxtəlif yanaşmaların inkişafı müzakirə edilir. Onların işləri göstərir ki, səmərəliliyi artırmaq üçün şirkətlər həm daxili, həm də xarici faktorları nəzərə almalıdırlar. Bu, neft-qaz sənayesi üçün də aktualdır, çünki burada da daxili istehsal proseslərinin optimallaşdırılması ilə yanaşı, bazar tələbatlarına və dəyişən iqtisadi şəraitə uyğunlaşmaq zəruridir. Resursların düzgün idarə edilməsi, səmərəliliklə yanaşı, istehsalatın davamlılığına da təsir göstərir.

TƏHLİL

2020-2024-cü illər ərzində SOCAR və Azərbaycan dövləti müxtəlif göstəricilər üzrə fəaliyyətlərini davam etdirmiş və bu dövr ərzində ümumi iqtisadiyyat və enerji sektorunda bir sıra dəyişikliklər baş vermişdir. İlk növbədə, maliyyə göstəricilərinə nəzər yetirəndə həm SOCAR, həm də dövlətin gəlirlərində davamlı artım müşahidə olunmuşdur. Bu artım, əsasən, neft və qaz ixracatına olan tələbin artması və hasilatın davamlı olaraq həyata keçirilməsi ilə əlaqədardır. Dövlətin gəlirləri 2020-ci ildə 24 milyard manat olduğu halda, 2024-cü ilə qədər 26 milyard manata çatmışdır.

Eyni zamanda SOCAR-ın gəlirləri də 12 milyard manatdan 13 milyard manata yüksəlmişdir. Bu dövrdə xalis mənfəət də artmışdır, hər iki qurum üçün maliyyə idarəetməsinin səmərəliliyi yaxşılaşmışdır. 2020-ci ildə xalis mənfəət 1,900 milyon manat olduğu halda, 2024-cü ildə bu rəqəm 2,100 milyon manata yüksəlmişdir. Bu, SOCAR və dövlətin xərclərini səmərəli şəkildə idarə etmələri və gəlir mənbələrini artırmaları ilə bağlıdır. Digər tərəfdən, borc-kapital nisbəti də illər ərzində azalmışdır. SOCAR üçün borc-kapital nisbəti 2020-ci ildə 1.2, 2024-cü ildə isə 1.1 olmuşdur, dövlət üçün isə bu nisbət 0.6-dan 0.5-ə qədər enmişdir. Bu göstəricilər qurumların borclarını daha yaxşı idarə etdiklərini və maliyyə dayanıqlığının artdığını göstərir.

Kapital xərcləri isə SOCAR və dövlət üçün azalmışdır: 2020-ci ildə 2,600 milyon manat olan kapital xərcləri 2024-cü ildə 2,400 milyon manata qədər enmişdir. Neft və qaz hasilatına gəlincə, bu dövrdə həm dövlətin, həm də SOCAR-ın hasilatı tədricən azalmışdır. Dövlətin neft hasilatı 2020-ci ildə 75 milyon ton olduğu halda, 2024-cü ildə bu rəqəm 72.5 milyon ton olmuşdur. SOCAR-ın neft hasilatı isə 37 milyon tondan 32.5 milyon tona düşmüşdür. Qaz hasilatı da oxşar azalmalarla müşahidə olunmuşdur. 2020-ci ildə dövlət 65 milyard kubmetr qaz hasil edirdi, lakin 2024-cü ildə bu rəqəm 58 milyard kubmetrə düşmüşdür. SOCAR üçün bu göstərici 32.5 milyard kubmetrdən 29 milyard kubmetrə qədər azalmışdır. Hasilatın azalması təbii resursların tükənməsi və infrastrukturun köhnəlməsi kimi amillərlə izah oluna bilər.

Bununla yanaşı, həm dövlət, həm də SOCAR tərəfindən neft və qaz sektoruna yatırılan investisiyalar da azalmışdır. 2020-ci ildə dövlət 2,000 milyon manat investisiya etmiş, SOCAR isə 1,000 milyon manat ayırmışdır, lakin 2024-cü ildə bu rəqəmlər müvafiq olaraq 1,800 milyon manat və 900 milyon manata enmişdir. İşçi qüvvəsinin effektivliyi də bu dövrdə artmışdır. Hər iki qurumun işçi sayı azalsa da, işçi başına düşən məhsuldarlıq artmışdır. 2020-ci ildə dövlətin işçi sayı 132,000 nəfər, SOCAR-ın isə 66,000 nəfər idi, lakin 2024-cü ilə qədər bu rəqəmlər müvafiq olaraq 124,000 və 63,000 nəfərə enmişdir.

Məhsuldarlıq isə artmışdır: dövlətin işçi başına düşən məhsuldarlığı 2020-ci ildə 1,120 ton olduğu halda, 2024-cü ildə bu rəqəm 1,028 ton olmuşdur. SOCAR-da bu göstərici 560 tondan 514

tona qədər enmişdir, lakin məhsuldarlığın nisbətən yüksək qalması işçi qüvvəsinin səmərəli istifadəsinə və yeni texnologiyaların tətbiqinə işarə edir. Təlim proqramlarına ayrılan vəsaitlər də azalmışdır. 2020-ci ildə dövlət təlimlərə 18.6 milyon manat, SOCAR isə 9.3 milyon manat investisiya etmişdir.

Cədvəl 1

SOCAR və ölkənin 2020-2024 maliyyə göstəriciləri

İl	Dövlət gəliri (mln AZN)	SOCAR gəliri (mln AZN)	Xalis mənfəət (mln AZN)
2020	24000	12000	1900
2021	24500	12300	1950
2022	25000	12600	2000
2023	25500	12800	2050
2024	26000	13000	2100

2020-2024-cü illər ərzində Azərbaycan dövləti və SOCAR-ın maliyyə performansı davamlı artmışdır. Dövlətin gəliri 2020-ci ildə 24 milyard manat, SOCAR-ın gəliri isə 12 milyard manat idi. 2024-cü ildə dövlətin gəliri 26 milyard manat, SOCAR-ın gəliri isə 13 milyard manata çatmışdır. Bu artım əsasən neft və qaz satışlarının artması və ümumi iqtisadi fəaliyyətlərin genişlənməsi ilə bağlıdır. Xalis mənfəət də həm dövlət, həm də SOCAR üçün artmışdır. 2020-ci ildə xalis mənfəət 1,900 milyon manat idi və 2024-cü ildə 2,100 milyon manata yüksəlmişdir. Bu artım həm gəlirlərin, həm də effektiv xərclərin idarə olunması nəticəsində baş vermişdir. Borc-kapital nisbəti hər iki qurumda azalmağa başlamışdır, bu isə borclanmanın azaldığını və maliyyə sabitliyinin artdığını göstərir. 2020-ci ildə SOCAR-ın borc-kapital nisbəti 1.2, dövlətin isə 0.6 idi, lakin 2024-cü ilə qədər bu nisbət müvafiq olaraq 1.1 və 0.5-ə enmişdir. Kapital xərcləri isə həm dövlət, həm də SOCAR tərəfindən zamanla azalmışdır. Bu, daha effektiv investisiyaların həyata keçirilməsi və infrastruktur layihələrinin tamamlanması ilə əlaqədardır. 2020-ci ildə kapital xərcləri 2,600 milyon manat idi, 2024-cü ildə isə bu rəqəm 2,400 milyon manata qədər azalmışdır.

Cədvəl 2

SOCAR və ölkənin 2020-2024 neft və qaz resurslarından istifadəsi

İl	Ölkənin neft hasilatı (min ton)	SOCAR-ın neft hasilatı (min ton)	Ölkənin qaz hasilatı (mln kubmetr)
2020	75000	37000	65000
2021	74000	35000	63000
2022	73500	34000	62000
2023	73000	33000	60000
2024	72500	32500	58000

2020-ci ildən 2024-cü ilə qədər dövlətin neft hasilatı 75 milyon tondan 72.5 milyon tona qədər azalmışdır. Eyni zamanda SOCAR-ın neft hasilatı 37 milyon tondan 32.5 milyon tona enmişdir. Qaz hasilatında da oxşar azalmalar müşahidə olunur. Dövlətin qaz hasilatı 2020-ci ildə 65 milyard kubmetr idi, lakin 2024-cü ildə bu göstərici 58 milyard kubmetrə enmişdir. SOCAR-ın qaz hasilatı isə 32.5 milyard kubmetrdən 29 milyard kubmetrə qədər azalmışdır. Bu azalmaların əsas səbəbləri arasında texnoloji dəyişikliklər, köhnəlmiş infrastruktur və təbii resursların tükənməsi dayanır. Dövlətin və SOCAR-ın bu sahələrə yatırdığı investisiyalar da 2020-ci ildən 2024-cü ilə qədər azalmışdır. 2020-ci ildə dövlət bu sektora 2,000 milyon manat investisiya etmişdi, SOCAR isə 1,000

milyon manat. 2024-cü ilə qədər bu investisiyalar müvafiq olaraq 1,800 milyon manat və 900 milyon manat səviyyəsinə düşmüşdür.

Cədvəl 3

SOCAR və ölkənin 2020-2024 işçi effektivliyi

İl	Ölkənin ümumi işçilərinin sayı (nəfər)	SOCAR-ın ümumi işçilərinin sayı (nəfər)	Ölkədə işçi başına məhsuldarlıq (ton)
2020	132000	66000	1120
2021	130000	65500	1070
2022	128000	65000	1046
2023	126000	64000	1030
2024	124000	63000	1028

İşçi qüvvəsinin məhsuldarlığı ilə bağlı göstəricilər də dövlət və SOCAR üçün diqqətəlayiqdir. 2020-ci ildə dövlətin ümumi işçilərinin sayı 132,000 nəfər idi, SOCAR-da isə bu rəqəm 66,000 nəfər təşkil edirdi. 2024-cü ilə qədər hər iki qurumda işçi sayı azalmış və məhsuldarlıq artmışdır. Dövlətin hər işçi başına düşən məhsuldarlığı 2020-ci ildə 1,120 ton idi, SOCAR-da isə bu rəqəm 560 ton idi. 2024-cü ilə qədər dövlətin məhsuldarlığı 1,028 ton, SOCAR-ın isə 514 ton təşkil etmişdir. Təlim və təlimə ayrılan investisiyalar isə hər iki qurum tərəfindən diqqətlə idarə olunmuşdur. Dövlət 2020-ci ildə təlimlərə 18.6 milyon manat investisiya etmiş, SOCAR isə 9.3 milyon manat. 2024-cü ilə qədər bu rəqəmlər müvafiq olaraq 17.2 milyon manat və 8.5 milyon manata enmişdir.

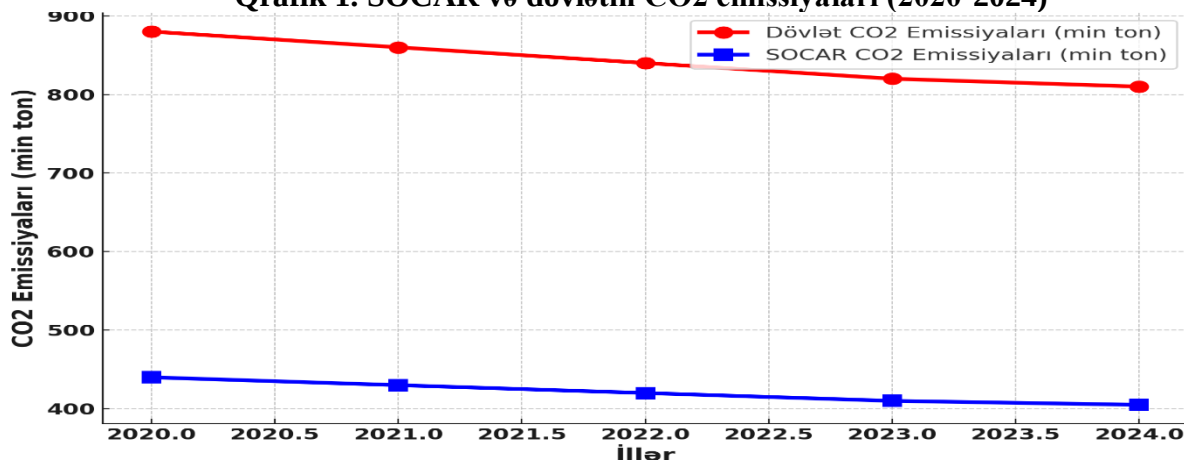
Cədvəl 4

SOCAR və Dövlətin 2020-2024 ətraf mühit investisiyaları

İl	Dövlətin ətraf mühit investisiyaları (mln AZN)	SOCAR-ın ətraf mühit investisiyaları (mln AZN)	CO₂ Emissiyaları (Dövlət, min ton)
2020	480	240	880
2021	500	250	860
2022	520	260	840
2023	540	270	820
2024	560	280	810

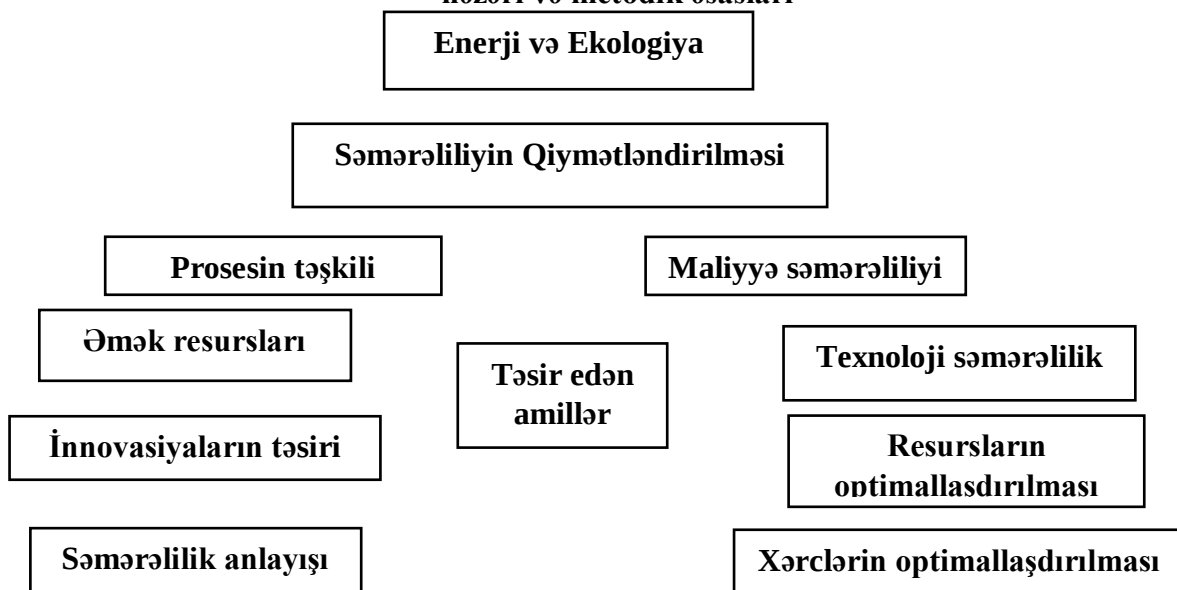
Dövlət və SOCAR ətraf mühitin qorunmasına da xüsusi diqqət yetirirlər. 2020-ci ildə dövlət ətraf mühitə 480 milyon manat, SOCAR isə 240 milyon manat investisiya etmişdir. 2024-cü ilə qədər bu rəqəmlər artaraq müvafiq olaraq 560 milyon manat və 280 milyon manat olmuşdur. Ətraf mühitin qorunması və texnologiyaların yenilənməsi üzrə investisiyaların artırılması davamlı inkişafa nail olmaq məqsədini göstərir. CO₂ emissiyaları həm dövlət, həm də SOCAR üçün azalmaqda davam edir. 2020-ci ildə dövlətin CO₂ emissiyaları 880 min ton idi, SOCAR-da isə bu rəqəm 440 min ton idi. 2024-cü ilə qədər bu göstəricilər müvafiq olaraq 810 min ton və 405 min ton səviyyəsinə enmişdir. Bu azalma, ətraf mühitə təsirin azaldılması istiqamətində görülən tədbirlərin effektivliyini göstərir. Suyun istifadəsi effektivliyi də hər iki tərəf üçün artmaqdadır. 2020-ci ildə dövlət hər ton istehsal üçün 178 litr su istifadə edirdi, SOCAR isə 89 litr istifadə edirdi. 2024-cü ilə qədər bu rəqəmlər müvafiq olaraq 168 litr və 84 litr olmuşdur.

Qrafik 1. SOCAR və dövlətin CO2 emissiyaları (2020-2024)



2020-2024-cü illər ərzində SOCAR və Azərbaycan dövlətinin CO₂ emissiyalarını əks etdirən qrafik, hər iki qurumun ətraf mühitə təsirlərini azaltmaq istiqamətində əldə etdiyi nəticələri göstərir. Dövlətin CO₂ emissiyaları 2020-ci ildə 880 min ton təşkil edirdi, lakin illər ərzində bu göstərici davamlı olaraq azalmış və 2024-cü ilə qədər 810 min tona enmişdir. Bu, dövlətin ətraf mühitin qorunması istiqamətində həyata keçirdiyi tədbirlərin və təmiz texnologiyaların tətbiqinin nəticəsidir. SOCAR-ın CO₂ emissiyaları da oxşar şəkildə azalmışdır. 2020-ci ildə SOCAR-ın emissiyaları 440 min ton idi, lakin bu rəqəm 2024-cü ildə 405 min tona qədər enmişdir. Bu azalma SOCAR-ın istehsalat proseslərində daha təmiz enerji texnologiyalarından istifadə etməsi və ətraf mühitə təsirin minimuma endirilməsi üzrə həyata keçirdiyi siyasətlə əlaqəlidir. Qrafikdən görünür ki, dövlətin CO₂ emissiyaları SOCAR-dan daha yüksəkdir, bu da dövlətin daha böyük miqyasda iqtisadi və sənaye fəaliyyətləri ilə izah olunur. Lakin hər iki tərəf də emissiyaları azaldaraq ətraf mühitin qorunmasına töhfə verməyə davam etmişdir. Bu proses həm resursların səmərəli istifadəsi, həm də ətraf mühitin qorunması sahəsində müsbət bir meyil olaraq qiymətləndirilir.

Şəkil 1. Neft-qaz sənayesində istehsal resurslarından istifadənin səmərəliliyinin nəzəri və metodik əsasları



Neft-qaz sənayesində səmərəlilik, resursların minimum sərfiyyatla maksimum nəticə əldə etmək məqsədilə istifadə olunmasını nəzərdə tutur. Bu anlayış həm texnoloji, həm də iqtisadi səmərəliliyi əhatə edir və resursların optimal idarə edilməsini tələb edir. İstehsal resurslarının optimallaşdırılması, neft və qaz hasilatında ən səmərəli texnologiyaların və metodların tətbiqi ilə bağlıdır.

Bu yanaşma, resursların israfının qarşısını alaraq maksimum çıxarış əldə etməyi hədəfləyir. Texnoloji səmərəlilik, neft-qaz hasilatında istifadə olunan texnologiyaların məhsuldarlığının artırılması və enerji sərfiyyatının azaldılması ilə ölçülür.

Müasir texnologiyaların tətbiqi istehsal xərclərinin azalmasına və daha yüksək məhsuldarlığa gətirib çıxarır. Maliyyə səmərəliliyi, neft-qaz hasilatında maliyyə resurslarının düzgün idarə edilməsini və daha az xərclə daha çox gəlir əldə etməyi əhatə edir. Bu proses istehsalın maliyyə yükünü azaltmağa və gəlirliliyi artırmağa yönəlmişdir. İstehsal resurslarının istifadəsinə təsir edən amillər arasında texnoloji inkişaf, əmək resurslarının keyfiyyəti, bazar şəraiti, ekoloji amillər və dövlət tənzimləmələri yer alır.

Bu amillər istehsal prosesinin səmərəliliyinə birbaşa təsir göstərir. İstehsal prosesinin düzgün təşkili, resursların daha səmərəli istifadə olunmasına kömək edir. Buraya proseslərin avtomatlaşdırılması, effektiv işçi qüvvəsi idarəetməsi və istehsalın mərhələli şəkildə planlaşdırılması daxildir. Enerji səmərəliliyi və ekologiya neft-qaz sənayesində resurs istifadəsi zamanı ətraf mühitə təsirlərin minimuma endirilməsini təmin edir.

Ətraf mühitə uyğun texnologiyaların tətbiqi həm resursların səmərəli istifadəsinə, həm də ekoloji tarazlığa kömək edir. İnnovasiyalar, neft-qaz sənayesində istehsal resurslarından istifadənin səmərəliliyini artırmaq üçün yeni texnologiyalar və metodların tətbiqi ilə bağlıdır.

Bu yeniliklər hasilatın sürətini və dəqiqliyini artırır, həmçinin enerji resurslarının daha səmərəli istifadəsinə imkan yaradır. İstismar xərclərinin optimallaşdırılması, istehsal zamanı texnoloji avadanlıqların və işçilərin səmərəli şəkildə istifadə olunması vasitəsilə əməliyyat xərclərinin azaldılmasını təmin edir. Bu yanaşma, şirkətlərə yüksək nəticələr əldə etmək üçün daha az resurs sərf etməyə imkan yaradır.

Sənayesində istehsal resurslarından istifadənin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsini “Şirkət” səviyyəsində təhlil edərkən “avadanlığın səmərəli istifadəsi həddi” göstəricisindən istifadə etməyi təklif edirik. Neft-qaz sənayesində “avadanlığın səmərəli istifadə həddi” göstəricisi istehsal prosesində avadanlığın miqdarının iqtisadi səmərəliliyinin göstəricisidir. İstehsalın müxtəlif sahələri arasında təsərrüfat fəaliyyətinin əlaqələndirilməsi səviyyəsini səciyyələndirir. Bu göstərici aşağıdakı düsturla hesablanır:

$$R = \frac{J_r}{F_f + F_w} \quad (1)$$

Cədvəl 5-də SOCAR üzrə avadanlıqdan səmərəli istifadə səviyyəsini xarakterizə edən göstəricilər verilmişdir. Bu göstəricilər əsasında (1) düsturu ilə “Qazma avadanlığından səmərəli istifadənin həddi” (R) göstəricisi müəyyən edilmişdir. Məsələn:

$$R_{2022} = \frac{J_r}{F_f + F_w} = \frac{119.228}{52.770 + 2.504} = 2.157$$

Bu düsturdan istifadə etməklə SOCAR-ın 2015-2022-ci illərdə iqtisadi fəaliyyətinin təhlili aparılıb.

Cədvəl 5

SOCAR-ın maliyyə hesabatının yekun göstəriciləri*(milyard manatla) və “Qazma avadanlıqlarından səmərəli istifadə həddi” göstəricisi

İllər	Balans mənfəəti	Xam neftin, təbii qazın satışından əldə olunan gəlir, I_r	Əsas vəsaitlərin (avadanlıq, bina və əmlak) illik qalıq dəyəri, F_f	İllik dövriyyə kapitalı ehtiyatlarının məbləği. F_w	$F_i + F_d$	Avadanlıqdan səmərəli istifadə həddi, R
2015	1.584	33.103	18.840	1.903	20.743	1.595864
2016	0.936	51.905	27.086	4.968	32.054	1.619299
2017	2.516	92.521	31.738	4.819	36.557	2.53087
2018	2.220	111.198	38.480	2.979	41.459	2.68212
2019	1.328	83.752	47.238	2.067	49.305	1.698651
2020	1.437	49.607	50.305	2.783	53.088	0.93443
2021	3.277	77.531	51.921	2.839	54.76	1.415833
2022	10.863	119.228	52.770	2.504	55.274	2.157036

Mənbə: <https://www.socar.az/en/page/maliyye-hesabatları>

Resursların düzgün idarə olunması, texnoloji proseslərin optimallaşdırılması və avadanlıqların səmərəli istifadəsi istehsalın ümumi effektivliyini və iqtisadi rentabelliyini artırır. Bu mövzu çərçivəsində, resurslardan istifadənin səmərəliyinin qiymətləndirilməsi üçün müxtəlif metodlar və yanaşmalar tətbiq edilir.

NƏTİCƏ

Neft-qaz sənayesində istehsal resurslarından istifadənin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi mövzusunun dərin təhlili göstərir ki, bu sektor yalnız iqtisadi inkişafın mühüm dayağı deyil, eyni zamanda strateji əhəmiyyət daşıyan sahədir. Resursların tükənməsi və dünya enerji bazarlarında dəyişən tələbat neft-qaz sənayesində səmərəliliyin artırılmasını zəruri edir. Bu çərçivədə istehsal proseslərinin optimallaşdırılması, texnoloji yeniliklərin tətbiqi və resursların davamlı idarə olunması əsas prioritetlərdən biri kimi çıxış edir. Neft və qaz istehsalında illər ərzində müşahidə olunan azalma, istehsal resurslarının tükənməsi ilə yanaşı, istehsalat proseslərinin daha səmərəli şəkildə təşkil edilməsi ilə bağlıdır. Səmərəliliyin artırılması yalnız hasilatın həcmi saxlamaqla deyil, həm də resurslardan daha məhsuldar istifadə etməklə mümkündür.

Bu baxımdan, texnoloji yeniliklər və enerji səmərəliliyi proqramları, sektorun əsas hərəkətverici qüvvələrindən biridir. Texnologiyaya yatırılan investisiyalar və əməliyyat xərclərinin azaldılması, resursların daha səmərəli istifadəsini təmin edir və sənayenin uzunmüddətli rəqabət qabiliyyətini artırır. Tədqiqatın nəticələri göstərir ki, texnoloji yeniliklərin tətbiqi təkcə iqtisadi səmərəliliyi artırır, həm də ekoloji təhlükəsizliyə töhfə verir.

Müasir texnologiyaların və innovativ həllərin tətbiqi nəticəsində neft-qaz sənayesində əmələ gələn tullantıların təkrar emalı faizinin artması, ətraf mühitin qorunması baxımından böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Bu, sənayedə təkrar istifadə və tullantıların idarə edilməsində qabaqcıl yanaşmaların uğurla tətbiq olunduğunu nümayiş etdirir. Bununla yanaşı, tədqiqat neft-qaz sənayesində əmək məhsuldarlığının və istehsal proseslərinin optimallaşdırılmasının səmərəliliyə təsirini də önə çıxarır. İşçi heyətinin ixtisas səviyyəsinin artırılması və yeni texnologiyalara uyğun olaraq istehsal proseslərinin yenidən qurulması, sektorun səmərəliliyini yüksəltmək üçün vacib amillərdir.

Nəticə etibarilə, neft-qaz sənayesində istehsal resurslarının səmərəli istifadəsi təkcə iqtisadi, texnoloji və ekoloji göstəricilər baxımından deyil, həm də strateji qərarların düzgün qəbul edilməsindən asılıdır.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Əliyev İ. (2020). Azərbaycanın Neft Sənayesi: Tarixi və Perspektivləri. Bakı: Elm Nəşr-tı.
2. Məmmədov S. (2019). SOCAR-ın İnkişaf Strategiyası və Ətraf Mühitə Təsiri. Bakı: Qanun Nəşriyyatı.
3. Hüseynov A. (2021). Azərbaycanın Neft və Qaz Siyasəti və Enerji Təhlükəsizliyi. Bakı: Şərq-Qərb Nəşriyyatı.
4. Qasimov E. (2022). İqtisadi İnkişaf və Neft Sənayesində Resursların İdarə Edilməsi. Bakı: Maarif Nəşriyyatı.
5. Cəfərov R. (2018). Ətraf Mühitə və Neft İstehsalı: Azərbaycan Təcrübəsi. Bakı: Nurlan Nəşr-tı.
6. Nuriyev F. (2020). SOCAR: Neft Sənayesində İnnovasiyalar və Ekoloji Təhlükəsizlik. Bakı: İqtisad Universiteti Nəşriyyatı.
7. İsmayılov V. (2017). Azərbaycanın Neft İxracatının Regional və Qlobal Əhəmiyyəti. Bakı: Elm və Təhsil Nəşriyyatı.
8. Abbasov Y. (2019). Neft və Qaz Sektorunda Texnoloji İnnovasiyalar. Bakı: ADNSU Nəşr.
9. Hacıyev N. (2021). Neft Sənayesində Dayanıqlı İnkişaf və Ətraf Mühitə Qorunması. Bakı: Təfəkkür Nəşriyyatı.
10. Səfərov T. (2020). Azərbaycan Enerji Siyasətində Neft və Qaz Resurslarının İdarə Edilməsi. Bakı: İqtisad Nəşriyyatı.
11. Aliyev Z. (2021). SOCAR-ın Ekoloji Strategiyaları və Qlobal İqlim Dəyişikliyinə Təsirləri. Bakı: Qlobal Enerji Forumu.
12. Muradov İ. (2018). Neft və Qaz İxracında Geopolitik Çətinliklər: Azərbaycan Nümunəsi. Bakı: Bakı Universiteti Nəşriyyatı.
13. Mehdiyev Q. (2019). Enerji Sektorunda Ətraf Mühitə Nəzarət və Texnoloji İnnovasiyalar. Bakı: Enerji Araşdırmaları Mərkəzi.

V.C.Akhundov

associate professor, Azerbaijan State Oil and Industry University

A.R.Fataliyeva

master student, Azerbaijan State Oil and Industry University

Theoretical and methodological foundations for assessing the efficiency of resource utilization in the oil and gas industry

Abstract

The theoretical and methodological foundations of assessing the efficiency of using production resources in the oil and gas industry are of paramount importance for ensuring sustainable economic development. The continuous increase in efficiency in this sector demands proper resource management, the integration of technological innovations, and the implementation of energy efficiency strategies. In evaluating efficiency, several key performance indicators are taken into account, such as production volume, raw material and energy consumption, labor productivity, resource reuse, and waste reduction. These metrics are crucial in understanding the overall efficiency of the industry and pinpointing areas for improvement. One of the main economic tools used in this methodology is resource optimization. The objective of optimization is to minimize resource losses at every stage of the oil and gas supply chain, from extraction to refining and transportation, while also increasing economic value. Moreover, the optimization process aims to reduce production costs and

enhance profitability by improving resource utilization and operational performance. Technological innovation plays a significant role in boosting efficiency. The introduction of advanced technologies such as automation, artificial intelligence, and big data analytics has revolutionized the industry, allowing for more precise management of resources and processes. These technologies help in minimizing energy consumption, reducing waste, and enhancing overall operational productivity. In addition to technological advancements, human resources also play a vital role in efficiency improvement. The qualifications and expertise of the workforce, alongside effective management capabilities, contribute significantly to the efficient use of production resources.

Key words: oil and gas industry, production resources, efficiency, resource optimization, energy efficiency, technological innovations.

В.Дж.Ахундов

*д.ф.по э., доцент, Азербайджанский Государственный Университет
Нефти и Промышленности*

А.Р.Фаталиева

*магистрант, Азербайджанский Государственный Университет
Нефти и Промышленности*

Теоретико-методические основы оценки эффективности использования производственных ресурсов в нефтегазовой отрасли

Резюме

Теоретико-методологические основы оценки эффективности использования производственных ресурсов в нефтегазовой промышленности играют важную роль в обеспечении устойчивого развития экономики. Повышение эффективности в этой области требует правильного управления ресурсами, внедрения технологических инноваций и реализации стратегий повышения энергетической эффективности. При оценке эффективности учитываются такие ключевые показатели, как объем производства, потребление сырья и энергии, производительность труда, повторное использование ресурсов и сокращение отходов. Одним из основных экономических инструментов, применяемых в данной методологии, является оптимизация ресурсов. Оптимизация направлена на минимизацию потерь ресурсов на каждом этапе добычи, переработки и транспортировки нефти и газа при максимизации экономической ценности. Кроме того, важную роль в оценке эффективности играют такие факторы, как технологические возможности, уровень инфраструктуры, квалификация рабочей силы и управленческие способности. Методологические подходы включают сравнительный анализ финансовых, производственных и операционных показателей, а также адаптацию к рыночным и технологическим изменениям. Этот подход повышает эффективность как долгосрочных стратегических решений, так и краткосрочных операций. Методологические подходы включают сравнительный анализ финансовых, производственных и операционных показателей, а также адаптацию к рыночным и технологическим изменениям. Этот всеобъемлющий подход помогает компаниям выработать как долгосрочные стратегические решения, так и краткосрочные операционные планы, нацеленные на максимизацию эффективности использования ресурсов. Сочетание технологических инноваций, оптимизации ресурсов и человеческого капитала позволяет нефтегазовому сектору значительно повысить свою устойчивость и рентабельность в условиях жесткой конкуренции на рынке.

Ключевые слова: нефтегазовая промышленность, производственные ресурсы, эффективность, оптимизация ресурсов, энергетическая эффективность, технологические инновации.

UOT 338.001.36

JEL D41

F.F.Babayev
doktorant, Azərbaycan Texnologiya Universiteti
babayev.farhad@internet.ru

Məqalə redaksiyaya daxil olub 04.10.2024

The article was received by editorial board on 04.10.2024

Статья принята к печати 04.10.2024

RƏQABƏT STRATEGİYASININ MAHİYYƏTİNƏ MÜASİR YANAŞMALAR

Xülasə

Tədqiqatın məqsədi - rəqabət strategiyasının mahiyyətinə müasir yanaşmaların müəyyən olunmasıdır.

Tədqiqatın metodologiyası - kompleks təhlil, sistemli yanaşma, qruplaşdırma metodlarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın təbii əhəmiyyəti - alınmış nəticələrdən müəssisələrin rəqabət strategiyası ilə bağlı nəzəri və praktiki problemlərin həll olunmasında istifadə edilə bilər.

Tədqiqatın nəticələri – rəqabət strategiyasının təkmilləşdirilməsi ilə bağlı istiqamətlər təklif edilmişdir.

Tədqiqatın orijinallığı və elmi yeniliyi - rəqabət qabiliyyəti konsepsiyasının əsas elementləri müəyyənləşdirilmiş, rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi məqsədi ilə mümkün olunan dəyişikliklər təklif olunmuşdur.

Açar sözlər: rəqabət, rəqabət qabiliyyəti, rəqabət mühiti, rəqabət amilləri, konsepsiya.

GİRİŞ

Müasir şəraitdə bir çox ölkələrdə şirkətlər korporativ fəaliyyətin mühüm indikatoru kimi çıxış edən şəxsi rəqabət qabiliyyətinə xüsusi diqqət yetirirlər. Xüsusi olaraq, müəssisəyə yeni problemlər yaradan müxtəlif iqtisadi tendensiyaaların təsir göstərməsini nəzərə alaraq, müəssisənin rəqabət qabiliyyəti ilə bağlı səbəblər və onun yüksəldilməsi istiqamətləri müzakirə olunur. Bununla əlaqədar olaraq, müəssisənin rəqabət qabiliyyətinin yüksəlməsi onun bütün fəaliyyətinin başlıca məqsədidir.

Buna görə də, hazırda rəqabət qabiliyyətinin universal və müəyyən termini mövcud deyil. Müxtəlif tədqiqatçılar rəqabət qabiliyyətini müxtəlif mövqelərdən nəzərdən keçirir. Bu terminin hamı üçün ümumi interpretasiyası kimi şirkətin rəqibləri ötür keçmək və onlarla işləməyə davam etmək qabiliyyəti çıxış edir. Başqa sözlə desək, zənnimizcə, rəqabət qabiliyyəti - əsasən öz rəqibləri ilə müqayisədə bir sırada paralel və ya avanqardda olmaq qabiliyyətidir.

Rəqabət qabiliyyətinə yanaşmaların müasir vəziyyəti

Rəqabət qabiliyyətinin şərhinin alternativ nümunələrini təhlil edək. Məsələn, tədqiqatçı Porter M. rəqabət qabiliyyətini malın, xidmətin və ya müəssisənin bazarda analoji mallar, xidmətlər və ya firmalarla bərabər rəqabət aparmaq imkanı kimi nəzərdən keçirir [15]. P.Druker qeyd edirdi ki, insan kapitalı rəqabətdə üstünlüyün təşkili üçün baza formasında ola bilər. Onun fikrincə, firma onun strukturunda ixtisaslı menecerlərin və biliklərə hədəflənmiş firma siyasətinin mövcud olması şərti ilə daha rəqabət qabiliyyətli ola bilər [7]. Y.Şumpeter, öz növbəsində, deyirdi ki, şirkətin rəqabət qabiliyyəti

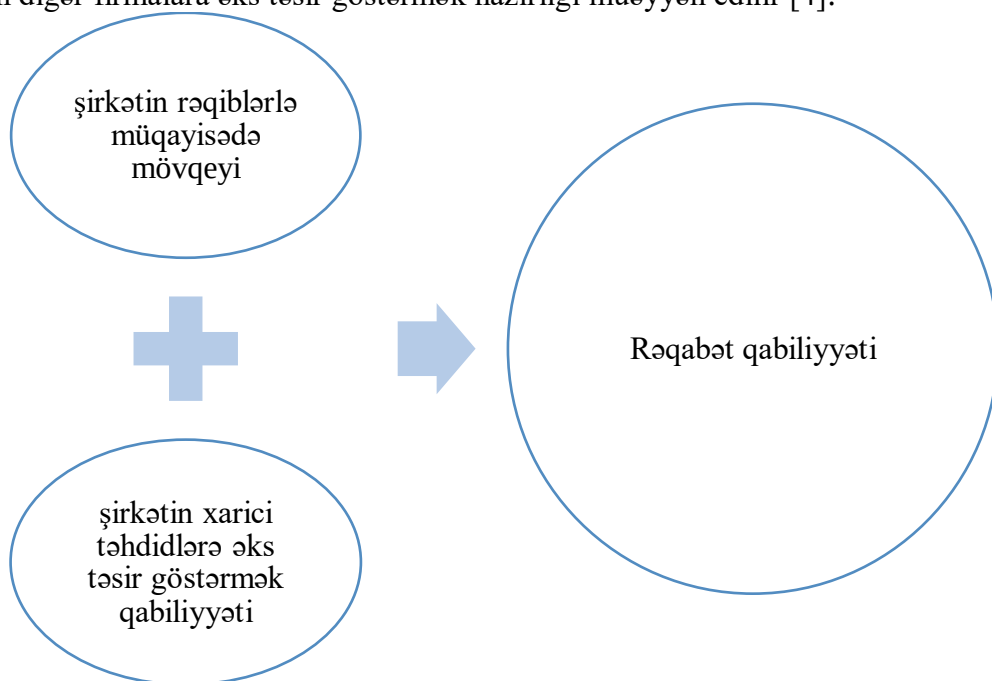
yəti yeni texnologiyalar, alternativ bazarlar və yeni biznes bilikləri istehsal etmək hazırlığı ilə ifadə olunur [18].

MDB ölkələrinin tədqiqatçıları rəqabət qabiliyyətini şirkəti rəqabət qabiliyyətli edən malın [5], digər şirkətlərdən fərqləndirən və məqsədlərə nail olmaq üçün öz üstünlüklərindən istifadə edən [1] istehlak və qiymət xarakteristikalarının məcmusu kimi müəyyən edir ki, bu da bazarda onların uğurunu müəyyən edir [16].

Bəzi elmi işlərdə müəssisənin rəqabət qabiliyyəti dedikdə eyni sahənin digər müəssisələri qarşısında üstünlük başa düşülür [6]. Digər tədqiqatçılar iddia edirlər ki, rəqabət qabiliyyəti firmaların ayrılmaz keyfiyyəti deyil. Buna görə də o yalnız firmaların bir biri ilə müqayisəsi yolu ilə müəyyən edilə bilər və onların bazarın rəqabət şəraitinə adaptasiya olunmaq qabiliyyəti və dinamikasını səciyyələndirir [10].

Yekun vuraraq, qeyd edək ki, rəqabət qabiliyyəti dedikdə adətən ümumilikdə cari dövr ərzində konkret məhsul bazarında ümumilikdə firmanın rəqib-firmalarla müqayisədə mövqeyini əks etdirən, eləcə də, imkanlar cəmindən ibarət müxtəlif iqtisadi və sosial parametrlərin məcmusu və şirkətin xarici amillərin dəyişikliklərinə qarşı durmaq hazırlığı başa düşülür. Müəllif yanaşması şəkil 1-də əks olunub.

Firmanın rəqabət qabiliyyəti dedikdə müəssisənin cari anda və perspektivdə bazarda bəzi xarakteristikaları üzündən məhsulları digər firmaların malları və xidmətlərindən daha çox istehlakçı marağı cəlb edən digər firmalara əks təsir göstərmək hazırlığı müəyyən edilir [4].



Şəkil 1. Rəqabət qabiliyyəti konsepsiyasının elementləri

Mənbə: müəllif tərəfindən [2] əsasında tərtib edilib.

Rəqabət mühiti - müəssisələrin rəqabət aparmağa hazır olduqları ətraf mühit amillərinin kompleksidir. Rəqiblər rəqabətin əsas tərkib hissəsidir. Rəqabətin subyektləri konkret şirkətlər, sahələr, rəqib məhsul istehlakçılarıdır. Rəqabətin mövzusu bazar iştirakçılarını maraqlandıran istənilən maldır.

Rəqabət qabiliyyətinin müəyyən edilməsinin çoxlu növləri mövcuddur, çünki bu anlayış bir çox mövzularda: məhsullara, şirkətlər və müəssisələrə, istehsalat vahidlərinə və s., eləcə də, funksional sektorlara, ölkələrə və s. tətbiq edilə bilər. Məsələn, ölkənin rəqabət qabiliyyəti onun

müəssisələrinin rəqabət qabiliyyəti ilə sıx korrelyasiya edir, konkret mal və xidmətlərin rəqabət qabiliyyəti firmaların rəqabət qabiliyyətinin formalaşdırılması üçün vacibdir. Müvafiq olaraq, bu kateqoriyalar arasında müəyyən qarşılıqlı əlaqələr mövcuddur.

Tədqiqatçılar məhsulun özünün rəqabət qabiliyyəti və korporativ rəqabət qabiliyyəti konsepsiyaları arasında korrelyasiyanı artıq çoxdan tədqiq edirlər. Onlardan bəziləri belə nəticəyə gəliblər ki, hər iki termin eyni mənanı verir. Müqayisə üçün, rəqabət qabiliyyəti onun müştəriləri öz unikal, yüksək keyfiyyətli məhsulu ilə cəlb etmək qabiliyyətini müəyyən edir.

Lakin bu iddianın öz etirazları var, çünki şirkət rəqabət qabiliyyətli məhsul istehsal etmədən rəqabət qabiliyyətli ola bilər. Bu əks istiqamətdə də haqlıdır: şirkət rəqabət qabiliyyətli məhsul yarada, lakin bununla yanaşı cari rəqiblərlə müqayisədə bazarda uğursuzluğa məruz qala bilər. Beləliklə də, hesab edirik ki, bu iki kateqoriyanı eyni hesab etmək olmaz.

İnsan resurslarının idarəetmə sistemləri rəqabət üstünlüklərinin təşkilində mühüm rol oynayır [3]. Təşkilatın əmək ehtiyatları potensialının səmərəli tətbiqi personal tərəfindən düşünülmüş menecmentin və kadrlar siyasətinin həyata keçirilməsi hesabına təmin edilir [4].

Biznes-menecerlər digər şirkətlərlə uğurlu iqtisadi mübarizənin aparılması və öz rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi məqsədi ilə şəxsi potensialını və resurslarını obyektiv qiymətləndirmək üçün firmalarının güclü və zəif cəhətlərinin qiymətləndirilməsinə çox vaxt sərf edirlər. Qiymətləndirici və analitik göstəricilər çox zaman firmanın fəaliyyətinin müxtəlif aspektlərinin və onun rəqabət qabiliyyətinin: firmanın sabitlik indikatorlarının, məhsula tələbin, satış potensialının və s. qiymətləndirilməsi zamanı tətbiq edilir.

Rəqabət qabiliyyəti indikatorları öz təsir zonalarını firmanın fəaliyyətinin bütün sektorlarına: istehsal, satış, investisiyalar, satınalmalara və s. şamil edir. Bu indikatorlar, bir qayda olaraq, məhsulun istehsalından satışına qədər şirkətin bütün fəaliyyət növlərinin istehsalat və qeyri-istehsalat xərclərinin dinamikasını göstərir.

Rəqabət qabiliyyətinin əsas indikatorlarının nümunələri cədvəl 1.-də əks olunub.

Cədvəl 1

Rəqabət qabiliyyətinin keyfiyyət və kəmiyyət göstəricilərinin nümunələri

Keyfiyyət	Kəmiyyət
– İnnovasiya siyasətinin xarakteristikası – Müəssisənin bazarda rəqibləri qarşısında üstünlüklərinin təmin edilməsi üçün tədbirlər və mexanizmlər məcmusu – Tələbin təmin edilməsi üçün vəsaitə ehtiyat səviyyəsi və məhsul satışının stimullaşdırılması – Müəssisənin hər bir məhsul və xidmət növü üçün bazar segmentlərinin xarakteristikası – Müəssisənin məhsul və xidmət çeşidlərinin genişliyi və dərinliyi – Ümumilikdə müəssisə üzrə və məhsul və xidmətlərin ayrı-ayrı növləri üzrə cari və strateji xarakterli investisiya qoyuluşlarına ehtiyac	– Mənfəət – Satış həcmi – Mənfəətin satış həcminə nisbəti – Satış həcminin maddi-istehsalat ehtiyatlarının dəyərində nisbəti – Satılmamış məhsulun dəyərinin maddi-istehsalat ehtiyatlarında payı – Satış həcminin satılmamış məhsulun dəyərində nisbəti – Satış həcminin debitor borcunun məbləğinə nisbəti – Elmi tədqiqatlara çəkilən xərclər

Mənbə: [4]

Həmçinin müxtəlif göstəricilərin qiymətləndirilməsindən başqa istehlakçının bu və ya digər malı almaq qərarına təsir göstərən rəqabət qabiliyyəti amilləri öyrənilir. Şirkətin rəqabət qabiliyyəti amilləri təşkilatın özünün fəaliyyətindəki bu və ya digər proseslər və cəmiyyətdə baş verən və ondan asılı olmayan, şirkətin istehsalat və istənilən digər proseslərinə təsir göstərən və müəssisənin rəqabət qabiliyyətinin dəyişməsinə səbəb olan hallar adlandırılır [4].

Rəqabət amillərini onların yaranmasına təsir göstərən kontekstdən asılı olaraq xarici və daxili amillərə bölmək olar. Rəqabət qabiliyyətinin daxili amilləri firmada olan şəxsi potensialla ifadə olunur. Məsələn [12], [9]:

- texnoloji amillər (müəssisədə yeni və qabaqcıl texnologiyaların və s. tətbiqi);
- istehsal (şəxsi insan resurslarının və maddi ehtiyatların və s. tətbiq edilmə dərəcəsi);
- marketing (məsələn, məhsulun irəli çəkilmə və reklam texnologiyaları və üsulları);
- menecment (mövcud korporativ idarəetmə sistemi, korporativ siyasət və s.);
- ətraf mühit (istehsalatda tətbiq edilən təmiz yaşıl texnologiyalar, sertifikatlaşdırma sisteminin istifadəsi və s.);

- məhsul və xidmətlərin keyfiyyət amilləri;
- qiymətlərin çevikliyi;
- qavrayış dərəcəsi.

Bununla yanaşı, rəqabət qabiliyyətinin xarici amilləri kimi müəssisənin özünün təsirindən asılı olmayan amillər çıxış edir [13]:

- dünya iqtisadiyyatı amilləri (dövlətlər arasında beynəlxalq münasibətlər, idxal və ixrac potensialı, valyutaların kotirovkası və s.);
- siyasi amillər (beynəlxalq siyasi sanksiyaların qorunub saxlanması, dövlət məmurlarının iqtisadiyyatın sektorlarına münasibəti və s.);
- iqtisadi amillər (işsizlik, valyuta məzənnəsi, kredit dərəcələri, inflyasiya və s.);
- sosial və demoqrafik amillər (ərazidə doğum sayı, ölüm sayı və s.);
- hüquqi amillər (parlamentin qanunvericilik və normativ sənədləri, ölkə prezidentinin fərmanları və s.);
- elmi-texnoloji amillər (iqtisadiyyatda elmi investisiyaların inkişaf sürəti, innovasiya potensialı və s.);
- mədəni tərəqqi amilləri.

Müəssisəyə təsir göstərən bütün amilləri bir yerə yığsaq, onların təhlili bazarda müəssisənin vəziyyəti və onun rəqabət mövqeyi haqqında düzgün cavab verə bilər.

Bütün, xarici və ya daxili rəqabət amilləri təşkilata istər müsbət, istərsə də mənfi təsir göstərə bilər. Amillərin müəssisəyə müsbət təsir göstərdiyi halda, onlar müəssisənin rəqabət dividendinə çevrilirlər. Bu amillərin şirkətə mənfi təsir göstərdiyi halda, onlar müəssisənin rəqabət qabiliyyətinə təhlükə yaradırlar, bununla yanaşı təsirindən asılı olmayaraq bütün amillərin qiymətləndirilməsi müəssisənin rəhbərliyinə potensial riskləri dərhal ləğv etmək və potensial faydaları artırmaq şansı verir. Bu müəssisənin rəqabət qabiliyyətinə müsbət təsir göstərir. Rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi məqsədi ilə ehtimal olunan dəyişikliklərə aşağıdakılar daxildir:

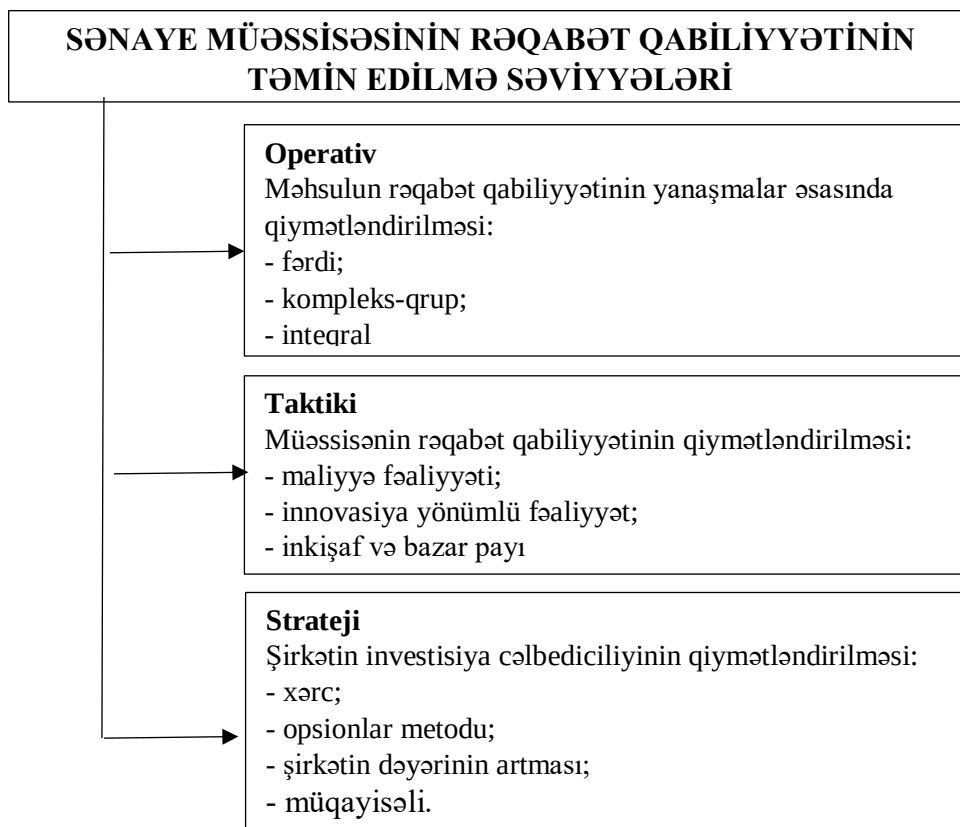
- 1) istehsalın innovasiya texnologiyalarının tətbiqi;
- 2) firmanın qiymət siyasətinin standartlaşdırılması;
- 3) işçilərin əmək şəraitinin transformasiyası və mənəvi ruhun yüksəldilməsi;
- 4) müştərilərin qavrayışı və məmnunluğuna təsir göstərmək qabiliyyəti;
- 5) məhsulun maya dəyərinin azalması və s.

Buna görə də rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi – strukturuna görə fərqli təşkilati resursların tətbiqini tələb edən əmək tutumlu prosesdir. Başlıca meyar bu prosesin uzun zaman intervalı ərzində daima və kiçik addımlarla həyata keçirilə bilməsidir, çünki rəqabət amilləri zamanla dəyişir.

Öz rəqabət mübarizəsi planını işləyib hazırlayan müəssisə bir neçə uzunmüddətli rəqabət strategiyasına malikdir.

Müəssisənin rəqabət qabiliyyəti üç səviyyədə gerçəkləşdirilir: operativ, taktiki və strateji (bax: şəkil 2).

Rəqabət qabiliyyətinin funksional səviyyəsində məhsulun bir neçə mühüm göstəricisi təqdim edilib: qiymət, keyfiyyət, xidmət. Bu o deməkdir ki, bazarda uğurun qazanılması üçün ilk növbədə müəssisənin məhsul və xidmətlərinin rəqabət qabiliyyəti təmin edilməlidir.



Şəkil 2. Rəqabət qabiliyyətinin təmin edilməsinin üç səviyyəsi

Mənbə: [11]

Məhsulun bazarda rəqabət qabiliyyətli olması üçün keyfiyyət, xidmət və qiymət kimi əsas atributlar arasında optimal balans müəyyən edilməlidir. Məhsulun rəqabət qabiliyyətinin qiymətləndirilməsi üçün ballar indeksindən istifadə olunur [17]. Bu, müəssisənin rəqabət qabiliyyətinin gerçəkləşdirilməsi məqsədi ilə taktiki səviyyə miqyasında həyata keçirilir.

Operativ səviyyədə prosesin alqoritmini davam etdirərək, bütün müəssisənin rəqabət qabiliyyətinə qiymət verilir. Bu məqsədlə firmanın maliyyə indikatorlarının, satış və servis kompleksinin, texnoloji nəticələrin və s. qiymətləndirilməsi həyata keçirilir.

Firmanın rəqabət qabiliyyəti strategiyasının gerçəkləşdirilməsi siyasətinin üçüncü səviyyəsi – onun rəqiblər üçün investisiya cəlbəediciliyinin qiymətləndirilməsidir. Bu mərhələdə müəssisə cari indikatorları qoruyub saxlamaq və ya rəqiblərlə müqayisədə yeni zirvələrə nail olmaq üçün rəqabət strategiyalarının işlənilməsini həyata keçirir.

Yuxarıda qeyd edilənlər nəticəsində, müəssisənin rəqabət strategiyasını formalaşdırmaq üçün müxtəlif nailiyyətlər və iqtisadi xarakteristikaları miqyaslı qiymətləndirmək və müxtəlif indikatorları müqayisə etmək lazımdır.

Rəqabət davranışı strategiyalarının ümumi qəbul edilmiş təsnifatı mövcud deyil, buna görə də, ən geniş tətbiq edilən təsnifatları təhlil edək.

İ.M.Livşits rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsinə dörd tip təsir rıçağını müəyyən etmişdir [14]. Birinci tip – “daxili neytrallıqdır” ki, bu da məhsulun rəqabət qorxusu olmadan buraxılması deməkdir.

Bu cür yanaşma şirkət üçün o halda uğurlu ola bilər ki, o bazarda rəqiblərdən daha tez sərbəst mövqe tutsun.

İkinci tip “xarici neytrallıqdır” və əsasən aparıcı firmaların fəaliyyətlərini əks etdirir.

Üçüncü tip – “müşəri” – müştəriləri, onların istək və ehtiyaclarını, eləcə də marketinqə güclü vurğunu ehtiva edir.

Rəqabət qabiliyyətinin dördüncü tipi “lider” rəqiblərdən bir addım öndə olmaq deməkdir.

Tədqiqatçılar [8] strategiyanın dörd əsas növünü işləyib hazırlamışlar:

1) məqsədyönlü inkişaf strategiyası, yəni, bazarda mövqeyin möhkəmlənməsi siyasəti, bazarın artımı və məhsulun inkişafı siyasəti;

2) birgə artım siyasəti, yəni, iyerarxiya üzrə kogerent əlaqə siyasəti (yeni aktivlərin alınması, logistik nəzarətin artırılması, yeni tabeli firmaların yaradılması);

3) müxtəlif profilli inkişaf siyasəti, yəni, əlaqə formalarının müxtəlifliyi siyasəti (firmanın seçilmiş sahə həddlərində bu və ya digər məhsulla konkret bazarda inkişafını davam etdirə bilmədiyi halda həyata keçirilir);

4) azaltma siyasəti, yəni, nəyinsə məhv edilməsi siyasəti, azaldılması siyasəti.

Şirkətin ən optimal rəqabət strategiyasını müəyyən edə bilməsi üçün ali idarəetmə personalı məhsul və xidmətlərin satış texnologiyalarını, rəqiblərin bazarını, müəssisənin rəqabət üstünlükləri də daxil olmaqla, daxili bacarıqlar və potensialı dərinlən başa düşməlidir.

NƏTİCƏ

Beləliklə, ümumi mənada rəqabət strategiyası altında şirkətin uzunmüddətli dövrdə rəqabət qabiliyyətini saxlamaq məqsədilə hərəkət modelini başa düşmək lazımdır. Rəqabət strategiyasının tərkib hissələrini — resurs bazası, istehsal texnologiyaları, satış bazarları, biznes - təşkilatı sisteminin rəqabət üstünlüklərinə və s. amillərin inkişafı ilə bağlı parametrlər və tədbirlər təşkil edir. Rəqabət strategiyasının əsas rolu, zənnimcə, bazarın inkişafının mümkün variantlarının proqnozlaşdırılması və şirkət üçün seçilmiş bazar oyununda uzunmüddətli perspektivdə lider mövqeyini təmin etməkdən ibarətdir.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Антонов, Г.Д. (2012). Управление конкурентоспособностью организации / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. – М.: ИНФРА-М, – 300 с.

2. Бондаренко, Т.Н. (2019). Реинжиниринг бизнес-процессов в достижении конкурентных преимуществ компании / Т.Н. Бондаренко, Г.Б. Шпак // Вестник Хабаровской государственной академии экономики и права / ответственный редактор Б.А. Сиверин; Хабаровская государственная академия экономики и права. – Хабаровск: Хабаровская государственная академия экономики и права, – С. 55-58.

3. Борщева, А.В. (2017). Повышение эффективности использования кадрового потенциала предприятия / А.В. Борщева, С.В. Ильченко // Бизнес и дизайн ревю. – Т. 1. – № 4 (8). – с. 8.

4. Борщева, А.В. (2018). Факторы конкурентоспособности предприятия / А.В. Борщева, С.В. Ильченко // Бизнес и дизайн ревю. – №1. – С. 6-15.

5. Горбашко, Е.А. (2014). Управление конкурентоспособностью. Теория и практика / Е.А. Горбашко, И.А. Максимцева. – М.: Юрайт, – 447 с.

6. Грузинов, В.П. (2016). Экономика предприятия / В.П. Грузинов, В.Д. Грибов. – М.: Финансы и статистика, – 208 с.
7. Друкер П.. (2018). Задачи менеджмента в XXI веке. Изд. «Вильямс», -288 с.
8. Ермакова, И.А. (2017). Основные стратегии повышения конкурентоспособности предприятия / И.А. Ермакова // Молодой ученый. – № 16 (150). – С. 256-259.
9. Ильченко, С.В. (2015). Кадровая политика предприятия / С.В. Ильченко, Е.А. Кивит, А.Б. Оришев. – М.: ООО «Самполиграфист», – 128 с.
10. Каз, М.С. (2016). Репутационная составляющая конкурентоспособности компании: понятие и оценка / М.С. Каз, Г.О. Тащиян // Вестник Томского государственного университета / ответственный редактор И.В. Ильин; Томский государственный университет. – Томск: Томский государственный университет, – №1. – С. 226-232.
11. Матвеева, Т.В. (2018). Повышение конкурентоспособности промышленных предприятий на основе развития инновационной деятельности: учеб. пособие / Т.В. Матвеева, В.В. Криворотов, Н.В. Машкова, П.П. Корсунов. – Екатеринбург: Изд во Урал. ун та, – 152 с.
12. Моврасов, Р.Д. (2018). Конкурентоспособность предприятия / Р.Д. Моврасов, Х.В. Джабраилов // Наука и образование сегодня. – №1 (24). – С. 21-22.
13. Мусальников, Д.А. (2019). Конкурентоспособность предприятия. Факторы, пути повышения конкурентоспособности / Д.А. Мусальников // Вопросы науки и образования. – №1. – С. 4-8.
14. Павлов, С.О. (2020). Теоретические основы стратегии повышения конкурентоспособности предприятия / С.О. Павлов // Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral». – С. 191-195.
15. Портер, М. (2005). Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. – М.: Альпина Бизнес Букс, – 454 с. – ISBN 5-9614-0143-0
16. Тарасова, И.А. (2006). Потребитель выбирает / И.А. Тарасова // Маркетинговые исследования в России и за рубежом. – № 4.
17. Хусаинова, Е.А. (2019). Конкурентоспособность предприятия / Е.А. Хусаинова, А.А. Фахрутдинова // Научный журнал. – С. 21-22.
18. Шумпетер Й.А. (2018). Ш 96 Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й.А. Шумпетер ; [предисл. В.С. Автономова ; пер. с нем. В.С. Автономова, М.С. Любского, А.Ю. Чепуренко ; пер. с англ. В.С. Автономова, Ю.В. Автономова, Л.А. Громовой, К.Б. Козловой, Е.И. Николаенко, И.М. Осадчей, И.С. Семененко, Э.Г. Соловьева]. - М. : Эксмо, - 864 с.

F.F.Babayev

doctoral student, Azerbaijan Technology University

Modern approaches to the meaning of competition strategy

Abstract

The aim of the research - determination of modern approaches to the essence of competitive strategy.

Research methodology - complex analysis, systematic approach, grouping methods were used.

Results of the research - the obtained results can be used to solve theoretical and practical problems related to the competitive strategy of enterprises directions for improving the competitive strategy were proposed.

Originality and scientific novelty of research - the main elements of the concept of competitiveness have been defined, and possible changes have been proposed for the purpose of increasing competitiveness.

Key words: competition, competitiveness, competitive environment, competitive factors, concept.

Ф.Ф.Бабаев

докторант, Азербайджанский Технологический Университет

Современные подходы к значению стратегии конкуренции

Резюме

Цель исследования - определение современных подходов к сущности конкурентной стратегии.

Методология исследования - использованы комплексный анализ, системный подход, методы группировки.

Практическая ценность исследования - полученные результаты могут быть использованы для решения теоретических и практических задач, связанных с конкурентной стратегией предприятий.

Результаты исследования - предложены направления совершенствования конкурентной стратегии.

Оригинальность и научная новизна исследования - определены основные элементы понятия конкурентоспособности и предложены возможные изменения в целях повышения конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентная среда, конкурентные факторы, концепция.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-59-69>

İ.E.Rəfizadə
doktorant, UNEC
ibrahimrafizade@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 06.10.2024

The article was received by the editorial board on 06.10.2024

Статья принята к печати 06.10.2024

İQTİSADI TƏHLÜKƏSİZLİK ASPEKTİNDƏN İDXALI ƏVƏZLƏMƏ SİYASƏTİNİN ƏSAS İSTİQAMƏTLƏRİ

Xülasə

Tədqiqatın məqsədi iqtisadi təhlükəsizlik aspektindən idxalı əvəzləmə siyasətinin əsas istiqamətlərinin müəyyən edilməsinə dair nəzəri yanaşmalar təhlil edib, bu sahədə xarici və yerli mütəxəssislərin, alimlərin fikirlərinin öyrənilməsi, ölkəki vəziyyətin təhlil edilməsi əsas vəzifə kimi qarşıya qoyulmuşdur. Tədqiqat işində təhlil, müqayisə, qruplaşdırma metodlarından istifadə olunur. Tədqiqatda müəllif tərəfindən idxalı əvəzləmə siyasətinin xüsusiyyətləri şərh edilməsi üçün istifadə olunan müxtəlif elmi yanaşmalar və statistik təhlillər sistemləşdirilmişdir, nəticələr çıxarılmışdır. Tədqiqat nəticəsində iqtisadi təhlükəsizlik aspektindən idxalı əvəzləmənin istiqamətləri, o cümlədən Azərbaycanda idxalı əvəzləməyə siyasətinin istiqaməti ümumiləşdirilmişdir. bax İdxalı əvəzləmə siyasətinin iqtisadi təhlükəsizliyə müsbət və mənfi təsirinin müəyyən edilməsi üçün istifadə edilən yanaşmalarda olan uyğunsuzluqların təyin edilməsi tədqiqatın elmi yeniliyini əks edir. Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti idxalı əvəzləmə siyasətinin tətbiqinə dair təklif və nəticələrin bu problemin tənzimlənməsində istifadə edilməsidir.

Açar sözlər: idxal, əvəzləmə, siyasət, təhlükəsizlik, istiqamət, zərurət.

İdxal əvəzləmə siyasəti, idxal olunan mallardan asılılığı azaltmaq və mal və xidmətlərin yerli istehsalını təşviq etmək üçün qəbul edilən strateji yanaşmaya əsaslandığından bu siyasətin həyata keçirilməsi ortamüddətli perspektivdə iqtisadi təhlükəsizliyin təmin edilməsinə, özünə güvənən və dayanıqlı iqtisadiyyatın yaradılmasına kömək edir. Bu baxımdan Azərbaycan üçün idxalı əvəzləmə siyasətinin əsas istiqamətləri ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyini təmin etmə potensialının formalaşdırılmasını da özündə əks etdirməlidir.

Ancaq idxalı əvəzləməni sırf proteksionizmdən fərqləndirmək lazımdır. “Sonuncunun əsas vəzifəsi daxili bazarı bağlamaqla yüksək keyfiyyətli məhsul istehsal edən həqiqətən rəqabətqabiliyyətli yeni istehsal sahələri yaratmamaqdır” (Трюэль Ж.-Л., Пашченко Я. Н., 2016).

Proteksionizm nəticəsində rəqabətin səviyyəsi kəskin şəkildə aşağı düşdüyündən yerli istehsalçıların daha keyfiyyətli məhsul istehsal etmək motivasiyasının olmamasına və bazarın durğunluğuna gətirib çıxarır. Lakin idxalı əvəzləmənin effektivliyinin meyarı yerli məhsulların həm daxili, həm də xarici bazarlarda rəqabətə davamlı olmasıdır və bu, idxalı əvəzləmə siyasətinin hədəfi kimi qəbul edilir. Bu hədəf davamlı sosial-iqtisadi inkişaf kontestində aktual olaraq qalır. Akademik A.Nadirov və bir qrup ölkə alimləri apardıqları tədqiqatların nəticələri ilə bağlı bildirmişlər ki, milli iqtisadiyyatın davamlı inkişafının təmin edilməsi, bununla əlaqədar iqtisadiyyat sahələrinin fəaliyyətinin yeni iqtisadi hədəflər və artım dinamikası müstəvisində müəyyənləşdirilməsi, davamlı iqtisadi inkişafın modelləşdirilməsi üçün etibarlı və güclü potensiala malik təbii və iqtisadi resurslar ehtiyatı olmalıdır və bu resursalar Azərbaycanda kifayət qədərdir (Nadirov A.A. və b., 2003).

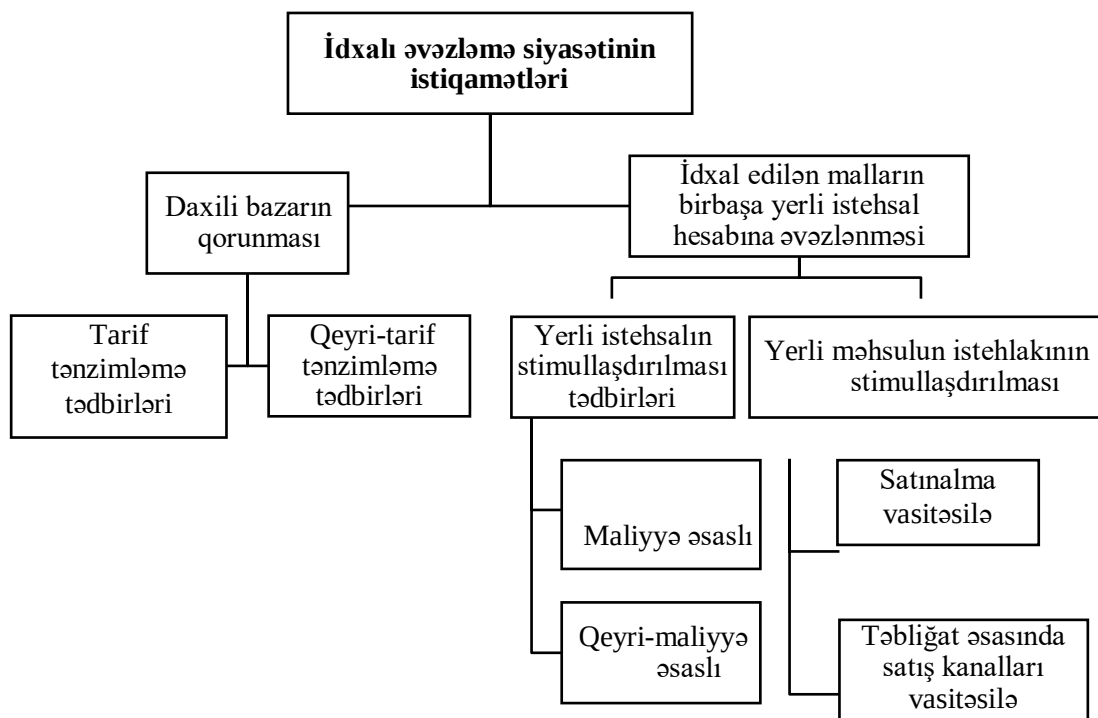
Qeyd etdiyimiz kimi milli sosial-iqtisadi artımını təşviq etmək üçün hökumət müxtəlif strategiyalar hazırlayır ki, bura yerli istehsalın dəstəklənməsi və inkişafı tədbirləri də daxildir. Ona görə orta müddətli dövr kimi götürülən 3-5 il ərzində aktivdaxalı əvəzləmə siyasəti özü milli və hətta regional səviyyədə iqtisadi siyasətin tərkib, hətta prioritet istiqamətidir. Bununla belə, ölkənin və xüsusi ilə ayrı-ayrı regionların resursundan, texnoloji və innovativ potensialından səmərəli istifadə etmək üçün müxtəlif ərazilərdə inkişaf etmiş sənaye sahələrinin formalaşdırılması üçün zəruri tədbirlər kompleksini təsvir edən idxal əvəzlənməsi siyasəti tam formalaşmamışdır. Belə bir siyasətin təkmil olması üçün onun istiqamətlərinin dəqiqləşdirilməsinə ehtiyac yaranır.

İdxalı əvəzləmə siyasətinin əsasən aqrar və ya sənaye sahələr üçün aparılması istiqamətində tədqiqatların yer alması müxtəlif ölkələrdə ona fraqmental yanaşıldığını göstərir (İbrahimov İ. H., Vəliyeva S.İ., 2019; Морковкин Д.Е., 2018; Новицкий Н.А., 2014).

Azərbaycan reallıqlarını nəzərə alan Nazim Müzəffərli qeyd edir ki, “ət-süd məhsulları sahəsinin inkişaf etdirilməsi, mahiyyət etibarilə, idxalı əvəzləmək anlamına gəlir və ona görə də ən mühüm prioritetlər sırasında dayanmalıdır. İşgaldan azad edilmiş rayonlarda heyvandarlığın inkişaf etdirilməsi onun tezliklə ayağa qalxmasına əlavə təkan verəcəkdir” (Müzəffərli N., İsmayılov E., 2010, s.208). P.A. Eršov Rusiyanın iki əsrlik tarixinə nəzər salaraq belə qənaətə gəlir ki, sənayenin idxalı əvəz edən inkişafını səthi “kosmetik” tədbirlərlə təmin etmək olmaz. Bu, həmişə cəmiyyətin iqtisadi həyatının müxtəlif aspektlərini əhatə edən dərin bir prosesdir (Ершов П.А., 2016).

Hazırda Azərbaycanda həyata keçirilən idxalı əvəzləmə siyasət əsasən 2 istiqaməti özündə ehtiva edir:

- daxili bazarın müdafiəsi;
 - idxal edilən ərzaq, sənaye və istehlak mallarının birbaşa yerli istehsalla əvəzlənməsi.
- Bu istiqamətlərin tərkibini şərti olaraq aşağıdakı şəkildə təsvir etmək olar.



Sxem 1. İdxalı əvəzləmə siyasətinin əsas istiqamətləri

Mənbə: Müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Qeyd etmək vacibdir ki, global böhran şəraitində idxalın əvəzlənməsinin qiymətləndirilməsi müxtəlif iqtisadi, siyasi və sosial amillərin nəzərə alınmasını tələb edən mürəkkəb və dinamik prosesdir. İdxal əvəzetmə strategiyalarının effektivliyi ölkənin spesifik şəraitindən, onun hazırlıq səviyyəsindən və tədarük zəncirinin pozulmasının qarşısını almaq üçün məqsədyönlü tədbirləri sürətlə həyata keçirmək qabiliyyətindən asılıdır.

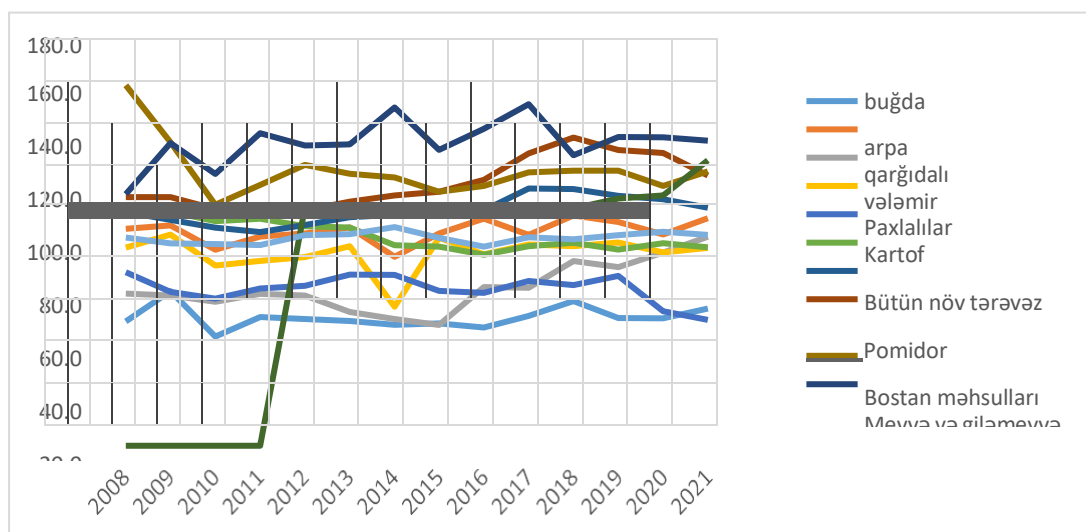
İdxal əvəzetmə siyasəti işlənilib hazırlanarkən idxaldan asılılıq meyarı ilə bağlı sual yaranır. Həqiqətən də idxalı əvəzləmə siyasətinin effektiv olması üçün idxalı əvəzləmənin komponentləri və həcmələri hər bir zaman intervalı üçün aydın şəkildə formalaşdırılmalıdır. Bunu da yalnız idxalı əvəzləmənin hansı səviyyəsinin əldə edilməsi həqiqətən mümkündür, hansı mümkün deyil sualına cavab verməklə müəyyən etmək olar.

Effektiv idxalı əvəzləmə siyasətinin işlənilib hazırlanması üçün hər bir məhsul növü (komponenti) üzrə idxaldan asılılığın kritik səviyyəsini müəyyən etmək lazımdır. Qeyd edək ki, idxaldan asılılığın kritik səviyyəsi ölkə daxilində rəqabətə davamlı olmayan idxalın dəyəri ilə ölçülür. İdeal olaraq, strateji əhəmiyyətli məhsul növləri üçün bu səviyyə sıfıra bərabər olmalıdır. Bununla da, iqtisadi təhlükəsizliyin artırılmasına yönəlmiş idxalı əvəzləmə siyasətinin məqsədi reallaşmış olacaq.

Təhlil göstərir ki, ərzaq mallarının idxalının fiziki həcmi 23 adda məhsul qrupundan əsasən 7 adda mal qrupu: balıq, yumurta, kartof, buğda, qarğıdalı, ət kolbasası, konservlər üzrə daha çox artmış; 8 adda mal qrupu: iribuynuzlu heyvan ət, buğda unu, şirələr, şərab, etil spirti, pivə, xörək duzu və siqaret üzrə isə azalmışdır. Amma onu qeyd etməliyəm ki, idxalın artmasına düzgün qiymət vermək üçün əhalinin artımını da nəzərə almaq mütləqdir. Belə ki, 2022-ci ildə 1995-ci illə müqayisədə əhalinin sayı 1,3 dəfə artmışdır. Bu fonda ölkəyə idxal olunan ərzaq məhsullarının adambaşına düşən çəkisi 1995-ci illə müqayisədə 2022-ci ildə azalmışdır ki, bu da milli tələbatın yerli istehsal hesabına özünü təminatının yaxşılaşdığına işarədir.

Hazırda ölkənin iqtisadi təhlükəsizliyi indikatorları idxalı əvəzləməni təhlil etmək üçün istifadə edilir. Əsasən də ərzaq məhsulları ilə özünü təminatmə 75-80% təhlükəsizliyin hədd indikatoru kimi götürülür (Сенчаров, 2005). Biz bu göstəricini əsas götürərək ölkəmizin ərzaqla özünü təminatməsini təhlil edək. İlkin olaraq bitkiçilik məhsulları ilə özünü təminatmə səviyyəsinə diqqət yetirək.

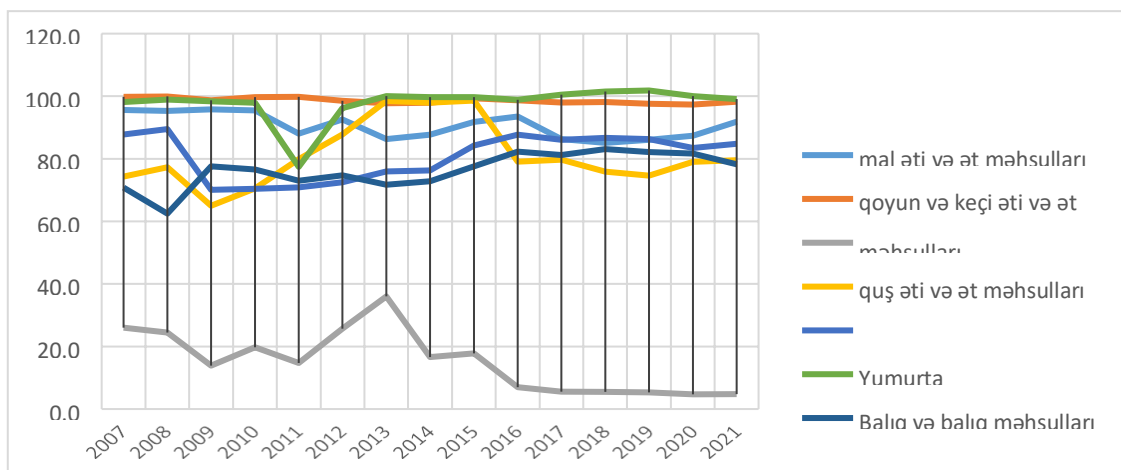
Qrafik 1. Bitkiçilik məhsulları ilə özünü təminatmə səviyyəsi, faiz



Mənbə: Müəllif tərəfindən DSK nin saytı https://www.stat.gov.az/source/food_balances/ əldə edilən məlumatlar əsasında tərtib edilmişdir (19.02.2023 tarixə)

Təhlil göstərir ki, 2021-ci ildə buğda ilə özünütəminatmə 61,5% olmuşdur. Buğda üzrə 2021-ci ildə 2007-ci ilə nisbətən 13,5% artım olsa da 75 %-lik təhlükəsizlik göstəricinə hələ nail olunmadığını göstərir. 2007-ci illə müqayisədə 2021-ci ildə paxlalılarda 20,3%, kartof üzrə 9,2%, meyvə və giləmeyvə üzrə özünütəminatmədə 15,2% azalma müşahidə edilir. Digər göstəricilərdə 0,7-17,2% aralığında artım müşahidə edilmişdir.

Qrafik 2. Heyvandarlıq məhsulları ilə özünütəminatmə səviyyəsi, faiz

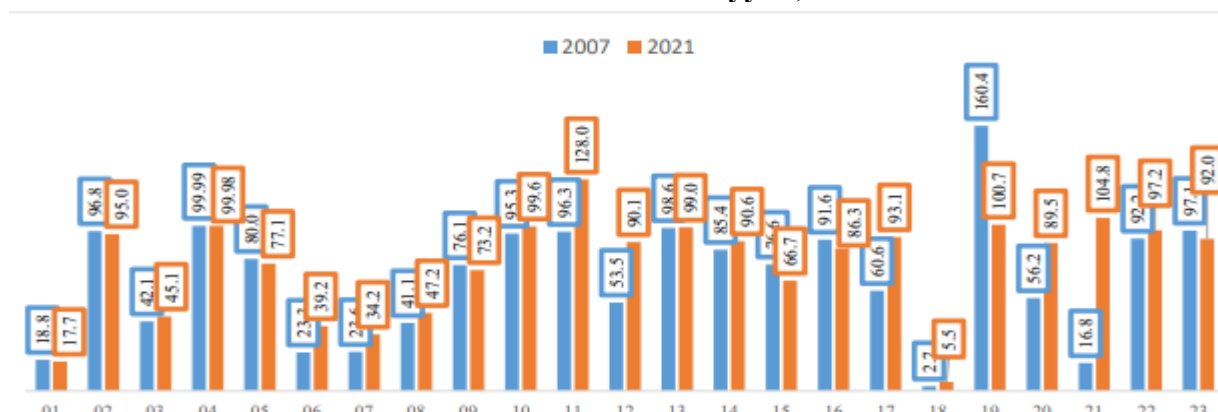


Mənbə: Müəllif tərəfindən DSK nin saytı https://www.stat.gov.az/source/food_balances/ əldə edilən məlumatlar əsasında tərtib edilmişdir (19.02.2023 tarixə)

Təhlil göstərir ki, 2021-ci ildə heyvandarlıq məhsulları ilə ölkənin özünütəminatmə səviyyəsi 75 %-lik təhlükəsizlik indikator göstəricindən yüksək olmuş və bu, özünütəminatməyə nail olduğunu göstərir. Lakin müəyyən mənfi siqnallar da var. Belə ki, 2021-ci ildə mal əti və ət məhsulları ilə özünütəminatmə 2007-ci ilə nisbətən 3,7%, qoyun və keçi əti və ət məhsullarında 1,6%, süd və süd məhsullarında özünütəminatmədə 3% azalma müşahidə edilir. Digər göstəricilərdə 1-7,4% aralığında artım müşahidə edilmişdir.

Sənaye emalından keçmiş əsas növ ərzaq məhsulları ilə özünütəminatmə səviyyəsinə diqqət yetirdikdə bir çox məhsullar üzrə bu səviyyənin 75%-lik təhlükəsizlik indikatoru göstəricisindən aşağı vəziyyətdə olduğunu görürük. Təhlil göstərir ki, 2021-ci ildə 2007-ci illə müqayisədə özünütəminatmə səviyyəsi təmizlənmiş düyüdə (1,1%), unda (1,8%), şirinləşdirici maddələr qatılmış çörək- bulka məmulatlarında (2,9%), kərə yağda (9,9%), bütün növ pendirlərdə (5,3%), şəkərdə (59,7%), şirinləşdirilmiş mineral və qazlı sularda (5,1%) azalmışdır.

Qrafik 3. Sənaye emalından keçmiş əsas növ ərzaq məhsulları ilə özünütəminatmə səviyyəsi, faiz



01	Təmizlənmiş düyü	13	Yağlılığı 1-6 faiz olan süd və qaymaq
02	Un (bütün növləri)	14	Yağlılığı 6 faizdən çox olan süd və qaymaq
03	Yarmalar (bütün növləri)	15	Kərə yağı
04	Tərkibində sirop, yumurta, pendir və ya meyvə cemi olmayan təzə çörək	16	Bütün növ pendirlər
05	Tortlar və sirniyyat məmulatları, şirinləşdirici maddələr qatılmış sair çörək-bulka məmulatları	17	Qatıq, qaymaq, yoqurt və s. məhsullar
06	Suxarı və peçenye , uzun müddət saxlanan qənnadı məmulatları	18	Şəkər istehsalı üçün xammal
07	Kakao şokolad və şəkərli qənnadı məmulatları	19	Şəkər
08	Makaron məmulatları	20	Çay
09	Bitki yağları	21	İnsan qidası üçün yararlı duz
10	Marqarin	22	Şirinləşdirilməmiş mineral və qazlı sular
11	Meyvə və tərəvəz şirələri	23	Şirinləşdirilmiş mineral və qazlı sular
12	Meyvə və tərəvəz konservləri		

Mənbə: Müəllif tərəfindən DSK nin saytı https://www.stat.gov.az/source/food_balances/ əldə edilən məlumatlar əsasında tərtib edilmişdir (19.02.2023 tarixə)

Beləliklə, aqrar sahə qeyri-neft sektorunun inkişafında çəkisinə görə əhəmiyyət daşıyır və özünütəmin etmə baxımından strateji mövqeni tutur. Azərbaycan üçün baxdığımız dövrdə ərzaq məhsulları üzrə idxalı əvəzləmə siyasətinin iqtisadi təhlükəsizliyin təmin edilməsinə xidmət etdiyini və müsbət nəticələr verdiyini görmək olar.

Bəllidir ki, respublikada idxalı əvəzləmə siyasəti həyata keçirilərkən idxalı əvəz edən malların siyahısı hər il yenilənir. Bu idxalının artdığı malların və praktiki olaraq idxalı olmayan, yəni çıxarılmalı olan malların siyahısının müəyyənlişməsi ilə nəticələnir. Amma idxalı əvəzləmə siyasətinin özəlliyi ondan ibarətdir ki, malların idxalı ilə bağlı vəziyyətə təsir göstərə biləcək hər hansı tədbirlərin (keyfiyyətin yüksəldilməsi, çeşidlərin genişləndirilməsi, xidmətlərin əlçatanlığı, genişləndirilməsi, yeni istehsalın təşkili və s.) həyata keçirilməsini təmin etməkdir. Bu səbəbdən idxalı əvəzləmə siyasətinin orta müddətli dövrdə fəaliyyət istiqaməti kimi əslində, respublikanın müəyyən qrup əmtəə idxalından asılılığını azaltmaq üçün iqtisadi fəaliyyətin əlaqələndirici rolunu icra etməkdir. Belə olan halda idxalı əvəzləmə siyasətinin əsas vəzifələrindən biri yeni növ məhsulların istehsalının mənimsənilməsi layihəsinin işlənilib hazırlanması və həyata keçirilməsidir. ilkin olaraq istehsalında texnoloji proseslər aspektindən oxşarlıq olan məhsullara üstünlük verilir. Lakin idxalı böyük həcmdə olan məhsullar üçün yeni istehsal müəssisəsinin yaradılması da məqsədəuyğundur. Nəticədə yerli istehsalın diversifikasiyası baş vermiş olur ki, bu da sənaye inkişafının stimullaşdırılması hesabına əldə edilə bilər.

Yerli məhsulun istehsalının stimullaşdırılması aşağıdakı tədbirlər vasitəsilə həyata keçirilə bilər:

- xüsusi iqtisadi zonada məqsədli sənaye sahələrinə yerli və xarici investisiyaların cəlb edilməsi ilə ixtisaslaşdırılmış alt sahələrin yaradılması;
- istehsal imkanlarının genişləndirilməsi ilə yerli sənayelərin artımının dəstəklənməsi;

- istehsal və genişləndirmə planlarında KOS-ları dəstəkləmək üçün kreditlər, qrantlar və əlverişli kredit şərtləri daxil olmaqla maliyyə yardımının şərtlərinin asanlaşdırılması;
- istehsalda məhsuldarlığını və rəqabət qabiliyyətin artırılması üçün texniki yardım, mentorluq və təlim proqramlarının hazırlanması;
- istehsal sektorunda kiçik və orta müəssisələrin iştirakını təşviq etmək üçün inzibati-bürokratik prosedurların, proseslərin sadələşdirilməsi və tənzimləyici maneələrin azaldılması;
- keyfiyyət standartlarının artırılması, həm daxili istehlak, həm də ixrac bazarları üçün təhlükəsiz və yüksək keyfiyyətli məhsulların istehsalını təmin etmək üçün keyfiyyətə nəzarət mexanizmlərinin gücləndirilməsi;
- əmək, enerji və materiala qənaət təşəbbüslərinin artırılması və onların istehlakını optimallaşdırmaq üçün müxtəlif sektorlarda resurs qənaət edən texnologiyalardan istifadənin və “yaşıl” iqtisadiyyatın tətbiqi.

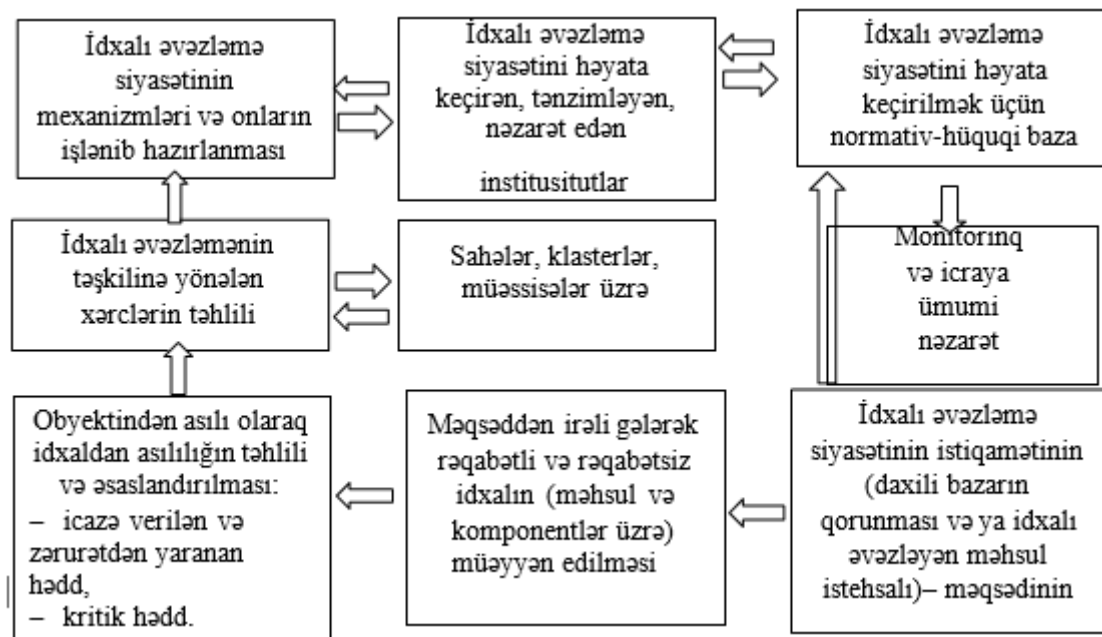
İdxalın əvəzedicisi siyasəti həyata keçirməklə və yerli istehsal bazasının şaxələndirilməsinə, kənd təsərrüfatı sektorunun gücləndirilməsinə və yüksək texnologiyalı sənaye və xidmətlərin təşviqinə diqqət yetirməklə, Azərbaycan ortamüddətli perspektivdə iqtisadi təhlükəsizliyini gücləndirə bilər. Bu siyasət təkcə idxaldan asılılığı azaltmaqla yanaşı, həm də yeni iş imkanları yaradır, innovasiyaları gücləndirir, daha dayanıqlı və davamlı iqtisadiyyatı təmin edir. Məsələn, son illər respublikada idxalı əvəz edən məhsulların istehsalının həcmi xeyli artmışdır. Yerli istehsal sement, gips, alçıpan məmulatları, tikinti blokları, bəzi metal konstruksiya və lak-boya məmulatlarına olan tələbatı tam ödəyir (10).

Həqiqətən prof. Elşad Məmmədovun (8) qeyd etdiyi kimi, iqtisadi artımın əsas ilkin şərtləri o sahələr olmalıdır ki, sərmayələrin artması ilə bağlı olsun ki, onların vasitəsilə davamlı iqtisadi artım nail ola bilərik. Eyni zamanda, investisiyalar ilk növbədə innovativ sahələrə, yəni bu gün qlobal iqtisadiyyatda yeni texnoloji strukturun özəyini təşkil edən sahələrə yönəldilməlidir. Bunlar Azərbaycan iqtisadiyyatı üçün əhəmiyyətli artımı təmin edə bilən və artıq dünya iqtisadiyyatı miqyasında məhsul istehsal edən iqtisadiyyatın texnoloji cəhətdən əlaqəli sahələridir. Əgər biz bu sahələrə sərmayə qoysaq, Azərbaycan iqtisadiyyatı ildə 8-10% davamlı inkişaf trayektoriyasına çata bilər. Həmçinin idxalın əvəzlənməsi və idxaldan asılılığın aradan qaldırılmasında mühüm rolunu innovativ startaplar oynaya bilər. “Hazırda əksər ekspertlər hesab edirlər ki, startaplar çətin ki, qısa müddətdə idxalın əvəzlənməsinə töhfə verə bilsin.

Daha doğrusu, bu, yalnız orta və uzunmüddətli perspektivdə - 10-20 ilə mümkündür. Buna görə də, startapları idxalı əvəzləmə prosesinə cəlb etmək üçün idxalı əvəzləmənin özü üçün təşkilatçı planı lazımdır. İqtisadiyyatın tələb etdiyi texnologiyaların müəyyənləşdirilməsi və startapları rəqabət əsasında onların inkişafına cəlb etməklə 5-10 ildən sonra lazımi texnologiyalar yaradılacaqdır” (Трюэль Ж.-Л., Пашенко Я. Н.; 2016).

Yuxarıda qeyd olunanlar Azərbaycanın idxalı əvəzləmə siyasəti üçün əsas istiqamətlər kimi xidmət edir, uzunmüddətli iqtisadi artım və sabitliyə zəmin yaradır, ortamüddətli iqtisadi təhlükəsizliyə töhfə verə bilər. Bununla belə, qeyd etmək vacibdir ki, belə bir siyasətin uğuru diqqətli planlaşdırmadan, effektiv idarəetmə sayəsində sürətli şəkildə həyata keçirmədən, dəyişən iqtisadi şəraitə, qlobal ticarət dinamikasına cavab verən davamlı monitoring və düzəlişlərdən asılıdır. Bundan əlavə, o, ticarətin diversifikasiyasına, ixracın artımına və ümumi iqtisadi dayanıqlığa kömək edən digər iqtisadi siyasətlərlə birlikdə həyata keçirilməlidir.

Beləliklə, orta müddətli dövr üçün iqtisadi təhlükəsizlik aspektindən idxalı əvəzləmə siyasətinin çoxsəviyyəli proses olaraq təşkili aşağıda qeyd etdiyimiz blok sxemin əsasında hazırlanaraq reallaşdırılması məqsəduyğundur.



Sxem 2. İdxalı əvəzləmə siyasətinin çoxsəviyyəli proses olaraq təşkilinin blok-sxemi

Mənbə: Müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir

İdxal əvəzləmə siyasətinin əsas təminatçıları kimi nəzərə alınmalıdır:

- innovativ və texnoloji;
- kadr;
- maliyyə;
- məlumat;
- sosial-iqtisadi.

İnnovasiya-texnoloji təminat belə bir istehsal mühitinin yaradılmasını nəzərdə tutur ki, bu da istehsal olunan məhsulların daha yüksək keyfiyyətinə görə əhəmiyyətli rəqabət üstünlükləri əldə etməyə imkan versin, eyni zamanda xərcləri azaltsın və miqyas effektində məhsuldarlığa müsbət təsir göstərsin. İnnovativ texnoloji mühitin yaradılması üçün zəruri şərtlər aşağıdakılardır:

- kənd təsərrüfatı məhsullarının (o cümlədən tütünün) yetişdirilməsi, saxlanması və istifadəsi üçün müasir texnologiyaların tətbiqi və istifadəsi;
- kənd təsərrüfatı tullantılarının emalı texnologiyaları sahəsində elmi-tədqiqat və inkişaf xərclərinin artırılması;
- regional kənd təsərrüfatı mühəndisliyinin dəstəklənməsi və inkişafı;
- istehsal proseslərinin ətraf mühitə və insan həyatına mənfi təsirlərini azaltmaq üçün istehsal proseslərinin yaşıllaşdırılması və milli mühitə uyğun biolojişdirilməsi;
- kənd təsərrüfatı müəssisələrinin əsas fondlarının kapital məhsuldarlığının artırılması;
- kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsal-satış zənciri boyunca infrastrukturun inkişafına dəstək.

Beləliklə, yuxarıda göstərilən tədbirlər intensiv artım amillərindən istifadə etməklə yerli istehsalın kompleks inkişafına kömək edəcəkdir. İstehsal artımının intensiv amilləri istifadə olunan resursların keyfiyyətə yaxşılaşmasını nəzərdə tutur. Yuxarıda göstərilən intensiv amillərin səmərəli tətbiqi əhəmiyyətli istehsal (dövriyyə vəsaitlərinin dövriyyəsinin artması, əmək məhsuldarlığının artması, əməkşəraitinin yaxşılaşdırılması) və maliyyə (istehsalın rentabelliyyəsinin artması, istehsalın sahələr-

dirilməsi hesabına əlavə mənfəət mənbələri) əldə etməyə imkan verəcəkdir. Məhz resurslardan istifadənin keyfiyyətini yüksəltməklə dünya bazarında millirəqabətə davamlı məhsullar yaratmaq olar. İdxalın fəal əvəzlənməsi kontekstində istehsal infrastrukturunun və dəstəkləyici sahələrin inkişafının vacibliyi də qeyd edilməlidir: həm birbaşa sahəyə, həm də sahəyə aid istehsal maşın və avadanlıqlarının istehsalı kimi sahələrin inkişafı üçün layihələrin birgə həyata keçirilməsi daha yüksək istehsal səmərəliliyinin qurulmasına öz töhfəsini verir.

İdxalı əvəzlənmənin növbəti təminatçısı kadrlardır. Bunun mahiyyəti regionda kənd təsərrüfatı sahəsində geniş biliyə malik səriştəli mütəxəssislərin hazırlanması sisteminin formalaşdırılması üzrə kompleks tədbirləri əhatə etməlidir. Bu sistemin işləməsi çərçivəsində biz əsas fəaliyyət istiqamətlərini müəyyən edəcəyik:

- sahə üzrə konkret layihələrin həyata keçirilməsi üçün “sifarişlə hazırlanmış” təlim proqramlarının hazırlanması;

- kadr hazırlığının, kadrların ixtisasının artırılmasının və yenidən hazırlanmasının uzunmüddətli planlaşdırılması;

- yüksək ixtisaslı maliyyə menecerlərinin hazırlanması;

- kənd təsərrüfatı sahəsində digər regionlardan və xaricdən dəvət olunmuş mütəxəssislərin iştirakı ilə maarifləndirici seminar və konfransların təşkili və keçirilməsi;

- kənd təsərrüfatı işçilərinin imicinin cəlb ediciliyinin artırılması;

- kənd təsərrüfatı sahəsində orta ixtisas təhsili müəssisələrinin açılması;

- idxalı əvəzləmə çərçivəsində nəzərdə tutulan tədbirlərin icrasına rəhbərlik və nəzarət etmək üçün regional səviyyədə ixtisaslaşmış komissiyanın yaradılması.

Bu kadr hazırlığı sistemi həm də intensiv istehsal artımı amillərinin istifadəsinə nəzərdə tutur. Beləliklə, idxal əvəzediciliyi təkcə işçilərin və təsərrüfatların sayının artırılması yolu ilə deyil, həm də bilik keyfiyyətinin yüksəldilməsi və idarəetmə sistemində elmi nailiyyətlərdən istifadə etməklə həyata keçirilməlidir.

İdxalın əvəzlənməsinin maliyyə təminatının mahiyyəti məqsədyönlü layihələrin səriştəli maliyyələşdirilməsinin həyata keçirilməsində, eləcə də səmərəli maliyyə idarəetməsi və planlaşdırma sisteminin formalaşdırılmasından ibarətdir. Bu çərçivədə aşağıdakı fəaliyyətləri vurğulayırıq:

- yerli istehsalın genişləndirilməsi üçün davam edən layihələrin birgə maliyyələş-dirilməsinə yerli və xarici investorların cəlb edilməsi;

- əməliyyat fəaliyyətinin subsidiyalandırılması və yerli istehsalı və dəstəkləyici sahələr üçün xüsusi vergi rejimlərinin, kreditləşdirmə üçün güzəştli şərtlərin tətbiqinin orta müddətli dövr üçün nəzərdə tutulması;

- yerli məhsulların və köməkçi, əlaqəli sənaye məhsullarının dövlət satın alınması üzrə tenderlərin keçirilməsi;

- istehsal olunan məhsulların satışını təmin etmək üçün topdansa satış mərkəzlərinə pərakəndə satış şəbəkələri ilə uzunmüddətli əməkdaşlığı üçün müqavilələrin bağlanması.

Beləliklə, idxalın əvəzlənməsinin həyata keçirilməsi üzrə həyata keçirilən fəaliyyətlərin rəşional maliyyələşdirilməsi dövlət investisiyaları ilə biznes strukturlarından nağd inyeksiyaları arasında optimal nisbətin müəyyən edilməsinə nəzərdə tutur. Dövlət xərclərini təhlil edərkən, idxalı əvəzləmə strategiyası çərçivəsində layihənin maliyyələşdirilməsinin mümkün olan maksimum məbləğini, habelə maliyyələşdirmə mənbəyini – dövlət büdcəsini, regional büdcəni və ya ixtisaslaşmış fondları nəzərə almaq və investisiya layihələrinin adekvat qiymətləndirilməsinə aparmaq lazımdır.

İdxalın əvəzlənməsinin informasiya təminatı üçün informasiya bazasının yaradılmasını nəzərdə tutur. Belə bir məlumat bazası məhsulların təkrar istehsalını, habelə köməkçi və əlaqəli sahələri xarakterizə edən statistik məlumatlar sistemidir. Görünür ki, belə bir verilənlər bazası aşağıdakı məzmun bloklarını özündə ehtiva etməlidir:

- proqramın normativ bazası (qanunlar, sərəncamlar və qaydaları, idxal əvəzləmənin həyata keçirilməsi üçün dövlət proqramları və digər qanunvericilik aktları);

-idxalı əvəzetmə strategiyasının həyata keçirilməsinə cavabdeh olan dövlət orqanlarının məsuliyyət sahələri göstərilməklə siyahısı;

– strategiya çərçivəsində konkret müəssisələrin fəaliyyət proqramı vəhesabatları;

– qrantlar və tenderlər üzrə davam edən müsabiqələr haqqında məlumat;

– istehsalçılar üçün subsidiyaların alınması qaydası, vergi güzəştləri və xüsusi kredit şərtləri haqqında məlumatın mütəmadi yenilənməsi.

Təklif olunan çərçivə idxalı əvəzləmənin müxtəlif aspektlərini əks etdirir. Bütdcə vəsaitlərinin istifadəsi və regionun sənaye sahələrinə əsaslanan iri layihələrin həyata keçirilməsi ilə bağlı məlumatların açıqlığı və əlçatanlığı ictimaiyyətə strategiyanın gedişatını izləməyə imkan verəcək. Bir tərəfdən, müəssisə və təsərrüfatlardan öz təsərrüfat fəaliyyətləri haqqında məlumatları operativ şəkildə yeniləmələri tələb olunacaq. Digər tərəfdən, bu məlumat bazası onların idxalıəvəzləmə strategiyasının həyata keçirilməsi çərçivəsində maliyyə yardımı almaq vəmüxtəlif layihələrdə iştirak imkanları haqqında lazımi məlumatlara çıxışı təmin edəcək.

Nəhayət, siyasətin sosial-iqtisadi xarakterini qeyd edək. Bu kənd yerlərində əlverişli yaşayış şəraitinin yaradılmasına yönəlib. Əsasən istehsal prosesi ilə birbaşa bağlı olmasa da, yerli kənd təsərrüfatı istehsalının inkişafında mühüm rol oynayır. Kənd infrastrukturunun inkişafı bütövlükdə kənd təsərrüfatının imicinə faydalı təsir göstərir və gənc mütəxəssisləri aqrar-sənaye kompleksinə cəlb edə bilər. Beləliklə, kəndlərin və kənd sakinlərinin dəstəklənməsi idxalı əvəzetmə strategiyasının tərkib elementidir. Aydındır ki, seçilmiş prioritet sahələrin istehsal kompleksinin texnoloji, kadr, maliyyə və informasiya elementlərinin modernləşdirilməsi yerli istehsalçıların rəqabət üstünlüklərinin yaradılması və fəal istifadəsi hesabına ölkənin idxal olunan məhsullarından asılılığını azaldacaq.

NƏTİCƏ

Rəqabət üstünlüyü yerli istehsalın yerli məhsulların qiymət-keyfiyyət nisbətinə görə xarici analoqları ilə müsbət müqayisə etməyə imkan verən xüsusiyyətlərinin məcmusu kimi başa düşülür. Rəqabət üstünlüklərinin əldə olunması üçün aşağıda qeyd edilən istiqamətlərdə təşkilati tədbirlərin gücləndirilməsinə ehtiyac var:

– resurs – ucuz və keyfiyyətli xammala çıxış imkanının artırılması və resurslardan səmərəli istifadə üçün yaxşı işləyən sistemin yaradılması;

– texnoloji – malların məhsuldarlığına və keyfiyyətinə təsirli təsir göstərən mövcud müasir avadanlıq və patentləşdirilmiş texnologiyaların təbliği və əldə edilməsinə dəstək;

– intellektual – yüksək ixtisaslı işçilər və optimal idarəetmə sisteminin olması üçün təcrübə mübadiləsi;

– bazar – paylama kanalları və bazarlara çıxış imkanının, reklamın, effektiv satış sisteminin və satışdan sonrakı xidmətin mövcudluğu;

– innovativ – təsərrüfat subyektinin istehsal fəaliyyətində 4-cü sənaye inqilabının nəticələrinin tətbiqi və təkmilləşdirilmiş xüsusiyyətlərə malik məhsul çeşidinin müxtəlifliyinin formalaşdırılması;

– mədəni – ölkənin mədəniyyətindəki oxşarlıq və ya fərqlərinin nəzərə alınması və oxşar mədəniyyətlərə malik ölkələrdə biznes subyektlərinin uğurla fəaliyyət göstərməsi imkanının artırılması.

İdxal əvəzetmə siyasətinin həyata keçirilməsi çərçivəsində təklif olunan tədbirlər bilavasitə rəqabət üstünlüklərinin yaradılmasına yönəlib ki, bu da iqtisadi təhlükəsizliyin təmin olunmasına imkan verəcək. Beləliklə, innovativ-texniki təminat birbaşa texnoloji, innovativ, intellektual və resurs üstünlükləri ilə bağlıdır. Kadr təminatı qeyri-neft sahələri, o cümlədən aqrar-sənaye kompleksi üçün yüksək ixtisaslı mütəxəssislərin hazırlanması yolu ilə intellektual üstünlüklərin əldə edilməsinə yönə-

lib. Maliyyə təminatı bazar üstünlükləri ilə, həmçinin dolayı yolla texnoloji və innovativlərlə əlaqələndirilir, çünki güzəştli kreditləşdirmə və subsidiyalar vasitəsilə ən son texnologiyaların tətbiqi və istifadəsi prosesi asanlaşdırılır. İnformasiya təminatı həyata keçirilən strategiya üçün vahid informasiya məkanının təmin edilməsindən ibarətdir və buna görə də dolayı yolla intellektual və innovativ üstünlüklərə təsir göstərir. Sosial-iqtisadi təminat sosial- mədəni üstünlükləri ilə əlaqələndirilir: yerli kənd həyat tərzinə və yerli sənətkarlığa dəstək oxşar ənənələrə və həyat tərzinə malik xalqlarla əlaqələrin inkişafına kömək edir.

Beləliklə, idxalı əvəzləmə siyasəti idxal olunan məhsulların səmərəli əvəzedilməsinin təşkilinə yönəlmiş hüquqi, iqtisadi və təşkilati tədbirlərin məcmusudur. Strategiyanın əhəmiyyətli məqsədi idxaldan asılılığın sıfıra endirilməsinin vaxtını və üsullarını müəyyən etməkdir. Oudur ki, idxal olunan məhsulların yerli istehsalının stimullaşdırılmasına və beynəlxalq bazarlarda rəqabət apara bilən yerli analoqlarla əvəzlənməsinə yönəlmiş aktiv idxalı əvəzləmə mexanizmi lazımdır.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. İbrahimov İ.H., Vəliyeva S.İ. (2019). Məhsul istehsalı və ixracının artırılmasının prioritet istiqamətləri Audit № 3, Cild 25, səh.59-69.
2. Müzəffərli N., İsmayılov E. (2010). Azərbaycanın post-konflikt ərazilərinin bərpası: konseptual əsaslar Bakı, "Qafqaz" nəşriyyat evi. – 270 s, s.208.
3. Nadirov A.A. və b. (2003) Azərbaycan iqtisadiyyatı. Bakı: Elm, 344 s.
4. Ершов П.А. (2016). Генезис импортозамещающей политики в России. ЭКО. № 7.
5. Морковкин Д.Е. (2018). Анализ зарубежного опыта государственной поддержки агропромышленного комплекса и возможности его использования в России в условиях импортозамещения Сельское хозяйство, – 3. DOI: 10.7256/2453-8809.2018.3.22433
6. Н.Алиева. (2021). Потенциал импортозамещения и расширения экспорта агропромышленного производства в Азербайджане. Кəndtəsərrüfatının iqtisadiyyatı, № 3 (37).
7. Новицкий Н.А. (2014) Измерение эффективности импортозамещения в агропромышленном комплексе на основе инновационно-инвестиционной емкости // Вестник Федерального государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Московский государственный агроинженерный университет им. В.П. Горячкина». № 2. С. 95–98.
8. Однозначно позитивно! Экономика нашей страны имеет все возможности для закрепления темпов роста ВВП, Бакинский рабочий, 6 января 2022, с.5.
9. Трюэль Ж.-Л., Пащенко Я.Н. (2016) Импортозамещение и новая индустриализация: возможен ли тандем? Экономическое возрождение России. № 1(47). <http://www.rg.ru/2014/12/26/mustafaev.html> https://www.stat.gov.az/source/food_balances/

I.E.Rafizadeh
PhD student, UNEC

Main directions of import substitution policy from the point of view of economic security

Abstract

The purpose of the study is to analyze theoretical approaches to determining the main directions of import substitution policy from the point of view of economic security, to study the opinions of foreign and domestic experts and scientists in this field, to analyze the situation in the country. The research uses the methods of analysis, comparison and grouping. During the

study, various scientific approaches and statistical analyzes used by the author to interpret the features of import substitution policy were systematized and conclusions were made. As a result of the study, the directions of import substitution from the point of view of economic security, including the direction of import substitution policy in Azerbaijan, were summarized. The identification of inconsistencies in the approaches used to determine the positive and negative impact of import substitution policy on economic security reflects the scientific novelty of the study. The practical significance of the study lies in the use of proposals and results for the implementation of import substitution policy in regulating this problem.

Key words: import, replacement, policy, security, direction, necessity.

И.Э.Рафизаде
докторант, UNEC

Основные направления политики импортозамещения с точки зрения экономической безопасности

Резюме

Цель исследования - проанализировать теоретические подходы по определению основных направлений политики импортозамещения с точки зрения экономической безопасности, изучить мнения зарубежных и отечественных экспертов и ученых в этой области, проанализировать ситуацию в стране. В исследовательской работе используются методы анализа, сравнения и группировки. В ходе исследования были систематизированы различные научные подходы и статистические анализы, использованные автором для интерпретации особенностей политики импортозамещения, и сделаны выводы. В результате исследования обобщены направления импортозамещения с точки зрения экономической безопасности, в том числе направление политики импортозамещения в Азербайджане. Выявление несоответствий в подходах, используемых для определения положительного и отрицательного влияния политики импортозамещения на экономическую безопасность, отражает научную новизну исследования. Практическая значимость исследования заключается в использовании предложений и результатов по реализации политики импортозамещения в регулировании данной проблемы.

Ключевые слова: импорт, замена, политика, безопасность, направление, необходимость.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-70-76>

M.P.Əlizadə
doktorant, Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti
xalilalizade71@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 06.10.2024

The article was received by the editorial board on 06.10.2024

Статья принята к печати 06.10.2024

ÖLKƏ REGIONLARINDA TURİZM RESURLARINDAN İSTİFADƏNİN MÜASİR VƏZİYYƏTİNİN TƏHLİLİ

Xülasə

Ölkənin müxtəlif regionlarında turizm ehtiyatlarından istifadənin mövcud vəziyyətinin təhlili mürəkkəb mənzərəni ortaya qoyur. İnfrastrukturun inkişafı, təbii attraksionlar, mədəni irs və marketing strategiyaları kimi amillər turizmin inkişafına əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Bəzi regionlar strateji sərmayələr və effektiv təşviqat ilə güclü artım nümayiş etdirsə də, digərləri qeyri-adekvat imkanlar və ya məhdud görünürlük kimi problemlərlə üzləşirlər. Bu dinamikanı başa düşmək siyasətçilər və maraqlı tərəflər üçün resurs bölgüsünü optimallaşdırmaq və ölkə miqyasında dayanıqlı turizmin inkişafına kömək etmək üçün çox vacibdir.

Açar sözlər: ölkə, turizm, resurslar, müasir vəziyyət, iqtisadi inkişaf.

Ölkə regionlarında turizm resurslarının müasir vəziyyətinin təhlili mövzusu, turizmin iqtisadiyyatda mühüm yer tutduğu və regional inkişafda önəmli rol oynadığı şəraitdə böyük aktualıq kəsb edir. Regional turizm resurslarının effektiv istifadəsi, yalnız mərkəzləşdirilmiş iqtisadiyyat deyil, həmçinin regionların iqtisadi inkişafının davamlılığını təmin etmək baxımından da əhəmiyyətlidir. Müasir dövrdə bu resursların istifadəsində regionlar arasında bərabərsizlik, infrastruktur çatışmazlığı, xidmət keyfiyyətinin aşağı olması kimi problemlər mövcuddur. Bununla belə, yerli hökumət və özəl sektorun əməkdaşlığı çərçivəsində turizm potensialının artırılması və innovativ yanaşmaların tətbiqi, regional iqtisadiyyata töhfə verə bilər. Təhlil zamanı mövcud resurslardan səmərəli istifadə, davamlı turizm və ekoloji balansın qorunması kimi aspektlər də nəzərə alınmalıdır.

Turizm ölkənin regionlarında iqtisadi artıma, iş yerlərinin yaradılmasına və mədəni mübadilələrə əhəmiyyətli dərəcədə töhfə verən mühüm sektordur. Turizm resurslarından istifadə sənayenin uğurunun formalaşmasında və yerli icmalara təsirində mühüm rol oynayır. Bu təhlil müxtəlif regionlarda turizm resurslarından istifadənin mövcud vəziyyətini araşdırmaq, onların inkişafına təsir edən əsas amilləri və dayanıqlı turizm idarəçiliyi üçün təsirləri işıqlandırmaq məqsədi daşıyır. Bu dinamikanı başa düşmək turizmin bütün potensialından istifadə etmək üçün effektiv strategiyaların işlənib hazırlanması, eyni zamanda əlaqəli problemlərin yumşaldılması üçün vacibdir [1].

Turizm dünyanın müxtəlif regionlarında iqtisadi rifaha, mədəni mübadilə və ətraf mühitin qorunmasına əhəmiyyətli dərəcədə töhfə verən güclü sənaye sahəsi kimi meydana çıxdı. Turizm resurslarından səmərəli istifadə bu sektorun tam potensialından istifadə etməklə yanaşı, onun uzunmüddətli davamlılığını təmin etmək üçün də mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Ölkəmizin kontekstində mövcud vəziyyətin nüanslı təhlili müxtəlif regionlar üzrə müxtəlif inkişaf səviyyələri, çağırışlar və imkanlarla xarakterizə olunan müxtəlif mənzərəni ortaya qoyur.

Turizm resurslarından istifadəyə təsir edən əsas amillərdən biri infrastrukturun inkişafıdır. Yaxşı əlaqəli nəqliyyat şəbəkələri, müasir yerləşdirmə variantları və səmərəli turist xidmətləri olan bölgələr çox vaxt daha yüksək turist axını ilə qarşılaşır. Şəhər mərkəzləri və məşhur turizm yerləri tez-tez həm yerli, həm də beynəlxalq ziyarətçiləri cəlb edən geniş infraqurudurdan faydalanır. Bunun əksinə olaraq, kənd və ucqar ərazilər qeyri-adekvat infraqurudura görə problemlərlə üzləşə bilər, unikal təbii və ya mədəni attraksionlara malik olmasına baxmayaraq, turizm potensialını məhdudlaşdırır [2].

Təbii attraksionlar turistlərin konkret bölgələrə cəlb edilməsində mühüm rol oynayır. Təmiz çimərlikləri, sulu meşələri və müxtəlif canlı təbiəti olan sahilyanı ərazilər tez-tez təbiət həvəskarlarını və macəra axtaranları cəlb edir. Dağlıq bölgələr səyahətçilərin fərqli seqmentini cəlb edən trekking, xizək sürmə və ekoturizm üçün imkanlar təklif edir. Bununla belə, təbii ehtiyatların davamlı idarə olunması turizm təcrübəsinə və yerli icmalara mənfi təsir göstərə biləcək həddən artıq sıxlığın, ətraf mühitin degradasiyasının və biomüxtəlifliyin itirilməsinin qarşısını almaq üçün çox vacibdir.

Mədəni irs də turizm resurslarından istifadəyə əhəmiyyətli töhfə verir. Tarixi yerlər, ənənəvi festivallar, incəsənət və mətbəx müxtəlif bölgələrin zəngin mədəni qobelenlərini nümayiş etdirir, irs turistlərini cəlb edir və mədəni mübadilələri təşviq edir. Mədəni irsin qorunması və təşviqi səyləri təkcə turizmi inkişaf etdirmir, həm də irs turizmi təşəbbüsləri vasitəsilə icma qururuna, şəxsiyyətin qorunmasına və sosial-iqtisadi inkişafa töhfə verir [3].

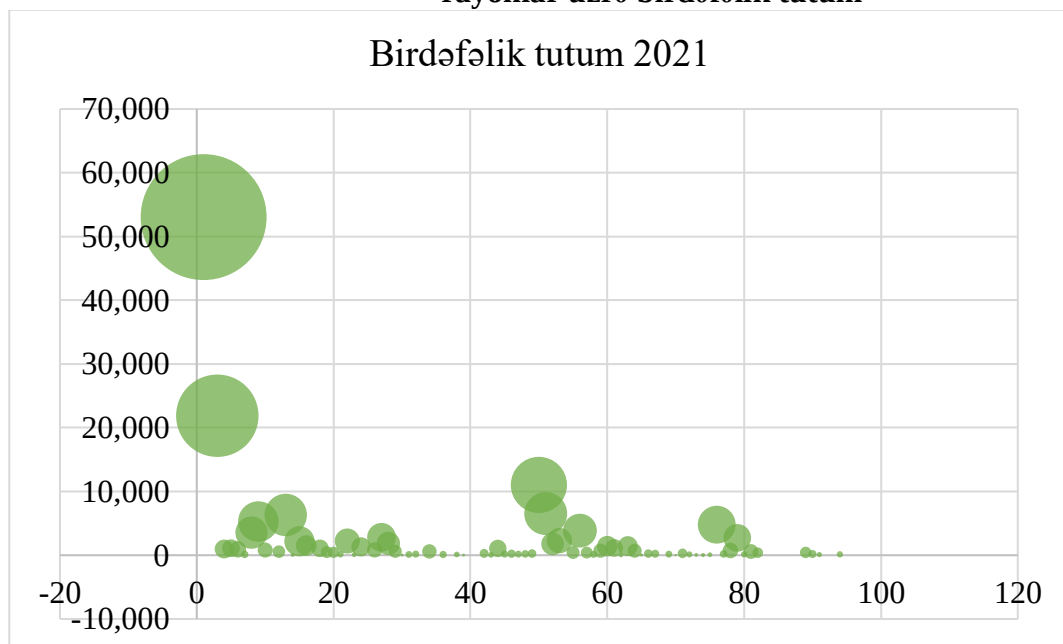
Effektiv marketing və təşviq strategiyaları turizm resurslarından istifadənin formalaşmasında mühüm rol oynayır. Güclü təyinat marketing kampaniyaları, rəqəmsal mövcudluğu və turizm agentlikləri ilə əməkdaşlığı olan bölgələr tez-tez turist gəlişlərinin artması ilə üzləşirlər. Rəqəmsal platformalardan, sosial mediaya təsir edənlərdən və məqsədyönlü tanıtım fəaliyyətlərindən yararlanmaq, turizm sektorunda iqtisadi artıma və iş yerlərinin yaradılmasına təkan verərək, regionun görmə qabiliyyətini və müxtəlif turizm seqmentlərinə cəlbədiciliyini əhəmiyyətli dərəcədə artırır bilər.

Böyük potensiala baxmayaraq, turizm resurslarından istifadənin optimallaşdırılmasında problemlər qalmaqdadır. Populyar istiqamətlərdə izdiham, kənd yerlərində qeyri-adekvat infraqurudur, ekoloji davamlılıq problemləri və sosial-mədəni təsirlər diqqətli planlaşdırma və idarəetmə tələb edir. Bu problemlərin effektiv həlli üçün dövlət qurumları, yerli icmalar, özəl sektorun maraqlı tərəfləri və təbiəti mühafizə təşkilatları arasında əməkdaşlıq vacibdir.

Yekun olaraq qeyd edək ki, ölkənin müxtəlif regionlarında turizm resurslarından istifadənin mövcud vəziyyəti infraqurudurun inkişafı, təbii görməli yerlər, mədəni irs və marketing strategiyaları kimi amillərin dinamik qarşılıqlı təsirini əks etdirir [4].

Strateji planlaşdırma, davamlı idarəetmə təcrübələri, ictimaiyyətin iştirakı və məsuliyyətli turizm təşəbbüsləri ətraf mühitin mühafizəsi və mədəni irsin qorunması ilə yanaşı turizmin sosial-iqtisadi faydalarından istifadə etmək üçün mütləqdir. Bütöv bir yanaşma tətbiq etməklə, regionlar öz turizm potensialını ortaya qoya, inklüziv inkişafı təşviq edə və daha davamlı və dayanıqlı turizm sənayesinə töhfə verə bilər.

Qrafik 1: Mehmanxana (hotel) və mehmanxana tipli obyektlərdə iqtisadi rayonlar üzrə birdəfəlik tutum



Mənbə: Cədvəl 1 əsasında hazırlanmışdır

Cədvəl 1

Mehmanxana (hotel) və mehmanxana tipli obyektlərdə iqtisadi rayonlar üzrə birdəfəlik tutum

İqtisadi rayonlar	Yer		
	Birdəfəlik tutum		
	2020	2021	2022
Ölkə üzrə - c ə m i	50,687	53,049	56,562
o cümlədən:			
Bakı şəhəri	21,151	21,885	24,244
Binəqədi rayonu	887	979	1,271
Xətai rayonu	1,047	1,097	1,127
Xəzər rayonu	802	930	970
Qaradağ rayonu	90	129	201
Nərimanov rayonu	3,342	3,550	3,723
Nəsimi rayonu	5,205	5,285	5,857
Nizami rayonu	774	814	814
Pirallahı rayonu	-	-	-
Sabunçu rayonu	563	563	563
Səbail rayonu	6,298	6,317	6,425
Suraxanı rayonu	33	33	48
Yasamal rayonu	2,110	2,188	3,245
Naxçıvan Muxtar Respublikası	1,517	1,517	1,517

Abşeron iqtisadi rayonu	1,087	1,087	1,107
Sumqayıt şəhəri	487	487	507
Abşeron rayonu	452	452	452
Xızı rayonu	148	148	148
Dağlıq Şirvan iqtisadi rayonu	1,834	2,234	2,234
Ağsu rayonu	81	81	81
İsmayılı rayonu	912	1,312	1,312
Qobustan rayonu	-	-	-
Şamaxı rayonu	841	841	841
Gəncə-Daşkəsən iqtisadi rayonu	2,342	2,814	2,943
Gəncə şəhəri	1,390	1,862	1,947
Naftalan şəhəri	617	617	617
Daşkəsən rayonu	32	32	32
Goranboy rayonu	123	123	167
Göygöl rayonu	180	180	180
Samux rayonu	-	-	-
Qarabağ iqtisadi rayonu	288	599	742
Xankəndi şəhəri	-	-	-
Ağcabədi rayonu	112	112	191
Ağdam rayonu	-	-	-
Bərdə rayonu	116	116	116
Füzuli rayonu	30	30	30
Xocalı rayonu	-	-	-
Xocavənd rayonu	-	-	-
Şuşa rayonu	-	287	287
Tərtər rayonu	30	54	118
Qazax-Tovuz iqtisadi rayonu	1,050	1,068	1,078
Ağstafa rayonu	183	183	183
Gədəbəy rayonu	238	238	248
Qazax rayonu	212	174	174
Şəmkir rayonu	151	207	207
Tovuz rayonu	266	266	266
Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu	10,991	11,032	11,277
Xaçmaz rayonu	6,495	6,536	6,573
Quba rayonu	1,778	1,778	1,817
Qusar rayonu	2,289	2,289	2,289
Siyəzən rayonu	-	-	-
Şabran rayonu	429	429	598
Lənkəran iqtisadi rayonu	3,658	3,859	4,082
Astara rayonu	293	411	501
Cəlilabad rayonu	126	126	174
Lerik rayonu	715	715	715
Lənkəran rayonu	1,346	1,429	1,496
Masallı rayonu	1,148	1,148	1,123
Yardımlı rayonu	30	30	73
Mərkəzi Aran iqtisadi rayonu	1,334	1,426	1,426

Mingəçevir şəhəri	705	705	705
Ağdaş rayonu	35	35	35
Göyçay rayonu	167	259	259
Kürdəmir rayonu	234	234	234
Ucar rayonu	-	-	-
Yevlax rayonu	173	173	173
Zərdab rayonu	20	20	20
Mil-Muğan iqtisadi rayonu	295	295	329
Beyləqan rayonu	133	133	133
İmişli rayonu	53	53	53
Saatlı rayonu	27	27	61
Sabirabad rayonu	82	82	82
Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonu	4,701	4,794	5,114
Balakən rayonu	208	208	208
Qax rayonu	746	746	862
Qəbələ rayonu	2,632	2,725	2,725
Oğuz rayonu	138	138	138
Şəki rayonu	582	582	786
Zaqatala rayonu	395	395	395
Şərqi Zəngəzur iqtisadi rayonu	-	-	-
Cəbrayıl rayonu	-	-	-
Kəlbəcər rayonu	-	-	-
Qubadlı rayonu	-	-	-
Laçın rayonu	-	-	-
Zəngilan rayonu	-	-	-
Şirvan-Salyan iqtisadi rayonu	439	439	469
Şirvan şəhəri	195	195	231
Biləsuvar rayonu	102	102	96
Hacıqabul rayonu	-	-	-
Neftçala rayonu	-	-	-
Salyan rayonu	142	142	142

Mənbə: [5]

Azərbaycanın iqtisadi rayonları üzrə 2020, 2021 və 2022-ci illər üzrə mehmanxana və mehmanxana tipli obyektlərin birdəfəlik dövriyyəsinə göstərən Cədvəl 1 VƏ Qrafik 1-ə əsasən bir neçə nəticə çıxarmaq olar:

Ümumi artım: Otellərin və oxşar obyektlərin ümumi dövriyyəsi 2020-ci ildəki 50,687-dən 2022-ci ildə 56,562-yə qədər sabit artım nümayiş etdirərək, qonaqpərvərlik sektorunun iqtisadi göstəricilərində müsbət tendensiyanın olduğunu göstərir.

Regional Variasiyalar: Müxtəlif iqtisadi rayonlar üzrə dövriyyədə əhəmiyyətli fərqlər var. Məsələn, Bakı şəhəri ardıcıl olaraq ən yüksək dövriyyəyə töhfə verir, onu Nəsimi, Səbail və Gəncə-Daşkəsən iqtisadi rayonu kimi digər rayonlar tutur.

Şəhər və Kənd: Ümumiyyətlə, Bakı şəhəri və Nəsimi rayonu kimi şəhər yerlərində kənd yerləri ilə müqayisədə dövriyyə daha yüksəkdir, baxmayaraq ki, Gəncə-Daşkəsən iqtisadi rayonu kimi istisnalar var ki, bu da əhəmiyyətli dövriyyəni göstərir.

Sabitlik və Potensial: Şamaxı rayonu və Beyləqan rayonu kimi bəzi bölgələr illər ərzində ardıcıl dövriyyə rəqəmləri göstərir ki, bu da onların qonaqpərvərlik sektorlarında sabitliyin olduğunu göstə-

rir. Digər tərəfdən, Gəncə, Qarabağ iqtisadi rayonu və Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu kimi regionlar artan dövriyyə ilə nəzərəcarpacaq artım potensialı nümayiş etdirir.

Çətinliklər: Dövriyyəsi nisbətən aşağı olan və ya heç bir məlumat olmayan ("-" kimi işarələnmiş) regionlar var ki, bu da diqqət və sərmayə tələb edə bilən sahələrdə potensial problemlər və ya inkişaf etməmiş qonaqpərvərlik sektorlarını göstərir.

Yekun olaraq qeyd edək ki, Azərbaycanın qonaqpərvərlik sektoru ümumi artım nümayiş etdirib, şəhər əraziləri dövriyyədə liderdir, eyni zamanda sektorun iqtisadiyyata töhfəsini artırmaq üçün müxtəlif regionlarda gələcək inkişaf və investisiyalar üçün imkanlar mövcuddur.

NƏTİCƏ

Yekun olaraq, ölkəmizin müxtəlif regionları üzrə turizm resurslarından istifadənin hazırkı vəziyyəti davamlı inkişafın təmin edilməsi üçün həm böyük imkanları, həm də həll edilməli olan aktual problemləri vurğulayır. İnfrastruktur, təbii sərvətlər, mədəni irs və marketinq strategiyalarını əhatə edən turizmin çoxşaxəli təbiəti iqtisadi artımı ətraf mühitin və sosial-mədəni mühafizə ilə balanslaşdırın kompleks yanaşma tələb edir. Aydın ki, güclü infraqururktura, müxtəlif təbii landşaftlara, canlı mədəni irsə və effektiv marketinq strategiyalarına malik regionlar çox vaxt daha yüksək turist axınından və iqtisadi faydalardan istifadə edirlər. Bu regionlar inklüziv artım, iş yerlərinin yaradılması və icmanın inkişafına təkan vermək üçün məsuliyyətli turizm potensialını nümayiş etdirərək, turizm resurslarından uğurlu istifadə nümunələri kimi xidmət edir.

Bununla belə, bütün maraqlı tərəflərin birgə səylərini tələb edən problemlər üfəqdə böyük görünür. Məşhur istiqamətlərdə həddindən artıq sıxlıq resursları sıxır və turistləri cəlb edən attraksionları təhdid edir. Kənd yerlərində qeyri-adekvat infraqururktur onların turizm potensialını məhdudlaşdırır və faydaların ədalətli bölüşdürülməsinə mane olur. Ətraf mühitin davamlılığı, mühafizə səylərini, məsuliyyətli turizm təcrübələrini və karbon izlərinin azaldılması tədbirlərini tələb edən əsas məsələ olaraq qalır.

Bundan əlavə, turizmin sosial-mədəni təsirlərini də nəzərdən qaçıрмаq olmaz. Mədəni irsin qorunması, yerli adət-ənənələrə hörmət və inklüziv icmanın iştirakı turizmin icmaların quruluşunu aşındırmaq əvəzinə zənginləşdirməsini təmin etmək üçün vacibdir.

Turizm təşəbbüsləri, potensialın yaradılması və ədalətli gəlirin bölüşdürülməsi mexanizmləri vasitəsilə yerli icmaların səlahiyyətləndirilməsi sahibkarlıq və idarəçilik hissini inkişaf etdirərək turizmin daha davamlı inkişafına səbəb ola bilər. İrəliləyərəkən strateji planlaşdırmanı, maraqlı tərəflərin əməkdaşlığını, siyasət islahatlarını və davamlı turizm təcrübələrinə sərmayəni əhatə edən vahid yanaşma zəruridir.

Hökumətlər, biznes qurumları, qeyri-hökumət təşkilatları, akademiya və icmalar məsuliyyətli turizmi təşviq edən, ziyarətçilərin təcrübələrini artırın, təbii və mədəni sərvətləri qoruyan və yerli dolanışıq vasitələrinə müsbət töhfə verən həllər hazırlamaq və həyata keçirmək üçün əl-ələ verməlidir.

Bundan əlavə, rəqəmsal texnologiyalardan, məlumat analitikasından və innovativ marketinq üsullarından istifadə daha az tanınan regionların görünürülgünü və cəlbəediciliyini artırın, turizm təkliflərini şaxələndirə və ölkə daxilində turist axınına daha bərabər şəkildə paylaya bilər. Bu, nəinki populyar istiqamətlər üzrə gərginliyi azaldır, həm də inkişaf etməkdə olan turizm qaynar nöqtələrinin istifadə olunmamış potensialını açır və balanslaşdırılmış regional inkişafı təşviq edir.

Əslində, turizm resurslarından istifadənin optimallaşdırılması daha vahid, əhatəli və davamlı yanaşmaya doğru paradiqmanın dəyişməsinə tələb edir. İnnovasiyaları, əməkdaşlığı və məsuliyyətli turizm təcrübələrinə ortaq öhdəliyi qəbul etməklə biz turizmin iqtisadi rifah, ətraf mühitə nəzarət, mədəni qorunma və sosial rifah üçün bir qüvvə kimi transformasiyaedici gücünü açın bilərik. Biz birlikdə tək bu gün inkişaf edən deyil, həm də gələcək nəsillər üçün davam edən, ölkəmiz və dünya üçün müsbət miras qoyan turizm sənayesi qura bilərik.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Bağirov, R. (2015). "Azərbaycan regionlarında turizmin inkişafının iqtisadi aspektləri"
2. Mamedov, V. (2016). "Turizmin regional inkişafda rolu: Azərbaycan nümunəsi"
3. Quliyev, T. (2018). "Davamlı turizm: regional resursların səmərəli istifadəsi"
4. Həsənov, N. (2020). "Turizmin idarə olunması və regional inkişaf"
5. Əliyeva, Z. (2021). "Azərbaycanın turizm strategiyası və regional siyasət"
6. <https://www.heritage.org.az/storage/2021/08/27/pcFq0rU10x3NFGd76IDoZVIC0Y2utyAKruXWg0io.pdf> (09.04.2021)
7. <https://caliber.az/en/post/129097/> (09.04.2022)
8. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3485581 (09.04.2019)
9. <https://www.tourismboard.az/strategy> (09.04.2024)
10. <https://www.stat.gov.az/source/tourism/> (09.04.2024)

M.P.Alizadeh

PhD student, Azerbaijan University of Tourism and Management

**Analysis of the current situation of the use of tourism resources
in the regions of the country**

Abstract

The analysis of the current situation of the use of tourism resources in different regions of the country reveals a complex picture. Factors such as infrastructure development, natural attractions, cultural heritage and marketing strategies significantly influence tourism development. While some regions have shown strong growth with strategic investments and effective promotion, others face challenges such as inadequate capacity or limited visibility. Understanding these dynamics is crucial for policymakers and stakeholders to optimize resource allocation and help develop sustainable tourism at the country level.

Key words: country, tourism, resources, modern situation, economic development.

М.П.Ализаде

докторант, Азербайджанский Университет Туризма и Менеджмента

**Анализ современной ситуации использования туристических
ресурсов в регионах страны**

Резюме

Анализ современной ситуации использования туристических ресурсов в различных регионах страны выявляет сложную картину. Такие факторы, как развитие инфраструктуры, природные достопримечательности, культурное наследие и маркетинговые стратегии, существенно влияют на развитие туризма. В то время как некоторые регионы продемонстрировали уверенный рост благодаря стратегическим инвестициям и эффективному продвижению, другие сталкиваются с такими проблемами, как недостаточный потенциал или ограниченная видимость. Понимание этой динамики имеет решающее значение для политиков и заинтересованных сторон, чтобы оптимизировать распределение ресурсов и помочь развитию устойчивого туризма на национальном уровне.

Ключевые слова: страна, туризм, ресурсы, современная ситуация, экономическое развитие.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-77-87>

N.Y.Novruzov
doktorant, Bakı Avrasiya Universiteti
nsmnovruzov@gmail.com
ORCID 0009-0004-6168-2014

Məqalə redaksiyaya daxil olub 27.09.2024

The article was received by the editorial board on 27.09.2024

Статья принята к печати 27.09.2024

AZƏRBAYCAN İQTİSADİYYATININ LOQİSTİKA İLƏ MODERNİZASİYASI

Xülasə

Məqalə, Azərbaycanın loqistika sisteminin modernizasiyasının iqtisadi inkişaf və beynəlxalq rəqabət qabiliyyətinin artırılmasında oynadığı rolu araşdırır. Azərbaycanın coğrafi mövqeyi, beynəlxalq ticarət yollarının kəsişmə nöqtəsində yerləşməsi, ölkənin regional və qlobal loqistika mərkəzi kimi inkişaf etməsi üçün böyük potensial yaradır. Bununla belə, bu potensialın tam şəkildə həyata keçirilməsi üçün loqistika infrastrukturunun təkmilləşdirilməsi, rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi, gömrük prosedurlarının sadələşdirilməsi, yaşıl loqistika strategiyalarının qəbul edilməsi və beynəlxalq əməkdaşlıqların gücləndirilməsi kimi bir sıra tədbirlər tələb olunur. Məqalədə Azərbaycanın loqistika sisteminin cari vəziyyəti, inkişaf potensialı və modernizasiya üçün təklif olunan strategiyalar təhlil edilir. Təklif olunan tədbirlər arasında nəqliyyat və informasiya texnologiyaları infrastrukturunun genişləndirilməsi, rəqəmsal transformasiya, insan resurslarının inkişafı və beynəlxalq əməkdaşlıqların gücləndirilməsi yer alır. Nəticə etibarilə, məqalə Azərbaycanın loqistika sisteminin modernizasiyasının ölkənin iqtisadi və strateji inkişaf məqsədlərinə çatmasında mühüm əhəmiyyət kəsb etdiyini vurğulayır. Bu strategiyaların həyata keçirilməsi ilə Azərbaycan, regional və qlobal ticarət axınlarında daha güclü bir mövqeyə sahib ola bilər.

Açar sözlər: loqistika, modernizasiya, infrastruktur, beynəlxalq ticarət, rəqəmsal transformasiya, yaşıl loqistika, əməkdaşlıq.

GİRİŞ

Azərbaycan iqtisadiyyatı son onilliklərdə dinamik inkişaf yolu keçmiş və regionda mühüm ticarət və tranzit mərkəzlərindən birinə çevrilmək potensialına sahib olmuşdur. Ölkənin coğrafi mövqeyi və strateji əhəmiyyəti, onun beynəlxalq ticarət yollarının kəsişmə nöqtəsində yerləşməsi ilə bağlıdır. Lakin bu potensialın tam şəkildə həyata keçirilməsi üçün ölkənin loqistika sisteminin müasirləşdirilməsi və beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması zəruridir. Loqistika, iqtisadiyyatın və ticarətin dayanıqlığını təmin edən əsas sahələrdən biri olaraq, məhsulların, xidmətlərin və məlumatların təchizat zəncirində hərəkətini idarə edir və optimallaşdırır.

Azərbaycan üçün loqistika sisteminin modernizasiyası, yalnız beynəlxalq tranzit mərkəzi kimi mövqeyini gücləndirməklə məhdudlaşmır, həm də yerli istehsalın və ixracın artırılması, daxili bazar potensialının genişləndirilməsi və investisiya cəlbediciliyinin artırılması baxımından böyük əhəmiyyət kəsb edir. Buna nail olmaq üçün nəqliyyat və informasiya texnologiyaları infrastrukturunun təkmilləşdirilməsi, gömrük prosedurlarının sadələşdirilməsi, rəqəmsal transformasiya, yaşıl loqistika yanaşmalarının tətbiqi və beynəlxalq əməkdaşlıqların gücləndirilməsi kimi strategiyalar

vacibdir. Bu tədbirlər, Azərbaycanı global ticarət şəbəkələrində daha güclü və davamlı bir oyunçuya çevirə bilər.

Məqalədə, Azərbaycanın loqistika sisteminin cari vəziyyəti, onun inkişaf potensialı və modernizasiya üçün təklif olunan tədbirlər müzakirə ediləcəkdir. Məqsəd, ölkənin loqistika sahəsindəki imkanlarını genişləndirmək və bu sahədə rəqabət üstünlüyünü təmin etmək üçün zəruri olan addımları və islahatları müəyyən etməkdir.

Beləliklə, Azərbaycanın loqistika potensialının reallaşdırılması və iqtisadi inkişafının davamlı şəkildə dəstəklənməsi üçün müasir loqistika strategiyalarının tətbiqi zərurəti vurğulanacaqdır.

Loqistikanın Azərbaycan iqtisadiyyatındakı rolu

Logistika Performans İndeksinin (LPI) başlıca məqsədi, müxtəlif ölkələrin logistik effektivliklərini və bu sahədəki rəqabət üstünlüklərini obyektiv şəkildə aşkar etmək və qiymətləndirməkdir (Rzayev E., Fidan Y., Çetin S., 2022).

Bu indeks və onun alt göstəricilərini sistematik olaraq ölçmək məqsədilə, dünyanın müxtəlif regionlarında logistika sektorunda çalışan yüksək səviyyəli rəhbərlərin və mütəxəssislərin bilik və təcrübələrinə əsaslanan sorğu metodologiyasından istifadə olunmuşdur. İlk dəfə 2007-ci ildə həyata keçirilmiş olan Logistika Performans İndeksi daha sonra müntəzəm aralıqlarla - 2010, 2012, 2014, 2016, 2018 və 2023-cü illərdə yenilənərək təqdim edilmişdir.

Azərbaycanın Logistik Performans İndeksi (LPI) üzrə 2014-cü il hesabatından sonrakı illərdə məlumatların olmaması səbəbindən, 2014-cü ilə qədər olan göstəricilərinə nəzər salmaq faydalı olacaqdır. Dünya Bankı tərəfindən hazırlanan və ölkələrin logistik effektivliyini obyektiv şəkildə qiymətləndirmək üçün istifadə olunan LPI, ölkələrin beynəlxalq ticarət əməliyyatlarında göstərdikləri performans dəyərləndirir. Bu indeksin tərkibində gömrük prosedurları, infrastruktur, beynəlxalq daşımanın səmərəliliyi, yerli logistika xidmətlərinin keyfiyyəti, göndərişlərin izlənməsi və monitorinqi, daxili logistika xərcləri, və yüklərin təyinat nöqtəsinə vaxtında çatdırılması kimi əsas göstəricilər mövcuddur.

Cədvəl 1

Azərbaycanın logistik performans indeksi

Göstərici	2010	2012	2014
Logistik Performans İndeksi (LPI)	2.64	2.48	2.45
Dünya üzrə Tutduğu Yer	89	116	125
Gömrük Əməliyyatları Səmərəliliyi	2.14	1.92	2.57
İnfrastrukturun Logistik Keyfiyyəti	2.23	2.42	2.71
Beynəlxalq Daşımanın Rahatlığı	3.05	2.43	2.57
Logistikanın Keyfiyyəti və Səriştəsi	2.48	2.14	2.14
Göndərişlərin İzənməsi Bacarığı	2.65	2.75	2.14
Yüklərin Vaxtında Çatdırılması	3.15	3.23	2.57

Mənbə: Cədvəl Dünya bankının məlumatları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

2012-ci ildəki 1.92 bal ilə ən aşağı səviyyəni göstərsə də, 2014-cü ildə bu göstərici 2.57-ə yüksəlmişdir. Bu, gömrük əməliyyatlarının səmərəliliyinin artırılması istiqamətində bəzi islahatların və təkmilləşdirmələrin həyata keçirildiyini göstərir. İnfrastrukturun Logistik Keyfiyyəti göstəricisi müsbət tendensiya göstərərək 2010-cu ildən (2.23) 2014-cü ilə (2.71) qədər davamlı artmışdır. Bu artım, ölkənin nəqliyyat və loqistika infrastrukturunda təkmilləşdirmə işlərinin aparıldığını və bu sahədə irəliləyişlərin olduğunu göstərir. 2010-cu ildə 3.05 bal ilə ən yüksək səviyyədə olsa da, sonrakı illərdə azalma göstərərək 2012-ci ildə 2.43 və 2014-cü ildə 2.57 bal ilə sabitləşmişdir. Bu göstərici-

dəki azalma, beynəlxalq daşımaların təşkili ilə bağlı bəzi problemlərin mövcud olduğunu işarə edir.

Azərbaycanda fəaliyyət göstərən loqistik mərkəzlər arasında Abşeron Loqistika Mərkəzi, Meyvəli Loqistika Mərkəzi və Bakı Loqistika Mərkəzi kimi qurumlar mühüm rol oynayır. Xüsusilə Meyvəli Loqistika Mərkəzi, 2008-ci ildə əsas qoyulmuş və fəaliyyətini meyvə və tərəvəzlərin pərakəndə və topdan satışının təşkilinə yönəltmişdir. Bu mərkəzin yaranmasının əsas məqsədi, yerli fermerlərin istehsal etdiyi kənd təsərrüfatı məhsullarının bazara daha asan çıxışını təmin etmək və əhalinin gündəlik tələbatlarının ödənilməsinə töhfə verməkdir (İmanov T.I., 2005).

Meyvəli Loqistika Mərkəzinin şəhər kənarında yerləşməsi, ölkənin müxtəlif bölgələrindən gətirilən məhsulların paytaxta rahat və tez çatdırılmasına əlverişli şərait yaradır. Bu mərkəz, eyni zamanda, soyuducu anbarlar vasitəsilə kənd təsərrüfatı məhsullarının saxlanması və uzun müddət təzə qalmasını təmin edərək, əhalinin bu məhsullardan il boyu faydalanmasına imkan verir.

Azərbaycanın tranzit rolu, ölkənin loqistika imkanlarını genişləndirməklə yanaşı, onu ticarət əlaqələrinin və nəqliyyat şəbəkələrinin inkişafında əhəmiyyətli bir oyunçuya çevirmişdir. Bu mövqedən çıxış edərək, ölkə qədim dövrlərdən bəri beynəlxalq ticarət yollarının kəsişmə nöqtəsi olmuş və loqistika sahəsində innovasiyalara yol açmışdır (Əliyev A.A., 2020).

Müasir dövrdə də Azərbaycanın bu tarixi təcrübəsi və coğrafi mövqeyi, ölkənin loqistika və nəqliyyat sektorlarını daha da inkişaf etdirmək üçün əsas amillərdən biri kimi çıxış edir. Beləliklə, Azərbaycan, coğrafi və tarixi üstünlüklərindən istifadə edərək, qlobal loqistika şəbəkəsində öz mövqeyini gücləndirməkdə və beynəlxalq ticarət əlaqələrində daha əhəmiyyətli bir rol oynamaqda davam edir.

Cədvəl 2

Nəqliyyat üzrə əsas makro göstəricilər

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Əlavə dəyər (cari qiymətlərlə), milyon manat	2.56 9	2.65 6	3.242	4.076	4.719	4.928	4.867	5.175	6.390	8.122	7 637*
Ümumi mənfəət (cari qiymətlərlə), milyon manat	1.90 3	1.96 3	2.523	3.281	3.860	3.959	3.789	3.814	4.891	6.520	5 964*
Xalis mənfəət (cari qiymətlərlə), milyon manat	1.46 6	1.38 6	1.860	2.162	2.935	3.137	3.055	2.534	4.054	5.136	4 657*
Muzdlu işçilərin orta illik sayı, min nəfər	122, 3	120, 2	127,3	123,8	126,1	126,8	130,8	141,1	144,4	147,5	151,6
Orta aylıq nominal əməkhaqqı, manat	536	530	576	649	734	807	856	886	953	1 124	1.278

Əsas fondlar (ilin sonuna), milyon manat	8.95 8	9.12 4	10.30 1	11.58 2	12.40 4	15.17 5	15.69 6	15.70 5	17.26 1	18.94 2	19 267 *
Əsas kapitala investisiyalar, milyon manat	3.56 0	2.43 2	2.195	1.391	1.774	1.923	2.189	2.092	2.857	4.613	5.417

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

Verilən makro göstəricilər, Azərbaycanın nəqliyyat sektorunun son on il ərzindəki iqtisadi fəaliyyətini əks etdirir və bu sahənin inkişaf dinamikasını göstərir. Göstəricilər müxtəlif illər üzrə əlavə dəyər, ümumi mənfəət, xalis mənfəət, muzzdlu işçilərin orta illik sayı, orta aylıq nominal əməkhaqqı, əsas fondlar və əsas kapitala yatırımlar kimi əsas iqtisadi parametrləri əhatə edir. Cari qiymətlərlə əlavə dəyər 2013-cü ildə 2,569 milyon manat təşkil etmişdir və 2022-ci ilə qədər ardıcıl olaraq artmışdır, 8,122 milyon manata çatmışdır. Bu göstərici 2023-cü ildə az miqdarda düşərək 7,637 milyon manat olmuşdur. Bu artım, nəqliyyat sektorunun ölkə iqtisadiyyatına verdiyi töhfənin getdikcə artdığını və sektorda ümumi iqtisadi fəaliyyətin gücləndiyini göstərir.

2023-cü ildə nəqliyyat sektorunun ÜDM-dəki payı 6.2%-ə çatmışdır ki, bu da sektorun post-pandemiya dövründə özünü bərpa etməyə davam etdiyini və ölkənin iqtisadi inkişafına mühüm töhfə verdiyini göstərir. Ümumiyyətlə, nəqliyyat sektorunun Azərbaycanın iqtisadiyyatında sabit və vacib bir rol oynadığı görünür, lakin sektorda hələ də daha çox inkişaf potensialı mövcuddur.

Cədvəl 3

Azərbaycanın nəqliyyat sektorunun ÜDM-ə nisbəti

İl	ÜDM (mlrd ABŞ dolları)	Nəqliyyat Sektorunun ÜDM-ə Nisbəti (%)	Nəqliyyat Sektorunun Dəyəri (mln ABŞ dolları)	Fərq (mln ABŞ dolları)
2015	55	5.8	3,190	—
2016	57	6.0	3,420	+230
2017	60	6.1	3,660	+240
2018	65	6.3	4,095	+435
2019	67	6.4	4,288	+193
2020	50	5.9	2,950	-1,338
2021	55	6.0	3,300	+350
2022	58	6.1	3,538	+238
2023	60	6.2	3,720	+182

Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi, 2024

Nəqliyyat sektorunun ÜDM-dəki nisbəti artmaqda davam etmiş və 2019-cu ildə 6.4%-ə çatmışdır. Bu dövrdə ümumi iqtisadi böyümə ilə yanaşı, nəqliyyat sektorunda da inkişaf müşahidə olunmuşdur. ÜDM dəyəri ABŞ dolları ilə ifadə olunduqda, 2015-2019 illəri arasında nəqliyyat sektorunun dəyəri müsbət istiqamətdə artmışdır. COVID-19 pandemiyasının təsiri ilə nəqliyyat sektorunun ÜDM-ə nisbəti azalmış və 5.9%-ə düşmüşdür. Bu, nəqliyyat sektorunun dəyərində təxminən 1,338 milyon ABŞ dolları azalma ilə nəticələnmişdir. Pandemiya sonrası bərpa dövründə nəqliyyat sektorunun ÜDM-ə nisbəti yenidən artmağa başlamış və 2023-cü ildə 6.2%-ə çatmışdır. Bu, sektorun dəyərinin 3,720 milyon ABŞ dollarına yüksəlməsi ilə nəticələnmişdir.

Cədvəl 4

Logistika üzrə əsas makro göstəricilər

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Əlavə dəyər (cari qiymətlərlə), milyon manat	3.242	4.076	4.719	4.928	4.867	5.175	6.390	8.122	7 637*
Ümumi mənfəət (cari qiymətlərlə), milyon manat	2.523	3.281	3.860	3.959	3.789	3.814	4.891	6.520	5 964*
Xalis mənfəət (cari qiymətlərlə), milyon manat	1.860	2.162	2.935	3.137	3.055	2.534	4.054	5.136	4 657*
Muzdlu işçilərin orta illik sayı, min nəfər	127,3	123,8	126,1	126,8	130,8	141,1	144,4	147,5	151,6
Orta aylıq nominal əməkhaqqı, manat	576	649	734	807	856	886	953	1 124	1.278
Əsas fondlar (ilin sonuna), milyon manat	10.30 1	11.58 2	12.40 4	15.17 5	15.69 6	15.70 5	17.26 1	18.94 2	19 267 *
Əsas kapitalla investisiyalar, milyon manat	2.195	1.391	1.774	1.923	2.189	2.092	2.857	4.613	5.417

Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi, 2024

2015-ci ildə 3,242 milyon manat olan əlavə dəyər, 2019-cu ilə qədər artmağa davam edərək 4,867 milyon manata çatmışdır. Pandemiya dövründə (2020-ci il) əlavə dəyər bir qədər artaraq 5,175 milyon manat olmuş və 2021-ci ildə 6,390 milyon manata çatmışdır. 2022-ci ildə isə bu rəqəm 8,122 milyon manata yüksəlmişdir, lakin 2023-cü ildə bir az azalaraq 7,637 milyon manat olmuşdur. Bu dəyişikliklər, pandemiya sonrası sektorun dirçəlməsi və iqtisadi fəaliyyətin bərpası ilə izah oluna bilər.

Logistika sektorunda ümumi mənfəət də oxşar tendensiya göstərmişdir. 2015-ci ildə 2,523 milyon manat olan ümumi mənfəət, 2019-cu ildə 3,789 milyon manata çatmış, pandemiya dövründə isə 3,814 milyon manat səviyyəsində sabit qalmışdır. Sonrakı illərdə, 2021 və 2022-ci illərdə müvafiq olaraq 4,891 və 6,520 milyon manata yüksəlmişdir. 2023-cü ildə isə bu rəqəm 5,964 milyon manat olmuşdur ki, bu da bir qədər azalmanın olduğunu göstərir.

Bu məlumatlar göstərir ki, Azərbaycan logistika sektoru son illərdə əhəmiyyətli bir inkişaf mərhələsindən keçmişdir. Əlavə dəyər, mənfəət və işçi maaşları kimi əsas göstəricilərin artması, sektorda iqtisadi canlanmanın və inkişafın davam etdiyini göstərir. Bununla yanaşı, pandemiya dövründə bəzi göstəricilərdə müvəqqəti azalmalar olsa da, sonrakı illərdə bərpa və artım müşahidə edilmişdir. Əsas fondlara və kapitalla investisiyaların artması, sektorda uzunmüddətli inkişaf perspektivlərini və hökumətin bu sahəyə diqqətini nümayiş etdirir. Logistika sektorunun gələcəkdə də iqtisadiyyatın mühüm tərkib hissəsi olaraq böyüməsi gözlənilir.

Cədvəl 5

Logistika sektorunda yük daşınması, əvvəlki ilə nisbətən %-lə

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Cəmi	100,2	100,0	101,8	101,6	102,2	80,2	102,8	112,8	105,1
Dəmir yolu	78,4	90,6	94,0	95,9	109,1	96,1	102,9	124,4	97,6
Dəniz	66,7	87,6	143,7	98,7	72,5	100,2	91,4	137,5	119,8

Hava	103,2	124,0	108,1	120,2	88,0	250,3	121,6	73,1	87,7
Boru kəməri	99,0	97,8	98,2	99,8	100,3	95,6	107,6	109,5	103,0
neft kəməri	99,8	96,6	96,4	97,5	93,5	89,5	100,9	107,9	105,2
qaz kəməri	96,8	101,2	103,3	106,2	117,1	107,6	118,6	111,8	100,1
Avtomobil	107,0	102,8	102,4	103,1	104,0	71,8	100,9	112,0	106,5

Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi, 2024

2015-ci ildən 2019-cu ilə qədər cəmi yük daşınmasında sabit bir artım müşahidə olunmuşdur. 2015-ci ildə cəmi yük daşınması əvvəlki illə müqayisədə 100,2% təşkil etmiş və 2019-cu ildə bu rəqəm 102,2%-ə çatmışdır. Lakin 2020-ci ildə pandemiyanın təsiri ilə cəmi yük daşınması 80,2%-ə düşmüşdür. Sonrakı illərdə bərpa prosesi baş vermiş və 2022-ci ildə 112,8%-ə qədər artmışdır. 2023-cü ildə isə bir qədər azalaraq 105,1% olmuşdur. Dəmir yolu ilə yük daşınmasında 2015-ci ildən 2019-cu ilə qədər dalğalanmalar müşahidə olunmuşdur. 2016-cı ildə əvvəlki ilə nisbətən azalma (90,6%) baş vermişdir. 2019-cu ilə qədər tədricən artım (109,1%) olsa da, 2020-ci ildə azalma (96,1%) müşahidə olunmuşdur. 2022-ci ildə əhəmiyyətli artım (124,4%) olsa da, 2023-cü ildə yenidən azalma (97,6%) qeydə alınmışdır.

Dəniz yolu ilə yük daşınması 2015-ci ildən 2023-cü ilə qədər müxtəlif dəyişikliklər göstərmişdir. 2017-ci ildə əhəmiyyətli bir artım (143,7%) müşahidə olunmuş, lakin 2019-cu ilə qədər azalma (72,5%) baş vermişdir. 2020-ci ildən sonra yenidən artım baş vermiş, 2022-ci ildə 137,5% olmaqla maksimuma çatmışdır. 2023-cü ildə isə bir qədər azalma (119,8%) müşahidə olunmuşdur. Hava yolu ilə yük daşınmasında əhəmiyyətli dəyişikliklər olmuşdur. 2015-2018-ci illərdə ardıcıl artımlar (103,2%-dən 120,2%-ə qədər) müşahidə edilmişdir, lakin 2019-cu ildə azalma (88,0%) baş vermişdir. 2020-ci ildə əhəmiyyətli artım (250,3%) olsa da, 2021 və 2022-ci illərdə dalğalanmalar (121,6% və 73,1%) müşahidə olunmuşdur. 2023-cü ildə yenidən azalma (87,7%) baş vermişdir.

Boru kəməri ilə yük daşınmasında nisbətən sabit bir trend müşahidə olunmuşdur. 2015-2019-cu illərdə kiçik dalğalanmalar olmuş, 2020-ci ildə azalma (95,6%) baş vermişdir. Sonrakı illərdə artım müşahidə olunmuş, 2022-ci ildə 109,5%-ə çatmışdır. 2023-cü ildə isə bir qədər azalma (103,0%) qeydə alınmışdır. Neft kəməri ilə yük daşınmasında azalma tendensiyası 2015-2020-ci illər arasında (99,8%-dən 89,5%-ə) davam etmişdir. 2021-ci ildən etibarən artım müşahidə olunmuş və 2023-cü ildə 105,2%-ə çatmışdır. Qaz kəməri ilə yük daşınması 2015-2021-ci illər arasında müntəzəm olaraq artmış, 2021-ci ildə 118,6% olmuşdur. 2022-ci ildə kiçik azalma müşahidə olunsada (111,8%), 2023-cü ildə bir qədər daha azalma (100,1%) baş vermişdir.

Avtomobil nəqliyyatı ilə yük daşınmasında 2015-2019-cu illər arasında ardıcıl artım (107,0%-dən 104,0%-ə qədər) müşahidə olunmuşdur. 2020-ci ildə pandemiyanın təsiri ilə əhəmiyyətli azalma (71,8%) olmuşdur. Lakin 2021-2023-cü illərdə bərpa prosesi müşahidə edilmiş və 2023-cü ildə 106,5%-ə çatmışdır.

Yuxarıdakı göstəricilərdən aydın olur ki, Azərbaycanın logistika sektorunda yük daşınmasında müxtəlif nəqliyyat növləri üzrə əhəmiyyətli dəyişikliklər baş vermişdir. Pandemiya dövründə (2020-ci il) bəzi nəqliyyat növləri ciddi şəkildə təsirlənmişdir, lakin 2021-ci ildən sonra sektorun bərpa prosesi sürətlənmişdir. Dəmir yolu, dəniz və boru kəməri ilə yük daşınması müəyyən artım göstərmiş, avtomobil nəqliyyatında isə pandemiya sonrası bərpa prosesi davam etmişdir. Bu dəyişikliklər Azərbaycanın logistika sektorunda mövcud potensialı və inkişaf perspektivlərini nümayiş etdirir.

Cədvəl 6

Azərbaycan İqtisadiyyatına Nəqliyyatın Təsiri (2015-2023)

İl	Cəmi Yük Daşınması (%)	Dəmir Yolu (%)	Dəniz (%)	Hava (%)	Boru Kəməri (%)	Neft Kəməri (%)	Qaz Kəməri (%)	Avtomobil (%)
2015	100.2	78.4	66.7	103.2	99.0	99.8	96.8	107.0
2016	100.0	90.6	87.6	124.0	97.8	96.6	101.2	102.8
2017	101.8	94.0	143.7	108.1	98.2	96.4	103.3	102.4
2018	101.6	95.9	98.7	120.2	99.8	97.5	106.2	103.1

2019	102.2	109.1	72.5	88.0	100.3	93.5	117.1	104.0
2020	80.2	96.1	100.2	250.3	95.6	89.5	107.6	71.8
2021	102.8	102.9	91.4	121.6	107.6	100.9	118.6	100.9
2022	112.8	124.4	137.5	73.1	109.5	107.9	111.8	112.0
2023	105.1	97.6	119.8	87.7	103.0	105.2	100.1	106.5

Mənbə: Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi, 2024

Azərbaycanın nəqliyyat sektorunun iqtisadiyyata təsiri 2015-2023-cü illər arasında müxtəlif illərdə fərqli dinamika nümayiş etdirmişdir. Hər il nəqliyyatın müxtəlif növləri üzrə yük daşınmasının əvvəlki ilə nisbətən faizlə dəyişməsi sektordakı inkişaf və çətinlikləri əks etdirmişdir. Bu dövrdə ümumi yük daşınmasında əsasən sabit bir artım trendi müşahidə olunsa da, pandemiya dövründə kəskin azalmalar da baş vermişdir.

2015-2019-cu illər arasında, ümumi yük daşınmasında nisbətən sabit artım qeydə alınmışdır. Bu dövrdə dəmir yolu və dəniz yolu daşınmalarında dalğalanmalar olmuşdur. Dəniz yolu yük daşınması 2017-ci ildə böyük bir artım (143,7%) göstərmişdir, lakin 2019-cu ilə qədər azalma müşahidə olunmuşdur. Eyni zamanda, hava nəqliyyatında sabit artım olmuş, lakin 2019-cu ildə bu sahədə də azalma (88,0%) baş vermişdir. Qaz kəməri ilə daşınmalar isə 2019-cu ilə qədər sabit bir artım nümayiş etdirmişdir.

2020-ci ildə pandemiyanın təsiri ilə ümumi yük daşınmasında əhəmiyyətli bir azalma (80,2%) baş vermişdir. Xüsusilə, hava nəqliyyatı yük daşınmasında böyük bir artım (250,3%) müşahidə olunsa da, bu, sektordakı ümumi azalmaları kompensasiya edə bilməmişdir. Dəmir yolu, boru kəməri, və neft kəməri ilə yük daşınmalarında da azalmalar müşahidə edilmişdir, bu da pandemiya dövründə iqtisadi fəaliyyətin məhdudlaşdırılmasının bir nəticəsi olaraq görülür.

2021-2023-cü illərdə isə sektorda bərpa prosesi başlamışdır. Xüsusilə, 2022-ci ildə ümumi yük daşınmasında əhəmiyyətli bir artım (112,8%) müşahidə olunmuşdur. Bu artım, dəniz yolu (137,5%) və qaz kəməri (111,8%) daşınmalarında müşahidə olunan yüksək göstəricilərdən qaynaqlanmışdır. Lakin 2023-cü ildə bəzi sahələrdə, məsələn, dəmir yolu və hava nəqliyyatında, azalmalar (müvafiq olaraq 97,6% və 87,7%) müşahidə edilmişdir. Buna baxmayaraq, ümumi yük daşınmasında müsbət dinamika davam etmişdir.

Nəticə etibarilə, Azərbaycan nəqliyyat sektoru 2015-2023-cü illər arasında müxtəlif dəyişikliklərlə üzləşmiş, iqtisadiyyatın əsas hərəkətverici qüvvələrindən biri olmuşdur. Pandemiya dövründəki çətinliklərə baxmayaraq, sektorda artım və bərpa müşahidə edilmişdir, bu da Azərbaycanın logistika və nəqliyyat sahəsindəki potensialını və strateji əhəmiyyətini bir daha təsdiq edir. Nəqliyyatın müxtəlif növlərinin dinamikası, ölkənin iqtisadiyyatında bu sahənin artan təsirini və əhəmiyyətini vurğulayır.

İnteqrasiyalı logistika sistemlərinin səmərəliliyi, həm də təchizat zəncirlərinin dayanıqlığının və çevikliyinin artırılmasına kömək edir. Azərbaycan üçün, xüsusilə beynəlxalq nəqliyyat dəhlizlərində strateji mövqeyə malik olduğu üçün, təchizat zəncirinin effektivliyinin təmin edilməsi vacibdir. İnteqrasiyalı logistika yanaşması, bu dəhlizlər vasitəsilə yük daşımalarının daha sürətli və etibarlı şəkildə həyata keçirilməsinə şərait yaradır, həmçinin ticarət əməliyyatlarının effektivliyini artırır. Bununla yanaşı, logistika infrastrukturunun inkişafı və bu infraqstruktura yatırılan investisiyalar iqtisadi böyüməyə birbaşa töhfə verir, iş yerləri yaradır və sosial rifahı artırır (Məmmədov R.T, Namazov B.F, 2018).

Bundan əlavə, inteqrasiyalı logistika sistemlərinin tətbiqi, Azərbaycanın daxili və xarici ticarət əlaqələrinin gücləndirilməsinə və tranzit potensialının artırılmasına kömək edir. Azərbaycan, Qafqaz regionunda mühüm tranzit ölkəsi olaraq, Şərq-Qərb və Şimal-Cənub beynəlxalq nəqliyyat dəhlizlərinin kəsişmə nöqtəsində yerləşir. Bu mövqedən səmərəli istifadə etmək üçün inteqrasiyalı logistika yanaşması, yük və sərnişin daşımalarında səmərəliliyi təmin edir, həmçinin tranzit daşımaların həcmi artıraraq ölkənin iqtisadi gəlirlərini yüksəldir.

Ümumiyyətlə, inteqrasiyalı logistika sistemlərinin təşkilinin Azərbaycan iqtisadiyyatına təsiri geniş miqyaslıdır. Bu sistemlər, resursların daha səmərəli istifadəsi, əməliyyat xərclərinin azalması, təchizat zəncirinin dayanıqlılığı və tranzit potensialının artırılması kimi üstünlüklər təmin edir.

Nəticədə, ölkə iqtisadiyyatı daha da güclənir, beynəlxalq ticarətdə rəqabət qabiliyyəti artır və ümumi iqtisadi inkişafı dəstəkləyir. Beləliklə, integrasiyalı logistika sistemlərinin tətbiqi, Azərbaycanın strateji inkişaf hədəflərinə çatmaqda vacib bir amil kimi çıxış edir (İbrahim Əliyev, 2024).

Cədvəl 7

İntegrasiyalı logistika sisteminin Azərbaycan iqtisadiyyatına təsiri

Faktorlar	Azərbaycan İqtisadiyyatına Təsir
Logistika xərclərinin azaldılması	Əməliyyat xərclərinin azalması və məhsul qiymətlərinə müsbət təsir
Resursların daha səmərəli istifadəsi	Tədarük zəncirindəki çətinliklərin aradan qaldırılması və nəqliyyat növlərinin optimal istifadəsi
Təchizat zəncirinin dayanıqlığının artırılması	Yük daşımalarının daha sürətli və etibarlı şəkildə həyata keçirilməsi
Tranzit potensialının artırılması	Tranzit daşımaların həcmnin artırılması və iqtisadi gəlirlərin yüksəlməsi
İdxal və ixrac əməliyyatlarının asanlaşdırılması	Daxili və xarici ticarət əlaqələrinin gücləndirilməsi
İş yerlərinin yaradılması və sosial rifahın artırılması	İqtisadi inkişafın təşviqi və sosial təminatın gücləndirilməsi
Nəqliyyat infrastrukturuna investisiyalarının artması	İnfrastrukturun inkişafı və iqtisadi böyüməyə birbaşa töhfə
Məhsul və xidmətlərin bazara çatdırılma müddətinin qısalması	Ticarət əməliyyatlarının effektivliyinin və rəqabət qabiliyyətinin artırılması

Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

İntegrasiyalı logistika sisteminin Azərbaycan iqtisadiyyatına təsiri çoxşaxəlidir və bir sıra vacib faktorlar üzərində qurulmuşdur. Bu təsirlər, ölkədə iqtisadi səmərəliliyin artırılması, ticarət əlaqələrinin genişləndirilməsi və ümumi iqtisadi inkişafın dəstəklənməsi istiqamətində mühüm addımların atılmasına kömək edir. İlk növbədə, integrasiya olunmuş logistika sistemlərinin tətbiqi logistika xərclərinin azalmasına səbəb olur ki, bu da məhsul və xidmətlərin son qiymətlərinə müsbət təsir göstərir. Əməliyyat xərclərinin azalması, iqtisadi subyektlərin rəqabət qabiliyyətini artırır və yerli və beynəlxalq bazarlarda daha üstün mövqeyə sahib olmalarını təmin edir (Sona Nəzərova, 2023).

TƏHLİL.

Azərbaycanın logistik sisteminin modernizasiyası, ölkənin iqtisadi potensialını artırmaq, beynəlxalq ticarətdə daha güclü mövqə əldə etmək və loqistika sahəsində rəqabət üstünlüyünü təmin etmək üçün vacibdir. Aşağıda loqistika modernizasiyası üçün təklif olunan bir sıra strategiyalar və tədbirlər verilmişdir:

Nəqliyyat Dəhlizlərinin Genişləndirilməsi: Mevcut avtomobil və dəmir yollarının yenilənməsi və yeni nəqliyyat dəhlizlərinin yaradılması, regionlararası və beynəlxalq daşımaların səmərəliliyini artıracaq.

Limaların və Hava Limanlarının Modernizasiyası: Bakı Beynəlxalq Dəniz Ticarət Limanı, Bakı-Tbilisi-Qars dəmir yolu və digər strateji nəqliyyat mərkəzlərinin təkmilləşdirilməsi, Azərbaycanın beynəlxalq ticarət şəbəkələrindəki mövqeyini gücləndirəcəkdir (Əliyeva, 2023).

Loqistika Mərkəzlərinin İnkişafı: Mövcud loqistika mərkəzlərinin genişləndirilməsi və yenilərinin yaradılması, mal və xidmətlərin paylanması və saxlanması proseslərinin optimallaşdırılmasına və iqtisadi potensialın artırılmasına xidmət edəcəkdir.

Rəqəmsal Texnologiyaların Tətbiqi: Blokçeyn, süni intellekt (AI), maşın öyrənməsi, böyük verilənlər (Big Data) və İnternet of Things (IoT) kimi texnologiyaların tətbiqi, logistika proseslərinin idarə edilməsində şəffaflığı və effektivliyi artıracaqdır.

Elektron Gömrük Sistemlərinin Təkmilləşdirilməsi: Gömrük əməliyyatlarının rəqəmsallaşdırılması və avtomatlaşdırılmış sərhəd keçid sistemlərinin tətbiqi, gömrük prosedurlarının daha sürətli və şəffaf olmasına imkan verəcəkdir.

Innovativ İzləmə və Monitoring Sistemlərinin Qurulması: Yüklərin daşınması və saxlanması zamanı real vaxt rejimində izlənməsi üçün innovativ texnologiyaların tətbiqi, daşımaların səmərəliliyini artıracaq və itkilərin qarşısını alacaqdır.

Peşəkar Kadrların Hazırlanması və Təkmilləşdirilməsi: Loqistika sahəsində çalışan kadrların beynəlxalq standartlara uyğun təhsil və təlim imkanlarının artırılması və peşəkar inkişaflarının təmin edilməsi, xidmətlərin keyfiyyətini artıracaqdır.

Loqistika üzrə Akademik və Peşəkar Təhsil Mərkəzlərinin Yaradılması: İxtisaslaşmış tədris və təlim mərkəzlərinin yaradılması, gənc mütəxəssislərin hazırlanmasına və mövcud kadrların təkmilləşdirilməsinə töhfə verəcəkdir.

Strateji Əməkdaşlıqların Qurulması: Çin, Türkiyə, Gürcüstan və digər region ölkələri ilə loqistika və nəqliyyat sahəsində strateji əməkdaşlıq müqavilələrinin gücləndirilməsi, beynəlxalq ticarət marşrutlarının optimallaşdırılmasına imkan yaradacaq (Panaliyev, 2020).

Transxəzər Beynəlxalq Nəqliyyat Marşrutu və Digər Qlobal Layihələrdə Aktiv İştirak: Azərbaycanın qlobal nəqliyyat şəbəkələrindəki rolunu artırmaq üçün Transxəzər Beynəlxalq Nəqliyyat Marşrutu kimi layihələrdə aktiv iştirakın davam etdirilməsi.

Ekoloji Cəhətdən Təmiz Nəqliyyatın İnkişafı: Alternativ enerji mənbələri ilə işləyən nəqliyyat vasitələrinin və texnologiyaların istifadəsi, karbon izinin azaldılmasına və ətraf mühitin qorunmasına töhfə verəcəkdir.

Tullantıların İdarə Edilməsi və Yenidən Emal Strategiyaları: Loqistika əməliyyatlarında tullantıların idarə edilməsi və yenidən emal proqramlarının tətbiqi, davamlı inkişafın dəstəklənməsinə imkan yaradacaqdır.

Yeni Texnologiyaların və Startapların Dəstəklənməsi: Logistika sahəsində innovasiyaların təşviqi və startapların dəstəklənməsi üçün inkubator və akselerator proqramlarının yaradılması, sektorun inkişafına mühüm tökan verəcəkdir.

Araşdırma və İnkişaf (R&D) Mərkəzlərinin Yaradılması: Logistika proseslərinin təkmilləşdirilməsi və innovativ həllərin inkişaf etdirilməsi üçün xüsusi araşdırma və inkişaf mərkəzlərinin yaradılması.

Müştəri Məmnuniyyətinin Təməl Göstərici Kimi Qəbul Edilməsi: Loqistika xidmətlərinin keyfiyyətini artırmaq üçün müştəri məmnuniyyətinin ölçülməsi və müştərilərin ehtiyaclarına uyğun xidmət modellərinin hazırlanması.

ISO Standartlarının Tətbiqi: Beynəlxalq standartlara uyğun sertifikatlaşdırma proqramlarının tətbiqi ilə loqistika xidmətlərinin keyfiyyətinin və səmərəliliyinin artırılması.

Azərbaycanın loqistika sektorunun modernizasiyası üçün təklif olunan bu tədbirlər, ölkənin beynəlxalq ticarət mövqeyini gücləndirmək, loqistika proseslərinin səmərəliliyini artırmaq və iqtisadi inkişafı dəstəkləmək üçün əsas strateji istiqamətləri təmsil edir. Bu təkliflərin həyata keçirilməsi, Azərbaycanın qlobal loqistika şəbəkələrindəki rolunu genişləndirməyə, ölkənin tranzit potensialını artırmağa və rəqabət qabiliyyətini gücləndirməyə imkan verəcəkdir.

NƏTİCƏ

Azərbaycanın loqistika sisteminin modernizasiyası, ölkənin iqtisadi inkişafında və beynəlxalq ticarətdə rəqabət qabiliyyətinin artırılmasında mühüm rol oynayır. Loqistika infrastrukturunun təkmilləşdirilməsi, rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi, beynəlxalq əməkdaşlıqların genişləndirilməsi və yaşıllıq loqistika strategiyalarının həyata keçirilməsi istiqamətində atılan addımlar, Azərbaycanın global tranzit mərkəzlərindən biri olmasına imkan yaradır. Loqistika sektorunda modernizasiya, eyni zamanda yerli iqtisadi fəaliyyətin səmərəliliyini artırmaq, əməliyyat xərclərini azaltmaq və resursların daha optimal istifadəsini təmin etmək üçün vacibdir.

Bu çərçivədə, loqistika modernizasiyası üçün təklif olunan strategiyalar və tədbirlər, Azərbaycanın tranzit potensialını genişləndirməyə, loqistika xidmətlərinin keyfiyyətini artırmağa və ölkənin beynəlxalq ticarət şəbəkələrindəki mövqeyini gücləndirməyə yönəlib. Nəqliyyat infrastrukturunun müasirləşdirilməsi, rəqəmsal transformasiya, insan resurslarının inkişafı və beynəlxalq əməkdaşlıqların gücləndirilməsi kimi tədbirlər, Azərbaycanın loqistika sektorunda davamlı inkişafı təmin edəcək və global arenada rəqabət qabiliyyətini artıracaqdır.

Bu tədbirlərin həyata keçirilməsi, Azərbaycanın loqistika şəbəkəsindəki rolunu genişləndirməklə yanaşı, ölkənin iqtisadi böyüməsinə və ticarət əlaqələrinin inkişafına da mühüm töhfələr verəcəkdir. Beləliklə, loqistika modernizasiyası Azərbaycanın iqtisadi və strateji inkişaf hədəflərinə çatmaqda əsas amillərdən biri olaraq qalacaqdır.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Azərbaycan Respublikasında logistika və ticarətin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi (2016).
2. Əliyev A.A. (2020). Azərbaycandan keçən beynəlxalq nəqliyyat dəhlizləri/Azərbaycanın tranzit potensialının iqtisadi inkişafda rolu mövzusunda konfrans materialları. Sumqayıt, s.121.
3. İmanov T.I. (2005), Logistikanın əsasları. Bakı, Tİ-Media, 473.
4. İbrahim Əliyev. (2024). Zəngəzur nəqliyyat koridorunun logistik potensialı və şərq-qərb beynəlxalq daşımalarda strateji əhəmiyyət. Diss. Azərbaycan Texniki Universiteti.
5. Məmmədov R.T, Namazov B.F. (2018). Azərbaycanda logistikanın inkişafının bəzi məsələləri/"Azərbaycan beynəlxalq nəqliyyat sistemində: hədəflər və perspektivlər" mövzusunda elmi-praktik konfransın materialları. Bakı: BMU, s.13.
6. Panaliyev Əliheydər Vəliəhəd oğlu. (2020). "Azərbaycanda Nəqliyyat-Logistika Sisteminin Formalaşması Şəraitində Tranzit Potensialının İnkişafı." 268-272.
7. Rzayev E., Fidan Y., Çetin S. (2022). Azərbaycan lojistik sektorünün genel durumu ve geliştirilebilecek alanlar. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Vol.21, No.45, 1581-1608.
8. Samirə Əliyeva. (2023). Logistika sisteminin inkişafının ölkənin investisiya cəlbediciliyinə təsiri. Diss. Azərbaycan Texniki Universiteti.
9. Sona Nəzərova. (2023). Azərbaycanda yaşıllıq logistika üçün yaşıllıq bacarıqlar. Diss. Azərbaycan Texniki Universiteti.

N.Y.Novruzov

Phd student, Baku Eurasian University

ORCID 0009-0004-6168-2014

Abstract

This article examines the role played by modernization of Azerbaijan's logistics system in increasing economic development and international competitiveness. Azerbaijan's geographical position, its location at the crossroads of international trade routes, creates great potential for the country's development as a regional and global logistics center. However, in order to fully realize this potential, a number of measures are required, such as the improvement of logistics infrastructure, the introduction of digital technologies, the simplification of customs procedures, the adoption of green logistics strategies and the strengthening of international cooperation. The article analyzes the current state of Azerbaijan's logistics system, development potential and proposed strategies for modernization. The proposed measures include expansion of transport and information technology infrastructure, digital transformation, development of human resources and strengthening of international cooperation. As a result, the article emphasizes that the modernization of Azerbaijan's logistics system is of great importance in achieving the country's economic and strategic development goals. By implementing these strategies, Azerbaijan can have a stronger position in regional and global trade flows.

Key words: logistics, modernization, infrastructure, international trade, digital transformation, green logistics, cooperation.

Н.Ю.Новрузов

докторант, Бакинский Евразийский Университет
ORCID 0009-0004-6168-2014

Модернизация экономики Азербайджана с помощью логистики

Резюме

В статье рассматривается роль модернизации логистической системы Азербайджана в повышении экономического развития и международной конкурентоспособности. Географическое положение Азербайджана, его расположение на перекрестке международных торговых путей создают большой потенциал для развития страны как регионального и мирового логистического центра. Однако для полной реализации этого потенциала необходим ряд мер, таких как улучшение логистической инфраструктуры, внедрение цифровых технологий, упрощение таможенных процедур, принятие стратегий зеленой логистики и укрепление международного сотрудничества. В статье анализируется современное состояние логистической системы Азербайджана, потенциал развития и предлагаемые стратегии модернизации. Предлагаемые меры включают расширение инфраструктуры транспорта и информационных технологий, цифровую трансформацию, развитие человеческих ресурсов и укрепление международного сотрудничества. В результате в статье подчеркивается, что модернизация логистической системы Азербайджана имеет большое значение в достижении целей экономического и стратегического развития страны. Реализуя эти стратегии, Азербайджан сможет занять более сильные позиции в региональных и глобальных торговых потоках.

Ключевые слова: логистика, модернизация, инфраструктура, международная торговля, цифровая трансформация, зеленая логистика, сотрудничество.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-88-95>

N.A.Abbasov
doktorant, Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası,
Akademik Ziya Bünyadov adına Şərqşünaslıq İnstitutu
ORCID 0009-0001-3230-5058
nabbasov1999@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 13.09.2024

The article was received by editorial board on 13.09.2024

Статья принята к печати 13.09.2024

ORTA DƏHLİZ”İN İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ: AZƏRBAYCANIN STRATEJİ MÖVQEYİ VƏ TÖHFƏLƏRİ

Xülasə

Avrasiyanın nəqliyyat qovşağı olan Azərbaycan regionun demək olar ki bütün beynəlxalq nəqliyyat layihələrində əsas iştirakçılarından biri kimi çıxış edir. Hazırda global iqtisadi şərait və proseslər fonunda nəqliyyat dəhlizlərinin inkişaf etdirilməsi məsələsi öz aktuallığını saxlamaqdadır. Hazırki dövrdə əsas diqqət çəkən nəqliyyat dəhlizi Avropa və Asiya arasındakı ən qısa məsafəni əhatə edən “Orta Dəhliz” dir. Dəhlizin əsas iştirakçılarından olmaqla Azərbaycan beynəlxalq ticarət münasibətlərində öz mövqeyini daha da gücləndirəcək. Məqalədə geosiyasi projekt olan “Orta Dəhliz” barəsində ətraflı məlumat verilir, bu təşəbbüsdə Azərbaycanın rolu, regional dinamika təsiri araşdırılıb.

Projektin əsas iştirakçılarından biri olan Azərbaycan tranzit potensialından maksimum istifadə etmək adına istər geosiyasi istərsə də iqtisadi baxımdan önəmli addımlar ataraq beynəlxalq arenada güvənilir tərəfdaş olaraq özünü tanıtmıqdadır. Məqalədə Azərbaycanın bu istiqamətdə atdığı bir sıra vacib addımlar, imzalanmış sənədlər barəsində məlumat verilmiş və bu qərarların gələcək potensial təsirləri araşdırılmışdır. Bu geosiyasi projektin iqtisadi əhəmiyyətinin fərqi olan iştirakçı ölkələr arasında ikitərəfli və çoxtərəfli əməkdaşlıq müqavilələri imzalanıb.

Açar sözlər: nəqliyyat dəhlizləri, yük daşıymaları, ticarət marşrutları, ticarət əlaqələri, əməkdaşlıq müqavilələri.

GİRİŞ

İstənilən biznes subyekti üçün müxtəlif istiqamətlərə çıxış imkanları əldə etmək, bu imkanları daha da genişləndirmək baxımından nəqliyyat sistemi çox önəmli rola malikdir. Makroiqtisadiyyatın əsas ölçü meyarlarından biri olan iqtisadi artımın əldə edilməsində də ölkənin nəqliyyat şəbəkəsi, logistik imkanları olduqca vacib rol oynayır. Nəqliyyat infrastrukturunun kəmiyyət və keyfiyyət göstəriciləri və iqtisadi inkişaf səviyyəsi arasında qarşılıqlı əlaqə mövcuddur. İnkişaf etmiş nəqliyyat infrastrukturunu effektiv daşınmalar üçün şərait yaradır və bu da öz növbəsində tədarük zəncirində mümkün gecikmələri aradan qaldıraraq prosesin effektiv və minimal xərclə tamamlanmasına şərait yaradır. Həmçinin, inkişaf etmiş nəqliyyat şəbəkəsi müxtəlif bazarlara, xidmətlərə əlçatanlığı asanlaşdıraraq iqtisadi fəallığı stimullaşdırır. Əlavə olaraq, investisiyaların cəlb edilməsi, turizm və otelçiliyin inkişafı, bölgələrdən kənd təsərrüfatı məhsullarının müxtəlif bazarlara daşınması kimi istiqamətlərdəki müsbət təsirləri nəqliyyat infrastrukturunun iqtisadi inkişafa təsirinin aydın formada təzahürüdür.

ƏSAS HİSSƏ

Ticarətin effektiv təşkili üçün müxtəlif nəqliyyat növlərindən istifadə edilir. Bunlara dəniz, hava, avtomobil, dəmir yolu və boru kəməri nəqliyyat növlərini qeyd edə bilərik. Məsafə, relyef, daşınan yükün həcmi və s. kimi faktorlar əsas götürülərək hansı nəqliyyat növünün daha səmərəli olmasına qərar verilir. Bəzi hallarda yükdaşımalarının həyata keçirilməsi üçün bir neçə nəqliyyat növündən eyni vaxtda istifadə edilir. Bu növ daşınmalar “intermodal”, və ya “mürəkkəb” daşınma kimi də adlandırılır. [1]

Qloballaşan dünyada Azərbaycan xarici ticarət əlaqələrini gücləndirmək və inkişaf etdirmək, idxal-ixrac nisbətinə milli maraqlar çərçivəsində nail olmaq, müxtəlif beynəlxalq və regional layihələrin önəmli parçası olmaq istiqamətlərində daim islahatlar aparmışdır. Bu islahatlar çərçivəsində nəqliyyat sisteminin inkişaf etdirilməsi, müasir standartlara cavab verən nəqliyyat infrastrukturunun qurulması da daim diqqət mərkəzində saxlanılmışdır. [2]

Azərbaycan dövləti və rəhbərliyi hər zaman ölkəmizin dünya birliyinə inteqrasiya etməsi, beynəlxalq təşkilatlar və dövlətlərlə əməkdaşlıq əlaqələrini genişləndirməsi istiqamətində çox vacib addımlar atıb. Qarşılıqlı əməkdaşlığa əsaslanan inkişaf platformasının formalaşdırılmasında həyata keçirilən siyasi-diplomatik xəttin rolu danılmazdır. Görülən məqsədyönü işlərin nəticəsidir ki, Avrasiya coğrafiyasının mərkəzində, hər iki transkontinental dəhlizin kəsişməsində yerləşən Azərbaycanın günü-gündən nəqliyyat-logistika qovşağı kimi əhəmiyyəti artmaqdadır.

Zəngin enerji ehtiyatlarına sahib olan ölkəmiz global səviyyədə bir çox vacib enerji layihələrinin müəllifi kimi çıxış edir və şimal-cənub, şərq-qərb nəqliyyat qovşaqlarını birləşdirən logistika mərkəzi kimi sahib olduğu əlverişli coğrafi imkanlardan effektiv şəkildə istifadə edir. Azərbaycanın birbaşa təşəbbüskar və iştirakçısı olduğu regional enerji və nəqliyyat projelərinin uğurla həyata keçirilməsi regionun inkişafı üçün çox vacib təkanverici qüvvə olaraq enerji və yükdaşımaları sahəsində səmərəliliyin yüksəldilməsinə öz töhfəsini verir. TAP və TANAP, Bakı-Tiflis-Ərzurum qaz kəmərlərinin, Bakı-Supsa, Bakı-Tiflis-Ceyhan neft kəmərlərinin qurulması proseslərində əsas tərəflərdən biri olmuş ölkəmiz iqtisadiyyatımızın şaxələnməsinə xidmət edən enerji strategiyasının əsas elementlərindən biri hesab edilən “Cənub qaz dəhlizi” layihəsinin də icrasında yer alan əsas iştirakçı ölkələr sırasında olmuşdur. [3]

1998-ci ilin sentyabr ayında Bakı şəhərində Ümummilli Lider Heydər Əliyevin təşəbbüsü ilə tarixi ipək yolunun bərpasına dair keçirilən 9 ölkənin dövlət başçısı, 13 beynəlxalq təşkilat və 32 dövlətin nümayəndə heyətinin iştirak etdiyi beynəlxalq konfransda “TRASEKA” (Avropa-Qafqaz-Asiya nəqliyyat dəhlizi) proqramı çərçivəsində “Avropa-Qafqaz-Asiya” dəhlizinin inkişaf etdirilməsi istiqamətində saziş imzalanıb və Bakı Bəyannaməsi qəbul edilib. Bu anlaşma Azərbaycanın tarixi ipək yolunun bərpası və inkişaf etdirilməsi istiqamətində mövqeyini açıq şəkildə təcəssüm etdirir. [4]

Müasir dövrün çağırışları sürətli istehsal tempinə uyğun şəkildə daha dinamik yükdaşımaların həyata keçirilməsi üçün alternativ nəqliyyat dəhlizləri axtarışını qaçılmaz edir. Dünyadakı aparıcı istehsal qüvvəsi olan Çin istehsal edilən məhsulların dünyanın dörd-bir yanına sürətli və təhlükəsiz şəkildə çatdırılmasında maraqlıdır. Çinin bu istiqamətdə reallaşdırmaq istədiyi projelərdən biri də dəyəri milyardlarla dollar olan “Bir kəmər bir yol”, digər bir adla “Orta Dəhliz” adlandırılan geosiyasi proyektidir. [5]

Tarixi ipək yolunun bərpasını nəzərdə tutan bu geosiyasi nəqliyyat proyektini Mərkəzi Asiya ölkələrinin Avropa və dünya bazarına rahat çıxışını, həmçinin, bu ölkələrin dünya iqtisadiyyatına sürətli şəkildə inteqrasiya etməsini təmin edəcək. Layihə iştirakçısı olan ölkələr arasında yaranan çoxşaxəli münasibətlər regionda iqtisadi inkişaf ilə yanaşı sabitliyinin və təhlükəsizliyinin təmin edilməsində vacib rol oynayır. Geniş tranzit imkanları və nəqliyyat-logistika infrastrukturuna sahib ölkəmiz bu strateji üstünlüyündən effektiv istifadə edə bilmək üçün nəqliyyat sisteminin inkişaf etdirilməsini daim diqqət mərkəzində saxlayır, bu istiqamətdə investisiyalar edir. [4]

Avrasiya nəqliyyat xəritəsinin əhəmiyyətli parçası olan Bakı–Tbilisi–Qars (BTQ) dəmir yolunun tikintisi də Orta Dəhlizin potensialından maksimum istifadə edilməsi yolunda atılan vacib addımlardan biri idi. Bakı–Tbilisi–Qars dəmir yolunun 2017-ci ildən etibarən istifadəyə verilməsi Şimal-Qərb dəhlizinin yaranması demək idi. Bu dəhliz Rusiya və Türkiyə arasındakı ticarət əməliyyatlarında vacib rol oynayır. Xüsusən də taxıl və kömürün Rusiyadan Türkiyəyə daşınması məhz BTQ üzərindən həyata keçirilir. [6]

Azərbaycan üçün Orta Dəhliz layihəsinin üzvlərindən biri olmaq istər iqtisadi istərsə də sosial baxımdan önəm kəsb edir. Bu layihənin uğurla davam etməsi Azərbaycan üçün iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi nəticəsində Ümumi Daxili Məhsulun artması, ixrac və tranzit potensialından maksimum səmərəli istifadə etmək, infrastrukturun təkmilləşməsi, işsizlik səviyyəsinin normal həddə saxlanması kimi məsələlərdə imkanlar vəd edir. [7]

Trans-Xəzər marşrutu boyunca hərəkət edən yüklərin qatarlarla Qazaxıstandan, bəzən isə Türkmənistan ərazisindən keçərək bərə gəmilər ilə Xəzərdən keçib Azərbaycana, buradan isə Gürcüstan, Qara Dəniz və Türkiyədən keçməklə Avropaya çatdırılması nəzərdə tutulur. Ələt portuna yüklər əsasən Aktau və Türkmənbaşı limanlarından daxil olur. Qara dənizdən keçməsi nəzərdə tutulan yüklər Gürcüstanın Poti və Batumi limanları üzərindən daşınır. Digər bir yol isə yüklərin Bakı–Tbilisi–Qars dəmir yolu ilə Türkiyə ərazisindən keçərək Avropaya çatdırılmasıdır. [6]

Dəhliz boyunca nəqliyyat infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi, yükdaşımanın fasiləsiz və rahat şəkildə həyata keçirilməsi üçün ortaq maraqlar çərçivəsində qərarların qəbul edilməsi ən vacib məsələlərdən hesab edilir. Bu istiqamətdə dəhlizboyu ölkələr arasında bir sıra əhəmiyyətli müqavilələr, anlaşma memorandumları imzalanmışdır. Bu anlaşmalardan biri də Çin Xalq Respublikası ilə Qazaxıstan arasında Transxəzər Nəqliyyat Marşrutları üzrə dəmir yol nəqliyyatının kordinasiyasında əlaqələrin daha da gücləndirilməsi və inkişaf etdirilməsi istiqamətində imzalanan anlaşma memorandumudur. 2022-ci il, noyabrın 25-də Qazaxıstanın Aktau şəhərində baş tutan Azərbaycan, Qazaxıstan, Türkiyə və Gürcüstanın Transxəzər əlaqələri üzrə nazirlərinin görüşündə Qazaxıstan sənaye və infrastrukturun inkişafı naziri Uskenbayev qeyd etmişdi ki onlar Beynəlxalq Transxəzər Nəqliyyat Marşrutunun inkişaf etdirilməsi istiqamətində yatırım etmək niyyətindədirlər. O həmçinin Transxəzər Nəqliyyat Marşrutunun effektiv fəaliyyəti üçün kooperativ korporasiyanın yaradılmasının vacibliyini qeyd edib. Marşrut üzrə vahid tarif və xidmət paketlərinin müəyyən edilməsi üçün vahid operatorun yaradılmasını məsələsi də Uskenbayev tərəfindən təklif edilib. Dünya Bankının Cənubi Qafqaz üzrə regional direktoru tərəfindən qeyd olunub ki, 2030-cu ilə qədər səyahət müddətinin yarımbarı azaldılması, həmçinin, ticarət həcmi 11 milyon tona çatdırılması gözlənilir. [8]

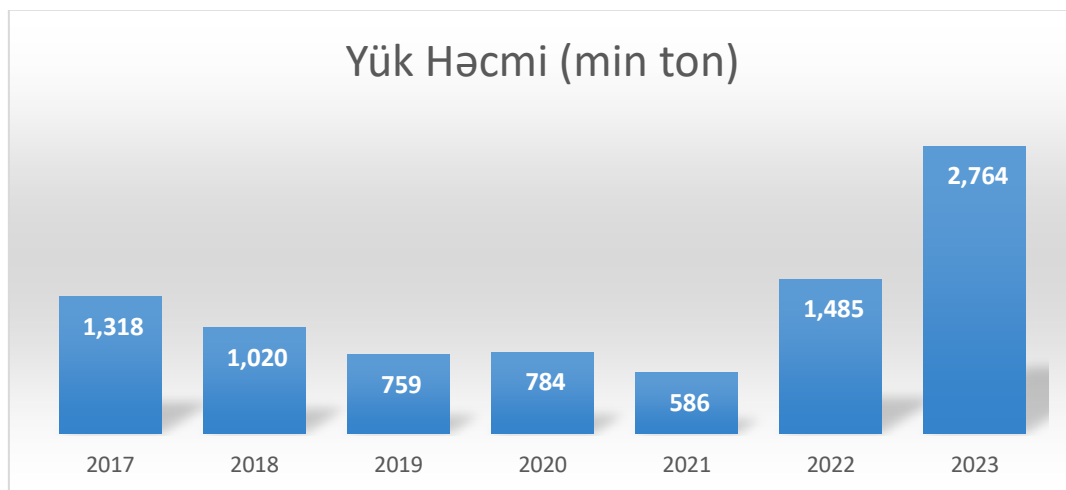
2022-ci ilin noyabr ayında Aktau şəhərində keçirilən görüşdə Azərbaycan, Türkiyə, Gürcüstan və Qazaxıstan arasında “Orta Dəhliz”in inkişafını nəzərdə tutan 2022-2027-ci illər üzrə “Yol Xəritəsi” imzalanmışdır. 27 iyun 2022-ci il tarixində Bakıda keçirilən görüşün davamı olan bu konfransın əsas müzakirə mövzusu bölgənin nəqliyyat, kommunikasiya, tranzit və digər istiqamətlərdə mövcud potensialından effektiv istifadə edilməsini və ölkələr arasındakı əməkdaşlıq əlaqələrinin inkişaf etdirilməsi məsələlərini əhatə edirdi. Müzakirələr zamanı Orta Dəhlizin inkişaf perspektivləri, mövcud yükdaşıma səviyyəsi istiqamətlərinə də diqqət yetirilib. Görüşdəki nitqi zamanı Azərbaycan Respublikası xarici işlər naziri Ceyhun Bayramov qeyd edib ki Zəngəzur Dəhlizi Orta Dəhlizin çox vacib bir hissəsi kimi gələcək perspektivlər vəd edir. O həmçinin qeyd edib ki, Zəngəzur Dəhlizinin açılması beynəlxalq nəqliyyat əlaqələrinin genişlənməsinə və regionda kommunikasiya xəttlərinin bərpa edilməsinə xidmət edəcək. [9]

Zəngəzur dəhlizinin istifadəyə verilməsi ilə Azərbaycan ərazisindən 35 milyon ton tranzit daşınmaların həyata keçirilməsi mümkün olacaq. Asiya və Avropa arası yükdaşınmalarında strateji mövqeyə sahib olan ölkəmizin Zəngəzur dəhlizi sayəsində bu sahədə mövqeyini daha da gücləndirə bilər. Zəngəzur dəhlizinin Azərbaycandan keçən hissəsinin tikintisinə 2021-ci il oktyabr ayının 26-

da Azərbaycan və Türkiyə ölkə başçıların Horadiz-Cəbrayıl-Zəngilan-Ağbənd avtomobil yolunun təməlini qoyması ilə başlanılıb. Horadiz-Cəbrayıl-Zəngilan-Ağbənd avtomobil yolu Füzuli rayonunun Əhmədbəyli kəndindən başlayır və türk dünyasını birləşdirəcək olan Zəngəzur dəhlizinin əsas qollarından biridir. [10]

2021-ci ilin fevral ayında prezident İlham Əliyev tərəfindən Zəngəzur Dəhlizinin əsas elementlərindən biri olan və ölkəmizi Türkiyə ilə birləşdirən ikinci dəmir yolu şəbəkəsi olacaq Horadiz-Ağbənd dəmir yolunun təməli qoyulub. Ümumi uzunluğu 110.4 km təşkil edən bu yolun tikintisi 3 mərhələ şəklində həyata keçirilir. İlkin mərhələ Horadiz, Mərcanlı, Mahmudlu stansiyaları olmaqla 30 km, ikinci mərhələ isə Soltanlı, Qumlaq, Həkəri və Mincivan stansiyalarını əhatə etməklə 55 km təşkil edir. Son mərhələdə isə uzunluğu 25.4 km olan Mincivandan başlayaraq Bartaz və Ağbənd stansiyalarını əhatə edən ərazinin tikintisi nəzərdə tutulub. [11]

Orta Dəhliz üzərindən həyata keçirilən yükdaşımalarının həcmi 2021-ci ildə 586 min ton olduğu halda, 2022-ci ildə başlayan Rusiya-Ukrayna müharibəsi səbəbindən Qərbin Rusiyaya tətbiq etdiyi sanksiyalar bu ildə Orta Dəhliz üzərindən daşınan yük həcmünün artımına və təxminən 1.5 milyon tona çatmasına əsas səbəb olub. Ötən il ilə müqayisədə 2023-cü ildə 86% lik artım baş verib və daşınan yüklərin həcmi təqribən 2.8 milyon ton qeydə alınıb. Aşağıdakı cədvəldə illər üzrə Orta Dəhliz üzərindən daşınan yüklərin həcmi qeyd olunmuşdur. [12]



Şəkil I

Şimal Dəhlizinə alternativ marşrutun mövcud olması Mərkəzi Asiya ölkələri tərəfindən də dəstəklənir. Regiondaxili ticarətin dəstəklənməsi istiqamətində Orta Dəhliz Asiya ölkələri iqtisadiyyatı üçün də çox vacibdir. Marmaray dəmiryolu vasitəsilə yüklərin Mərkəzi Asiyadan birbaşa dəmiryolu vasitəsilə Avropanın mərkəzinə çatdırılması imkanı Orta Dəhlizin də yükləyiş potensialını əhəmiyyətli dərəcədə artırır. [13]

Qardaş ölkə Türkiyə Orta Dəhlizin yük ötürmə qabiliyyətinin artırılması və dəhlizin potensialından tam effektiv istifadə edilməsi istiqamətində Filyos, Çandarlı, Mersin kimi dəniz limanlarının daim inkişaf etdirilməsini diqqət mərkəzində saxlayır, Marmaray, Avrasiya kimi önəmli sualtı tunel layihələri ilə Orta Dəhlizdəki mövqeyini daha da möhkəmləndirməyə çalışır. [14]

Avropa və Asiya qitələrinin qovşağında yerləşən Azərbaycan logistika zəncirində öz mövqeyini gücləndirmək üçün bir çox işlər görmüşdür. Belə ki, məşğuluq səviyyəsini, milli iqtisadiyyatın dayanıqlılığını, ixracatçıların məhsul və xidmətlər istehsalının artırılması və s kimi məsələləri əsas hədəf qoyan Azərbaycan 2020-ci ildə Ələt Azad İqtisadi Zonasını yaratdı. İstehsal xidmətlərini innovativ texnologiyalar əsaslı göstərən xarici investorların cəlb edilməsi də qarşıya qoyulan vacib hədəflərdən biri idi. [15]

Şərqi Zəngəzur iqtisadi rayonu ilə Naxçıvan arasında avtomobil və dəmir yolu əlaqələrinin, rabitə və enerji təminatı xətlərinin bərpa edilməsi istiqamətində 2022-ci ildə Azərbaycan ilə İran İslam Respublikası arasındakı “Anlaşma Memorandumu” imzalanıb. Memoranduma əsasən qeyd olunan nəqliyyat-kommunikasiya xəttlərinin İran İslam Respublikasının ərazisindən keçməsi nəzərdə tutulub. 2023-cü ildə imzalanan anlaşmaya əsasən Zəngilanda avtomobil körpüsü və sərhəd-gömrük infrastrukturunun inşası layihəsinin təməli qoyulub. [4]

Regional ticarət əlaqələrinin inkişafı istiqamətində potensial imkanlar vəd edən Bakı–Naxçıvan–Qars dəmir yolu marşrutu həm də Orta Dəhlizin yeni bir qolu hesab edilir. 2023-cü il sentyabr ayında Azərbaycan və Türkiyə arasında sözügedən uzunluğu 224 km olacaq dəmir yolu xəttinin tikintisinə dair Niyyət Protokolu imzalanmışdır. Bu dəmir yolu Naxçıvan ilə quru yolu əlaqəsinin bərpa edilməsi ilə yanaşı Avropaya yükdaşımalarda da effektiv rol oynayacaq. Ölkəmiz Orta Dəhliz boyu yerləşən və bu layihəyə müsbət yanaşan ölkələrlə ikitərəfli və çoxtərəfli formatda əməkdaşlıq edir. “Orta Dəhliz”in inkişafı üzrə 2022–2027-ci illəri əhatə edən Yol Xəritəsi sənədi qeyd olunan çoxtərəfli əməkdaşlıq istiqamətində atılmış önəmli addımlardan biridir. Azərbaycan öz strateji coğrafi mövqeyindən effektiv istifadə etmək üçün islahatlar aparır. Bunlardan biri də Cənab prezident İlham Əliyevin imzaladığı 2023-cü il 23 noyabr tarixli sərəncamdır. Sərəncamda 2024-2026-cı illər üçün ölkə ərazisindən tranzit yükdaşımalarının təşviqinə dair “Fəaliyyət Planı”nın təsdiq edilməsi öz əksini tapır. Planda həmçinin dəhlizboyu ölkələr tərəfindən vahid tarif əsasında “Bir Pəncərə” sisteminin tətbiqi də öz əksini tapır.[4]

Layihəyə üzv olan ölkələr arasında getdikcə inkişaf edən əməkdaşlıq əlaqələri, müxtəlif məsələlərin həlli yolunda ortaq maraqların nəzərə alınması “Orta Dəhliz” proyektinin reallaşması istiqamətində iştirakçı dövlətlərin marağını birəbə sübut edir. “Orta Dəhliz”ə rəqib sayılan “Şimal Dəhlizi” və ənənəvi Okean yolunda olan müəyyən çətinliklərdən Avrasiya nəqliyyat dəhlizinə olan marağı daha da artırır. Şimal Buzlu okean və Transsibir dəmir yolundan istifadəni nəzərdə tutan Şimal dəhlizi qış aylarında suyun donması, elektrik qatarlarının isə sürətinin aşağı olması kimi çətinliklərdən dolayı nəhəng yükdaşıma şirkətləri düşünməyə vadar edir. Məsafə baxımdan müqayisə apararsa, Şimal Dəhlizi ilə müqayisədə 2000-2500 km qısa olan Orta Dəhliz, yükdaşıma üçün daha sərfəli və asan yol hesab edilir. Şimal Dəhlizi ilə daşınan yüklər 15-20 gün aralıqda təyinat nöqtəsinə çatırsa, bu göstərici Orta Dəhliz ilə 10-15 günə qədər azala bilər.[16]

Hal hazırda su yolu ilə Cənub-Şərqi Asiyadan Avropaya yükdaşımaların həyata keçirilməsi ən qısa dəniz yolu olan Süveyş kanalı üzərindən həyata keçirilir. Ənənəvi okean yolundan istifadə edərək Çindən Avropaya yük nəql etmək üçün orta hesabla 60 gün vaxt tələb olunursa, Orta Dəhliz üzərindən edilən yükdaşıma əməliyyatlarına təqribən 12 gün vaxt lazımdır. Beynəlxalq ticarətdə zaman faktorunun iqtisadi əhəmiyyəti nəzərə alındıqda bu çox əhəmiyyətli fərq deməkdir. Sadalanan üstünlüklər ilə yanaşı ticarət yollarında baş verə biləcək gözlənilməz qəzalar, təbii fəlakətlər alternativ yollara olan marağın əsas səbəblərindəndir. [17]

NƏTİCƏ

Nəqliyyat infrastrukturunun kəmiyyət və keyfiyyət göstəriciləri ilə makroiqtisadi və mikroiqtisadi mənada qarşılıqlı əlaqə mövcuddur. Qlobal təchizat zəncirinin effektiv idarə olunması, ticarət əməliyyatlarının fasiləsiz həyata keçirilməsi baxımdan önəmli rol oynayan nəqliyyat sistemi həmçinin ölkənin beynəlxalq sferada mövqeyini gücləndirir.

Avropa və Asiya arasında artmaqda olan ticarət əməliyyatları nəticə etibararı ilə yeni alternativ nəqliyyat dəhlizlərinin yaradılmasını tələb edir. “Şimal” və “Cənub” dəhlizlərində mövcud olan bəzi məhdudiyyətlər geostrateji “Orta Dəhliz” proyektinin reallaşması üçün zəmin yaradıb. Okeana çıxış imkanı olmayan ölkələr üçün bu proyektin reallaşması onların dünya iqtisadiyyatına inteqrasiya etməsi imkanını artırır. Bu istiqamətdə dəhlizboyu ölkələrin “Orta Dəhliz”in inkişafı üçün ortaq maraqlar çərçivəsində atdığı addımları, ikitərəfli və çoxtərəfli imzalanan əməkdaşlıq müqavilələrini qeyd etmək lazımdır.

Avropa və Asiyanın qovşağında yerləşən Azərbaycanın strateji mövqeyi nəzərə alındıqda bu layihənin əsas iştirakçılarından biri olduğunu deyə bilərik. Azərbaycan bu istiqamətdə artıq bir sıra əhəmiyyətli addımlar atmışdır. Belə ki, 2017-ci ildə istifadəyə verilən Bakı–Tbilisi–Qars (BTQ) dəmir yolunu, 2020-ci ildə yaradılan Ələt Azad İqtisadi Zonasını, Cənab prezident İlham Əliyevin imzaladığı 2023-cü il 23 noyabr tarixli 2024-2026-cı illər üçün ölkə ərazisindən tranzit yükdaşımalarının təşviqinə dair “Fəaliyyət Planı”nı misal çəkə bilərik. Dəhlizboyu ölkələr tərəfindən vahid tarif əsasında “Bir Pəncərə” sisteminin tətbiqi nəzərdə tutulub.

“Orta Dəhliz”in digər bir əsas üstünlüyü “Şimal” və “Cənub” dəhlizləri ilə müqayisədə daha qısa olmasıdır. Zaman faktorunun ticarətdə xüsusi çəkisini nəzərə aldıqda bu fərqi əhəmiyyətli dərəcədə iqtisadi üstünlüklər qazandırdığını qeyd etmək lazımdır. Belə ki, Asiyadan yola düşən yüklərin Avropaya çatdırılması üçün “Şimal” dəhlizi ilə 15-20 gün tələb olunursa, “Orta Dəhliz” üzərindən bu göstərici 10-15 günü əhatə edir. Ənənəvi okean yolundan istifadə etmək isə bu baxımdan daha çox vaxt itkisi deməkdir. Çindən Avropaya yola düşən yükərin təyinat nöqtəsinə çatması üçün ortalama 60 gün vaxt lazımdır.

2022-ci ildə başlayan Rusiya-Ukrayna müharibəsi Orta Dəhliz üzərindən həyata keçirilən yükdaşımalarda əhəmiyyətli dərəcədə artıma səbəb oldu. Bu ildə təxminən 1.5 milyon ton yükdaşıma “Orta Dəhliz” üzərindən həyata keçirilib.

“Orta Dəhliz”in gələcək inkişafın töhfə verəcək olan digər bir vacib seqmenti isə Zəngəzur dəhlizi ilə bağlıdır. Zəngəzur Dəhlizinin açılması Naxçıvan ilə quru yolu əlaqəsini bərpa edəcək və Türkiyə ilə Azərbaycanı birləşdirəcək. Asiya və Avropa arasındakı yük daşınmalarında strateji mövqeyə sahib olan Azərbaycan Zəngəzur dəhlizi sayəsində ölkə ərazisindən 35 milyon ton tranzit daşınmalarının həyata keçirilməsinə nail olacaq.

Qitələrarası həlledici qovşaqda yerləşən Azərbaycan Xəzər dənizindəki limanları, müasir standartlara cavab verən nəqliyyat infrastrukturunu, müxtəlif ölkələr və regional bloklarla qurduğu ticarət sazişləri fonunda regional integrasiya təşəbbüslərində hər zaman fəal iştirak edir. Azərbaycanın təşəbbüskar və iştirakçısı olduğu projেকtlərin müsbət təsirləri ölkə iqtisadiyyatının inkişafına təkan verməklə yanaşı bütünlükdə regionda sabitliyin və əməkdaşlığın hökm sürməsinə zəmin yaradır.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. <https://imarticus.org/blog/comparative-analysis-of-different-transport-modes-in-logistics/>
2. <https://www.britannica.com/money/topic/transportation-economics>
3. <https://azerbaijan-news.az/posts/detail/asiyadan-avropaya-yol-zengezur-dehlizinden-kececek-1635452265#>
4. <https://president.az/az/pages/view/azerbaijan/silkroad>
5. <https://azerbaijan-news.az/az/posts/detail/orta-dehliz-ortaq-maraqlarin-teminatina-hesablanib-1706394914>
6. <https://freight.ady.az/beynelxalq-dehlizler/simal-qerb-neqliyyat-dehlizi>
7. <https://www.oecd.org/publications/realising-the-potential-of-the-middle-corridor-635ad854-en.htm>
8. <https://astanatimes.com/2022/11/eu-to-invest-in-trans-caspian-international-transport-route/>
9. <https://mfa.gov.az/az/news/no53122>
10. <https://president.az/az/articles/view/53736>
11. <https://corp.ady.az/media/xeberler/horadiz-agbend-demir-yolu-xetti-layihesinin-ikinci-merhelesi-uzre-isler-suretle-davam-edir>
12. <https://middlecorridor.com/en/>

13. <https://www.fpri.org/article/2023/02/the-middle-corridor-through-central-asia-trade-and-influence-ambitions/>
14. https://www.mfa.gov.tr/turkiye_nin-cok-tarafli-ulasirma-politikasi.tr.mfa
15. <https://president.az/az/articles/view/52363>
16. <https://www.azerbaijan-news.az/posts/detail/zengezur-dehlizi-avrasiya-neqliyyat-marsrutunun-ehemiyetini-daha-da-artiracaq-1615668911>
17. <https://www.rand.org/pubs/commentary/2024/03/the-middle-corridor-a-renaissance-in-global-commerce.html>

N.A.Abbasov

*PhD student, Azerbaijan National Academy of Sciences,
Institute of Oriental Studies named after Academician Ziya Bunyadov
ORCID 0009-0001-3230-5058*

Development perspectives of the middle corridor: strategic position and contributions of Azerbaijan

Abstract

Being a transport hub of Eurasia, Azerbaijan acts as one of the main participants in almost all international transport projects of the region. Currently, against the background of global economic conditions and processes, the issue of developing transport corridors remains relevant. At the present time, the main transport corridor is the "Middle Corridor", covering the shortest distance between Europe and Asia. Being one of the main participants of the corridor, Azerbaijan will further strengthen its position in international trade relations. The article provides detailed information about the geopolitical project "Middle Corridor", the role of Azerbaijan in this initiative and its impact on regional dynamics are examined.

Azerbaijan, one of the main participants of the project, is promoting itself as a reliable partner in the international arena by taking important steps in order to make maximum use of the transit potential, both geopolitically and economically. The article provides information on a number of important steps taken by Azerbaijan in this direction, signed documents, and examines the future potential effects of these decisions. Aware of the economic importance of this geopolitical project, bilateral and multilateral cooperation agreements have been signed between the participating countries.

Key words: *transport corridors, cargo transportation, trade routes, trade relations, cooperation agreements.*

Н.А.Аббасов

*докторант, Национальная Академии Наук Азербайджана,
Институт востоковедения имени академика Зии Бунядова
ORCID 0009-0001-3230-5058*

Перспективы развития среднего коридора: стратегическая позиция и вклад Азербайджана

Резюме

Будучи транспортным узлом Евразии, Азербайджан выступает одним из основных участников практически всех международных транспортных проектов региона. В настоя-

щее время на фоне глобальных экономических условий и процессов вопрос развития транспортных коридоров остается актуальным. В настоящее время основным транспортным коридором является «Средний коридор», охватывающий кратчайшее расстояние между Европой и Азией. Будучи одним из основных участников коридора, Азербайджан еще больше укрепит свои позиции в международных торговых отношениях. В статье представлена подробная информация о геополитическом проекте «Средний коридор», рассматривается роль Азербайджана в этой инициативе и ее влияние на региональную динамику.

Азербайджан, один из основных участников проекта, позиционирует себя как надежный партнер на международной арене, предпринимая важные шаги для максимального использования транзитного потенциала как в геополитическом, так и в экономическом плане. В статье представлена информация о ряде важных шагов, предпринятых Азербайджаном в этом направлении, подписанных документах, а также рассмотрены будущие потенциальные последствия этих решений. Осознавая экономическую значимость этого геополитического проекта, между странами-участницами подписаны двусторонние и многосторонние соглашения о сотрудничестве.

Ключевые слова: транспортные коридоры, грузоперевозки, торговые пути, торговые отношения, соглашения о сотрудничестве.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-96-102>

N.U.Muradova
i.ü.f.d., Bakı Dövlət Universiteti
ORCID 0000-0002-4820-5588
muradova.nilufer@yahoo.com
Q.F.Babayeva
magistrant, Bakı Dövlət Universiteti
ORCID 0009-0004-0385-5503
babayeva@yandex.ru

Məqalə redaksiyaya daxil olub 25.09.2024

The article was received by editorial board on 25.09.2024

Статья принята к печати 25.09.2024

MÜASİR İQTİSADİYYATDA “GREENWASHING” PROBLEMİ: YARANMA SƏBƏBLƏRİ VƏ HƏLLİ YOLLARI

Xülasə

Məlum olduğu kimi global miqyasda yaşanan ekoloji problemlər ətraf mühitin və təbiətin mühafizəsi kimi mövzularda sosial şüurun artmasına səbəb olmuşdur. Ətraf mühit şüurunun artması nəticəsində istehlakçılar, istehsalçı müəssisələrə qarşı yaratdıqları sosial təzyiq vasitəsi ilə onları yaşıl strategiyalar qəbul etməyə məcbur edirlər. Müəssisələr də öz növbəsində rəqiblərinə qarşı rəqabət üstünlüyü əldə etmək üçün inkişaf etdirdikləri yeni yaşıl strategiyalarla marketing kommunikasiya fəaliyyətlərinə, reklam kampaniyalarına və hətta məhsullarının qablaşdırılmasında ətraf mühit faktorlarını nəzərə almağa çalışır. Bununla belə, istehsalçıların müəyyən hissəsi “yaşıl” missiyanın arxasında gizlənərək ekoloji tələblərə cavab verməyən məhsullar istehsal edir. Yaşıllaşdırma problemi çoxşaxəlidir və bura ədalətsiz rəqabət, istehlakçı hüquqlarının pozulması, korporativ sosial məsuliyyətin nüfuzdan salınması, əqli mülkiyyətin məhdudlaşdırılması, ekoloji təmiz və üzvi məhsullar bazarının inkişaf etməməsi daxildir. “Greenwashing” problemi bir neçə onillik ərzində müzakirə olunurdusa da bu problemə diqqət yalnız son illərdə verilməyə başladı. Bu məqalədə “Greenwashing” probleminin konseptual əsasları müzakirə edilmiş, qarşıya çıxan problemlərin həlli üçün təkliflər irəli sürülmüşdür.

Açar sözlər: “greenwashing”, davamlı inkişaf, ESG prinsipləri, yaşıllaşdırma problemi.

GİRİŞ

1980-ci illərdən bəri aktual olan yaşıl marketing, ekoloji maarifləndirmə və təbiətin mühafizəsi kimi məsələlər son 10 ildə daha çox diqqət mərkəzindədir. Xüsusilə son illərdə populyarlığı artan davamlılıq anlayışı müəssisələri yeni axtarışlara sövq edib. Sosial məsuliyyət layihələri və yaşıl siyasət müəssisələrin cəmiyyətə borcu olmaqdan kənara çıxıb, brend imicini və marka dəyərini gücləndirmək üçün istifadə olunan yeni marketing silahı, eləcə də güclü marketing kommunikasiyası vasitəsinə çevrilib. BMT-nin Dayanıqlı İnkişaf Məqsədləri 2030-cu ilədək global problemlərin, o cümlədən yoxsulluq, aclıq, xəstəliklər, pis sanitariya, ətraf mühitin çirklənməsi və təbii ehtiyatlara istehlakçı münasibətlərinin həllinə yönəlib. Bu məsələlərin həlli bəşəriyyətin davamlı inkişafında görünür. Davamlı inkişafın əsasını yaşıllaşdırma prosesində bütün tərəflərin: dövlətlərin, biznes strukturlarının, cəmiyyətin məsuliyyətli istehlakı təşkil edir. 21-ci əsrin ekoloji gündəliyi ESG prinsiplərinə əsaslanan korporativ idarəetmə tendensiyasını formalaşdırır.

Müasir istehlak cəmiyyətində internet və sosial media kanallarından səmərəli istifadə ilə şüurlu, araşdıran və sorğulayan istehlakçı profili formalaşır. Ətraf mühitə uyğun, sosial məsuliyyətləri dərk edən və davamlılıq təcrübələrinə yüksək həssaslıqla yanaşan bir istehlakçı profili qarşısında qurumlar və markalar özlərini yaşıl kimi təqdim etmək və bu şəkildə istehlakçıları heyran etmək üçün yollar axtarmağa başlayıblar.

Bir məhsulu, markanı və ya qurumu ətraf mühitə uyğun kimi təqdim etmək, əsassız ətraf mühit iddiaları ilə aldadıcı reklamlar etmək və bu iddiaları marketing kommunikasiyası fəaliyyətlərinə və hətta məhsulun qablaşdırmasına daxil etmək “greenwashing” adlanır [11, s.253]. İlk dəfə 1999-cu ildə Oksford lüğətlərinə “Greenwash” adı ilə daxil edilmişdir.

“Greenwashing” termini ingiliscə “yaşıl, ekoloji cəhətdən təmiz və ağartma” sözlərinin birləşməsindən yaranmışdır – “greenwashing” mənasını verir. Termini ilk dəfə 1986-cı ildə Nyu Yorklu ekoloq Cey Vestervelt işlətməmişdir. Otel sənayesi ilə bağlı məqaləsində o, mehmanxana otaqlarında qonaqları dəsmalları camaşırxanaya aparmaq əvəzinə, onları təkrar istifadə etməyə təşviq edən və bununla da ətraf mühiti qorumaq, qənaət etmək mesajları verən lövhələr asdığını yazırdı. Əslində otellərin məqsədi camaşırxana xərclərini azaltmaq idi. Vesterveldin ətraf mühitə həqiqi qayğıdan çox mənfəətlə bağlı davranışı “yaşıl kamuflyaj” adlandırdı [11, s.228]. Termin şirkətlərin yaşıl texnologiyalara faktiki sərmayə qoymaq əvəzinə öz ekoloji faydalarını və nailiyyətlərini reklam etdiyi halları özündə ehtiva edir.

“Greenwashing” təcrübələrinə dövlət tərəfindən qoyulan məhdudiyyətlərin və sanksiyaların qeyri-adekvat olması nəticəsində qeyri-hökumət təşkilatları və ətraf mühit fəalları media və sosial media kanallarının gücü ilə tədbir görməyə çalışırlar.

1980-ci illərdən etibarən bütün dünyada geniş yayılan və həm istehlakçıların, həm də markaların gündəmində olan yaşıl marketing sahəsində yaxşı reputasiya və güclü imic yaratmaq istəyən qurumlar ictimaiyyətə müsbət təsir edəcək ekoloji cəhətdən təmiz təcrübələrə müraciət ediblər. Bu gün korporativ sosial məsuliyyət, sosial rifahın artırılması, inkişafı dəstəkləmək, ətraf mühitin qorunması, cəmiyyətin xeyrinə fəaliyyət göstərmək və davamlılıq kimi məsələlər institutların ən çox diqqət yetirdiyi və qayğı göstərdiyi məsələlərdəndir [12, s.24].

Qurumların qəbul etdiyi əsas sosial məsuliyyət məsələləri yaşıllıq və davamlılığı hədəfləməkdir. Xüsusilə son illərdə ətraf mühitin mühafizəsi, resurslardan səmərəli istifadə, ekoloji neqativlərin aradan qaldırılması və şəraitin yaxşılaşdırılması, global ekoloji fəlakətlər nəticəsində mənfi dəyişikliklərin qarşısının alınması və aradan qaldırılması kimi məsələlərə ictimai təzyiq nəticəsində bazarda yaşıl məhsulların sayı artmaqdadır və şirkətlər ekoloji cəhətdən təmiz məhsullar istehsal edir.

Şirkətlər ekoloji cəhətdən şüurlu yaşıl istehlakçıları cəlb etmək və bazarda müsbət marka imici və marka dəyəri yaratmaq üçün bəzən qeyri-müəyyən, yanıldıcı, yanlış və ya natamam ekoloji iddialar irəli sürə bilirlər. Burada məqsəd yaşıl şirkət kimi görünərək fayda əldə etməkdir [3, s.241].

Bu gün istehlakçılar alış qərarı verərkən əldə edəcəkləri maddi faydalarla yanaşı, qeyri-maddi faydalara da diqqət yetirirlər. Xüsusilə son illərdə ekoloji cəhətdən həssas istehlakçı profilinin formalaşması ilə məhsulların yaşıllığı və davamlılığı, qiymət və keyfiyyəti məhsul seçimlərinə daha çox təsir edir.

Beləliklə, “greenwashing” ictimaiyyəti təşkilatın məhsullarının, məqsədlərinin və ya siyasətlərinin ətraf mühitə uyğun olduğuna inandırmaq üçün yaşıl PR və yaşıl marketingdən aldadıcı şəkildə istifadə edən reklam və ya marketing spininin bir formasıdır. “Greenwashing” strategiyalarını qəbul edən şirkətlər bunu çox vaxt özlərini ətraf mühitə zərər vurmaqdan uzaqlaşdırmaq üçün edirlər. Lakin ətraf mühitə mənfi təsirlərini azaltmaq üçün faktiki ekoloji təcrübələri həyata keçirməkdənsə, marketing kommunikasiyaları vasitəsilə məhsulların yaşıl olduğunu göstərməyə çox vaxt və pul sərf edirlər.

Şirkət istehlakçıya məhsulun ekoloji cəhətdən təmiz olduğunu nümayiş etdirir, eyni zamanda ətraf mühitə vurduğu ziyanı azaltmaq üçün istehsalına heç bir real eko-yenilik tətbiq etmir.

Təşkilatlar “yaşıl” olan reklamlara əhəmiyyətli dərəcədə daha çox resurs xərclədikdə “greenwashing” nümunəsi baş verir. “Greenwashing” tərkibində zərərli kimyəvi maddələr olan məhsulun adının və ya etiketinin dəyişdirilməsindən tutmuş ətraf mühiti hədsiz çirkləndirən enerji şirkətlərini ekoloji cəhətdən təmiz kimi göstərən milyonlarla dollarlıq kampaniyalara qədər dəyişə bilər [2, s.241]. “Greenwashing” davamlı olmayan korporativ gündəmləri və siyasətləri ört-basdır edir. “Greenwashing” ilə bağlı yüksək ictimai ittihamlar bu terminin daha da geniş yayılmasına kömək etdi. Bir çox korporasiyalar öz markaları haqqında ictimaiyyətin qavrayışını yaxşılaşdırmaq üçün “greenwashing” üsulundan istifadə edirlər.

Ətraf mühitə uyğun məhsul və xidmətlərə istehlakçı tələbatını ödəmək üçün “greenwashing”-dən istifadə son vaxtlar artmışdır. 2007-2009-cu illər arasında yaşıl kamuflyajdan istifadədə 79% artım müşahidə edilmişdir [10, s.366].

“Greenwashing-in 7 günahı” haqqında nəzəriyyənin bir ekobrendin “greenwashing” ilə nə vaxt məşğul olduğunu və ekologiya sahəsində real tədbirlər gördüyünü müəyyən edən meyarları var (cədvəl 1).

Cədvəl 1

“Greenwashing”in əlamətləri (“7 günah”)

Günah	Təsvir
1. Qüsurları gizlətmək	Mühüm çatışmazlıqları gizlədən bir və ya bir neçə iddia əsasında eko-məhsulun yerləşdirilməsi.
2. Sübutların olmaması	İstehsalçı məhsulların ekoloji cəhətdən təmizliyindən danışır, lakin məhsulun "ekoloji cəhətdən təmiz" kimi açıqlanacağına dair heç bir argument vermir.
3. İfadələrdəki qeyri-müəyyənlik	Reklamda “ətraf mühit üçün təhlükəsizdir”, “100% təbii” və s. kimi ifadələrdən istifadə edilməsi. Qeyri-müəyyən bəyanatlar istehlakçıyı alanan malın faydalılığına inandırır.
4. Mövcud olmayan işarələr	Mövcud olmayan nişanlarla və ya vizual olaraq həqiqi eko-ışarələrə bənzər işarələrlə malların etiketlenməsi.
5. Xüsusiyyətlərin faydasızlığı	Aşkar bir faktı müstəsna üstünlük kimi təqdim etmək. Məsələn, “E vitamini ilə günəbaxan yağı” - E vitamini istənilən günəbaxan yağında olur.
6. "İki pisliyin kiçiyi"	Sağlamlığa zərərli olduğu bilinən məhsulların “ekoloji cəhətdən təmiz” adı altında istehsalı. Məsələn, "üzvi" etiketli spirt.
7. Açıq yalan	Əslində mövcud olmayan bir sertifikatın olması - istehsalçı bunun belə olmadığını açıq şəkildə bildirir.

Mənbə: [8, s.10]

Yeddi “günah”ın hər birini daha dolğun şəkildə açmaq üçün onları müvafiq misallarla göstərmək lazımdır [8, s.11].

“Günah №1: qüsurları gizlətmək”: məsələn, kağızın ağaclardan hazırlandığından ekoloji cəhətdən təmiz olması iddiası kağız istehsalı zamanı su sərfinin, elektrik enerjisi istehlakının, havanın çirklənməsinin böyük iz buraxdığını gizlədir.

“Günah №2: sübutun olmaması”: məsələn, bir çox tikinti şirkəti tikinti materiallarının adına “eko” prefiksini əlavə edir, lakin materialın tərkib hissələrinin dəyişməsi ilə bağlı heç bir sübut təqdim etmir. Eyni vəziyyət fermentləşdirilmiş süd məhsulları istehsal edən bəzi şirkətlər üçün də xarakterikdir.

“Günah № 3: qeyri-müəyyən ifadələr”: məsələn, müəyyən bir məhsulun populyarlaşdırılmasına yönəlmiş reklam kampaniyası zamanı ümumi ifadələrdən istifadə: “100% ekoloji təmiz”, “tamamilə təhlükəsiz”, “sağlamlıq üçün faydalı” və s.

“Günah № 4: mövcud olmayan işarələr”: məsələn, fermentləşdirilmiş süd məhsullarının satıcı-istehsalçıları malların qablaşdırılmasında mövcud olmayan və qeydiyyatdan keçməmiş, lakin real olanlara çox oxşar sertifikat nişanları qoya bilirlər.

“Günah № 5: xüsusiyyətlərin faydasızlığı”: məsələn, günəbaxan yağı haqqında yazılır: “Tərkibində E vitamini var”. Bu ifadə, şübhəsiz ki, məlumsatsız bir alıcının diqqətini çəkir, halbuki hər günəbaxan yağında E vitamini var.

“Günah №6: iki pisliyin kiçiyi”: bu, siqaret və ya spirtli içkilərə aiddir. Bu məhsullar insan orqanizmi üçün zərərli, lakin tez-tez istehsalçılar məhsulların ekoloji cəhətdən təmiz şəkildə istehsal edildiyini yazırlar.

“Günah № 7: açıq yalan”: bu, bir qayda olaraq, məhsulun ekoloji baxımdan təmiz olmasına dair faktiki olaraq alınmamış sertifikatın olması iddiasına aiddir.

“Greenwashing” təkcə ekoməhsulların nüfuzuna xələl gətirdiyinə görə deyil, həm də faktiki olaraq istehlakçıların aktiv şəkildə aldadılmasına görə tənqid olunmalı və qarşısının alınması üçün tədbirlər görülməlidir.

Onu da qeyd etmək lazımdır ki, universitetlər gələcəkdə ekoloji sahibkarlığın yaradılması və yaşıllaşdırmanın bu cür fəaliyyətlərdən maksimum dərəcədə kənarlaşdırılması prosesində müstəsna rol oynayır. Xüsusilə, onlar sahibkarlıq və biznes təhsilində yaşıl kurikulumları tətbiq etməli və tələbələrə onların sahibkarlıq ideyalarının uğurla həyata keçirilməsi üçün biznes təcrübəsini necə təmin etmələrinə diqqət yetirməlidirlər.

İngiltərədəki Reklam Təcrübəsi Komitəsi kimi təşkilatlar tərəfindən irəli sürülən yeni qaydalar, qanunlar və təlimatlar şirkətləri istehlakçıları aldatmaq üçün “greenwashing”dən istifadə etməkdən çəkindirmək məqsədi daşıyır [12, s.24].

Bir sıra xarici ölkədə yaşıllaşdırma ilə bağlı ciddi araşdırmalar aparılır. TerraChoice şirkəti mütəmadi olaraq ABŞ-da “greenwashing” ilə bağlı hesabat dərc edir.

BMT-nin Dayanıqlı İnkişaf Məqsədlərində yoxsulluğun və açlığın aradan qaldırılmasının, sağlamlığın, sanitariyanın, əlverişli ətraf mühitin təmin edilməsinin, innovasiyaların və infrastrukturun inkişaf etdirilməsinin zəruriliyi qeyd olunur. Bu məqsədlərə nail olmaq üçün iqtisadi fəaliyyətin bütün sahələrində iqtisadi, ekoloji və sosial inkişaf modeli formalaşdırılır.

Son onilliklərin ədəbiyyatlarında həm iqtisadi, həm ekoloji, həm də sosial problemləri həll edən kənd təsərrüfatının inkişafı mexanizminin, o cümlədən hüquqi mexanizmin müəyyən edilməsi məsələsi fəal şəkildə müzakirə olunur.

Bu gün bəşəriyyətin qlobal problemlərinin həlli üçün dövlətlərin, təsərrüfat subyektlərinin və cəmiyyətin qarşılıqlı fəaliyyəti nəticəsində mümkün olan üçtərəfli iştirak modelinin tətbiqi aktualdır. Eyni zamanda, həm beynəlxalq, həm də milli xarakter daşıyan strateji planlaşdırma sənədləri bu problemlərin həllində biznes strukturlarının rolunun artırılmasını nəzərdə tutur.

BMT Baş Assambleyasının “Bizim istədiyimiz gələcək” (11 sentyabr 2012-ci il) qətnaməsinin 46-cı bəndinə əsasən, “davamlı inkişafın təmin edilməsi həm dövlət, həm də özəl sektorun fəal iştirakından asılı olacaq. Özəl sektorun fəal iştirakı davamlı inkişaf məqsədlərinə nail olunmasına töhfə verə bilər [2, s.124].

Kənd təsərrüfatı və ərzaq məhsullarının istehsalı, emalı, daşınması və satışı sahəsində fəaliyyət göstərən korporasiyalar ətraf mühitin idarə edilməsi üçün əsasdır. Onların fəaliyyəti “yaşıl” kənd təsərrüfatının inkişafının tərkib elementi kimi qiymətləndirilə bilər [4, s.60]. Ayırı-ayrı ekspertlərin fikrincə, “istehlakçıların 83%-i şirkətlərin ESG-nin ən yaxşı təcrübələrini fəal şəkildə inkişaf etdirməli olduğunu fikrindədir [5, s.500].

Yaşıl və ya digər təbii rənglərdə olan qablaşdırmalardan (ekoloji cəhətdən təmiz qablaşdırma növlərindən - karton və s.) istifadənin, ekoetiketlərin yerləşdirilməsinin, konservantların və digər zərərli maddələrin olmamasının göstəriciləri hələki yoxdur [5, s.501]. Ekoloji cəhətdən təmiz məhsulları təyin etmək üçün “orqanik məhsullar”, “orqanik”, “bio”, “eko” və s. sözlərdən istifadə olunur.

Ancaq istər xarici, istərsə də yerli təcrübə göstərir ki, özlərini ekoloji təmiz məhsul istehsalçısı adlandıran məhsul istehsalçıları heç də həmişə belə deyillər və onların istehsal etdiyi məhsullar ekoloji cəhətdən təmiz olmaya bilər. Bu uyğunsuzluq “greenwashing” adlanır. Məlumdur ki, xarici ölkələrdə “greenwashing” “heç bir dəlillə təsdiqlənməyən şirkət, məhsul və ya xidmətin ətraf mühitdə yerləşdirilməsidir” [5, s.499]. O, məhsulların yanlış ekoloji etiketlənməsinə görə hüquqi məsuliyyəti, əsasən böyük cərimələri nəzərdə tutur [6, s.13]. Buna baxmayaraq, “greenwashing”-in payı nəinki azalmır, əksinə, artır. O. V. Kozevinaya görə, “greenwashing” problemi çoxşaxəlidir. Bu, ədalətsiz rəqabət, hüquqi məsuliyyətin əsası, korporativ sosial məsuliyyətin pozulması, əqli mülkiyyətin məhdudlaşdırılması, ekoloji təmiz məhsullar bazarının inkişaf etməməsidir [8, s.11]. Fikrimizcə, “greenwashing” problemi davamlı inkişaf üçün təhlükə yaradır, çünki o, məsuliyyətli istehlakın ekoloji cəhətdən təmiz modelini pozur.

Ətraf mühitin inkişafı sahəsində strateji planlaşdırma sənədlərində qeyd olunur ki, qlobal ekoloji problemlərin həlli üçün ekoloji yönümlü iqtisadi artımın təmin edilməsi və ekoloji cəhətdən səmərəli innovativ texnologiyaların tətbiqi, ekoloji mədəniyyətin formalaşdırılması, ekoloji təhsilin inkişafı zəruridir. Ona görə də söhbət həm beynəlxalq, həm də milli səviyyədə bəşəriyyətin davamlı inkişafının əsası kimi həm məhsul istehsalçıları, həm də istehlakçılar üçün məsuliyyətli davranış modelinin formalaşdırılmasından gedir. Ekoloji məhsullara tələbat koronavirus pandemiyasından sonra daha da artmışdır [7, s.39].

Kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalı və dövriyyəsi sahəsində əksər müəlliflərin əsas şikayətlərindən biri ekoloji təmiz məhsullar haqqında qanunvericiliyin və məhsulların orqanik kimi tanınması üçün aydın şəkildə müəyyən edilmiş meyarların olmaması idi ki, bu da “greenwashing”-dən istifadə etməyə imkan verir.

İstehlakçı hüquqlarının əsas pozuntularından biri yanlış məlumatdır. Xüsusilə, məhsulların üzərində “eko” və ya “bio” sözləri etiketlənərək istehlakçılar çaşdırıla bilər, halbuki belə etikətləmə üçün heç bir hüquqi tənzimləmə yoxdur.

Bu problemin həlli qanunvericiliyə müvafiq dəyişikliklərin edilməsində görünür.

Xarici təcrübəyə görə, ESG prinsiplərinin tətbiqi “greenwashing”-ə qarşı mübarizə tədbirləri kimi də istifadə edilə bilər. Bəzi ekspertlərin fikrincə, bu, innovativ məhsulların yaradılması üçün əlavə stimulyə və şərait yaradır, sosial və ekoloji təsirlərin artmasına - tullantıların və zərərli maddələrin azaldılmasına kömək edir, məhsulun həyat dövrünə əsaslanaraq büdcəyə qənaət etməyə imkan verir, sosial məsuliyyəti stimullaşdırır, iş şəraiti və təhlükəsizliyi yaxşılaşdırır.

NƏTİCƏ

Tədqiqat zamanı məlum olmuşdur ki, rəqəmsal platformalar da daxil olmaqla, ekoloji maarifləndirməni həyata keçirmək və ekoloji mədəniyyət yaratmaq lazımdır. “Greenwashing”-ə qarşı mübarizənin hüquqi mexanizmi hərtərəfli olmalı və müxtəlif sənaye sahələrinin (ekologiya hüququ, inzibati hüquq, kənd təsərrüfatı hüququ, rəqabət hüququ, istehlak hüququ və s.) hüquq normalarında nəzərdə tutulmuş məsələləri əhatə etməlidir. Konseptual olaraq, “greenwashing” təkcə istehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi və ya haqsız rəqabətin qarşısının alınması kontekstində deyil, həm də davamlı inkişaf üçün əhəmiyyətli təhlükə kimi nəzərdən keçirilməlidir, çünki qlobal problemlərin həllinin mümkün olmadığı zamanda müasir cəmiyyət qurmaq üçün ekoloji alətlərə inamı sarsıdır və məsuliyyətli istehlak modelini neytrallaşdırır.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Axundov Ş.Ə. (2005). *Marketinqin əsasları*. Bakı, "İqtisad Universiteti", 494 s.
2. Yaşıl iqtisadiyyat / red. Qasımlı Vüsal. (2022). Bakı: "Azprint" nəşriyyatı, 280 s.
3. Абросимова Ю.А., Быкова К.В., Бобрешова И.В. (2021). Экологический маркетинг: осуществление «зеленых» стратегий или гринвошинг // Экономика устойчивого развития. - № 4. - С. 240-243.
4. Анисимов А.П., Попова О.В. (2020). Правовое регулирование производства и обращения сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия с улучшенными экологическими характеристиками // Черные дыры в российском законодательстве. - № 3. - С. 59-60.
5. Воронина Н.П. (2022). Эколоγο-правовые требования к сельскохозяйственной деятельности // Право и бизнес: обеспечение баланса правовых интересов предпринимателей, потребителей и государства: сборник материалов X Международной научно-практической конференции (Москва, 3 июня 2021 г.). - М.: РГУП, - С. 498-506.
6. Кожевина О.В. (2022). Проблемы гринвошинга и недобросовестной коммерческой практики субъектов предпринимательства в условиях зеленой экономики // Конкурентное право. - № 4. - С. 12-15.
7. Редникова Т.В. (2022). Зеленое сельское хозяйство как отрасль зеленой экономики: проблемы оценки комплексного воздействия на окружающую среду // Сельское хозяйство. - № 4. - С. 37-45. - DOI: 10.7256/2453- 8809.2022.4.39530. - EDN: UWNICK.
8. Смирнова Е.В. (2010). Экологический маркетинг, Практический маркетинг, № 4(158). С. 9 – 14.
9. Устюкова В.В. (2022). Производство органической продукции и продукции с улучшенными характеристиками: сходство и различия в правовом регулировании // Сельское хозяйство. - № 4. - С. 17-25. - DOI: 10.7256/2453- 8809.2022.4.39501. - EDN: TTJDLС.
10. Финогентова А.В. (2017). К понятию гринвошинга // Здоровая окружающая среда - основа безопасности регионов: материалы первого Международного экологического форума в Рязани. - С. 365-368.
11. Charter M. (1992). *Greener marketing: Responsible Approach to Business*, UK, "Routledge", P. 433.
12. Polonsky M.J., Rosenberger P.J. (2001). *Reevaluating Green Marketing: A Strategic Approach*. Business Horizons, Vol. 44. № 5. P. 21 – 30.

N.U.Muradova

Doctor of Philosophy in Economic Sciences, Baku State University
ORCID 0000-0002-4820-5588

G.F.Babayeva

master student, Baku State University
ORCID 0009-0004-0385-5503

The problem of "Greenwashing" in the modern economy: causes and solutions

Abstract

As it is known, environmental problems experienced on a global scale have led to an increase in social awareness on issues such as environmental and nature protection. As a result of increased environmental awareness, consumers are forcing producers to adopt green strategies through social pressure. Businesses, in turn, are trying to take environmental factors into account in their marketing communication activities, advertising campaigns, and even their product packaging with new green

strategies they develop to gain a competitive advantage over their competitors. However, a certain number of manufacturers hide behind the "green" mission and produce products that do not meet environmental requirements. The problem of greening is multifaceted and includes unfair competition, violation of consumer rights, discrediting of corporate social responsibility, restriction of intellectual property, and underdevelopment of the market for environmentally friendly and organic products. Although the problem of "greenwashing" has been discussed for several decades, attention to this problem began to be paid only in recent years. In this article, the conceptual basis of the "Greenwashing" problem was discussed, and suggestions were made for solving the problems.

Key words: "greenwashing", green washing, sustainable development, ESG principles, greening problem.

Н.У.Мурадова

д.ф. по э., Бакинский Государственный Университет
ORCID 0000-0002-4820-5588

Г.Ф.Бабаева

магистрант, Бакинский Государственный Университет
ORCID 0009-0004-0385-5503

Проблема «Greenwashing» в современной экономике: причины и решения

Резюме

Как известно, экологические проблемы, возникшие в глобальном масштабе, привели к повышению осведомленности общества по таким вопросам, как охрана окружающей среды и природы. В результате повышения экологической осведомленности потребители вынуждают производителей принимать «зеленые» стратегии под давлением общества. Предприятия, в свою очередь, пытаются учитывать факторы окружающей среды в своей маркетинговой коммуникационной деятельности, рекламных кампаниях и даже упаковке своей продукции с помощью новых экологических стратегий, которые они разрабатывают, чтобы получить конкурентное преимущество перед своими конкурентами. Однако определенное количество производителей прикрываются «зеленой» миссией и выпускают продукцию, не соответствующую экологическим требованиям. Проблема экологизации многогранна и включает в себя недобросовестную конкуренцию, нарушение прав потребителей, дискредитацию корпоративной социальной ответственности, ограничение интеллектуальной собственности, неразвитость рынка экологически чистой и органической продукции. Хотя проблема «зеленого отмыывания» обсуждается уже несколько десятилетий, внимание к этой проблеме стало уделяться лишь в последние годы. В данной статье рассмотрены концептуальные основы проблемы «зеленого отмыывания», а также сделаны предложения по решению проблем.

Ключевые слова: «гринвошинг», зеленое мытье, устойчивое развитие, принципы ESG, проблема экологизации.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-103-107>

E.N.Allahverdi
doktorant, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
ORCID 0000 0001 5056 9973
elmarallahverdi@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 08.10.2024

The article was received by editorial board on 08.10.2024

Статья принята к печати 08.10.2024

AZƏRBAYCANDA İCBARİ TİBBİ SİĞORTA MEXANİZMLƏRİNİN GÜCLƏNDİRİLMƏSİ

Xülasə

"Azərbaycan 2020: Gələcəyə Baxış" inkişaf konsepsiyasında səhiyyəyə ayrılan vəsaitin ÜDM-də payının mərhələli şəkildə artırılması və bu vəsaitin effektiv və məqsədyönlü istifadə mexanizmlərinin yaradılması nəzərdə tutulur. Sənəddə icbari tibbi sığortaya (İTS) keçid prosesinin həyata keçiriləcəyi və bu keçidin tibbi xidmətlərin keyfiyyətinə nəzarətin təkmilləşdirilməsi, eləcə də pasiyentlərin hüquqlarının qorunması üçün şərait yaradacağı vurğulanır. Konsepsiya səhiyyə sahəsində kadr potensialının gücləndirilməsini prioritet məsələ kimi göstərir və tibb işçilərinin peşə bacarıqlarının davamlı inkişafı üçün xüsusi mexanizmlərin qurulmasını hədəfləyir.

Sənədə əsasən, tibb işçilərinin fəaliyyətinin nəticəəsaslı qiymətləndirilməsi üçün tədbirlər görülməkdir. Bundan əlavə, "Azərbaycan Respublikası Səhiyyə Nazirliyinin 2014-2020-ci illər üzrə Strateji Planı"nda da səhiyyə sahəsində kadrların potensialının artırılması mühüm əhəmiyyət daşıyır və bu, tibbi xidmətlərin keyfiyyətini artıran əsas amillərdən biri kimi qeyd edilir. Bu sahədə aşağıdakı problemlərin təhlili nəticəsində aşağıdakı sahələrdə irəliləyişlər əldə edilə bilər:

- işçilərin təlim ehtiyaclarının qiymətləndirilməsi;
- müəssisədaxili kommunikasiyanın səviyyəsinin dəyərləndirilməsi və zərurət olduqda gücləndirilməsi;
- işçilərin icbari tibbi sığorta barədə məlumatlılıq səviyyəsinin müəyyən edilməsi.

Açar sözlər: Azərbaycan, icbari tibbi sığorta, mexanizm, inkişaf, təkmilləşdirmə.

GİRİŞ

Azərbaycanda icbari tibbi sığortaya keçid 2007-ci ildə Azərbaycan Prezidentinin sərəncamı ilə İcbari Tibbi Sığorta üzrə Dövlət Agentliyinin yaradılmasından başlayaraq bir neçə il ərzində baş verib. Amma əslində icra fəaliyyətləri yalnız 2016-cı ildə Prezidentin 765 sayılı fərmanının imzalanması ilə başlayıb. Sığorta sistemi 2016-cı ildə pilot olaraq iki rayonda (Mingəçevir və Yevlax) istifadəyə verilib, daha sonra 2018-ci ildə üçüncü rayona (Ağdaş) genişlənib. Pilot proqramın regional genişləndirilməsi 2021-ci ilin aprel ayına qədər davam edib. Bu tarixdən etibarən bütün regionlar əhatə olunub.

NƏZƏRİ YANAŞMALAR

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2 fevral 2021-ci il tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş "Azərbaycan 2030: Sosial-iqtisadi inkişafın Milli Prioritetləri"ndə "Azərbaycan 2030: Sosial-iqtisadi inkişafın Milli Prioritetləri"ndə vətəndaşların sağlam həyat tərzinin əsas istiqamətlərindən biri kimi önə çəkilir. Bu, vətəndaşların məhsuldar fəaliyyətinin və sosial rifahının yüksəldilməsi üçün vacibdir. Sağlamlıq və uzunömürlülük bilavasitə ölkədəki səhiyyə sisteminin keyfiyyətindən asılı olacaq.

Səhiyyədə müasir innovasiyaların tətbiqində yüksək nəticələr əldə edilməklə, keyfiyyətli səhiyyə xidmətinin milli gəlirin formalaşmasında payı artırılmalıdır". Səhiyyənin maliyyələşdirilməsi islahatı və icbari tibbi sığortanın tətbiqi Konsepsiyası Konsepsiya Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 10 yanvar 2008-ci il tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmişdir. Konsepsiya ölkədə səhiyyənin maliyyələşdirilməsi islahatının aşağıdakı əsas məqsədlərini müəyyən etmişdir:

- yeni tibbi sığortanın yaradılması səhiyyə sisteminin maliyyələşdirilməsinin iqtisadi prinsipləri və əhalinin səhiyyə xidmətinə çıxışının yaxşılaşdırılması;
- səhiyyə sahəsinə ayrılan dövlət vəsaitlərindən daha səmərəli istifadə etməklə səhiyyə xidmətinin keyfiyyətini yüksəltmək;
- əhalinin sağlamlığının yaxşılaşdırılması və orta ömrün artırılması.

Konsepsiyaya əsasən, hökumət dövlət zəmanəti ilə təmin edilən müavinətlər paketinə daxil olan xidmətlərin pulsuz göstərilməsinə görə məsuliyyət daşıyır, digər bütün xidmətlər isə vətəndaşların özləri tərəfindən ödənilməlidir. Aİ-nin COVID 19 reaksiyası COVID-19 pandemiyası ilə bağlı qlobal hadisələr 2020-ci ilin sonlarında bir çox tənəzzül əlamətləri ilə üzləşməklə dünyanın bütün ölkələrinə təsir etdi. Məcburi karantin rejimləri və iqtisadi tənəzzüllər idarəetmə sistemlərinin süqutunu çətinləşdirdi və ya sürətləndirdi, uzun müddət daimi struktur problemləri. Səhiyyə sistemi ən çox zərər çəkən sahələrdən biri idi. Hökumətin sovet maliyyə sisteminin qalıqlarından icbari tibbi sığortaya keçməyi planlaşdırdığı 2020-ci il sektorda əhəmiyyətli islahatlar ili olmalı idi.

Bu məqsədlə İcbari Tibbi Sığorta üzrə Dövlət Agentliyinin nəzdində Regional Tibbi Şöbələr İdarəsi (TƏBİB) yaradılıb, lakin planlar 2021-ci ilin aprel ayına təxirə salınıb. Yeni təcili vəziyyət COVID-19-un müalicəsi üçün 35 xəstəxananın ayrılmasına səbəb olub. hallar. Çarpayıların yüksək tutumuna baxmayaraq (onlardan 8000-dən çoxu oksigenlə reanimasiya şöbələrindədir), 2020-ci ilin noyabrına qədər yoluxmuşların sayı 300.000-dən çox insana çatdı ki, bu da mövcud resurslardan çox idi.

Bütün dünya ölkələri ümumi səhiyyə əhatəsini inkişaf etdirmək üçün yoxsulların xeyrinə islahatlar həyata keçirir. Əhatə dairəsinin genişləndirilməsi tendensiyası Dayanıqlı İnkişaf Gündəliyinə "2030-cu ilə qədər universal səhiyyə əhatəsinə nail olmaq" hədəfinin daxil edilməsi ilə nəticələndi. Müstəqillik əldə etdikdən sonra onilliklər ərzində Azərbaycanın səhiyyə sisteminin maliyyələşdirilməsi və təşkili sovet Semaşko modelinə, resursların və kadrların mərkəzləşdirilmiş planlaşdırılmasına, ilk növbədə səhiyyə müəssisələrinin dövlət mülkiyyətinə, daxilolmalara əsaslanan milli səhiyyə xidməti tipli sistemə əməl etməyə davam edirdi. vəsaitlərin ayrılması və aydın provayder-alıcı bölgüsü yoxdur. Səhiyyə sistemi yüksək dərəcədə mərkəzləşdirilmişdir və əsas qərarlar milli səviyyədə qəbul edilirdi. Səhiyyə müəssisələrinin idarə edilməsi yaxın vaxtlara qədər Səhiyyə Nazirliyi tərəfindən həyata keçirilirdi, o vaxta qədər tibb işçilərinin idarə olunması üzrə yeni qurum – TƏBİB yaradılmışdır ki, bu da səhiyyənin bütün səviyyələrində səhiyyə müəssisələrinin idarə olunmasında əksər inzibati funksiyaları miras qoymuşdur. Yerli hakimiyyət orqanları və səhiyyə müəssisələrinin və müəssisələrinin rəhbərləri submilli səviyyədə səhiyyə xidmətlərinin göstərilməsi üçün idarəetmə məsuliyyəti daşıyırlar.

Mövcud sistem ümumiyyətlə bir sıra ilkin, ikinci və üçüncü dərəcəli tibb müəssisələrindən ibarətdir. Üçüncü səviyyəli yardım əsasən Bakıda cəmlənsə də, orta səviyyə ölkənin bütün rayon və şəhərlərində yerləşir və ilkin səhiyyə xidməti ən geniş şəbəkəyə malikdir. İTS sxeminin tətbiqi müvəffəqiyyətini təmin etmək üçün çox hazırlıq tələb etdi. Yaranmasından on il sonra İTS sxeminin həyata keçirilməsini təmin edəcək hüquqi və institusional baza qurmaqla hazırlıq işləri görüb. Benefisiarların hüququna malik olduğu xidmətlər paketinin müəyyən edilməsi və bu paketin sxem tərəfindən tam maliyyələşdirilməsini təmin etmək xüsusilə vacib idi. 2010-cu illərin ortalarında bütün hazırlıq işləri başa çatdırıldı. Proqramı tədricən bütün Azərbaycanda genişləndirmək niyyəti ilə İTS sxeminin pilot layihə kimi seçilmiş regionlarda sınaqdan keçirilməsi qərara alınıb. Pilot layihə üçün İTS tərəfindən maliyyələşdiriləcək əsas paketə xidmətlərin geniş siyahısı daxil edilmişdir. İTS

sxeminin pilot mərhələsinə 2017-ci ildə iki rayonda - Mingəçevir və Yevlaxda başlanılıb (Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 29 noyabr 2016-cı il tarixli 1127 nömrəli Fərmanı). 2018-ci ildə üçüncü pilot rayon – Ağdaş əlavə edilib.

Agentliyin Nizamnaməsi 6 sentyabr 2017-ci il tarixli 1592 nömrəli Fərmanla təsdiq edilmişdir.

Agentliyin məqsədləri aşağıdakılardır:

- icbari tibbi sığortanın həyata keçirilməsini təmin etmək;
- müavinətlər paketi çərçivəsində tibbi xidmətlərin maliyyələşdirilməsi üçün vəsait toplamaq;
- tibbi xidmətlərin keyfiyyətinin yüksəldilməsi və bu xidmətlərin əhali üçün əlçatanlığının təmin edilməsi üçün tədbirlər görmək;
- sığorta olunanların hüquq və qanuni mənafelərini qorumaq;
- yığılmış vəsaitlərin səmərəli xərclənməsini və sığorta ödənişlərinin vaxtında aparılmasını təmin etmək.

Agentliyin əsas fəaliyyət istiqamətləri aşağıdakılardır:

- İTS üzrə vahid siyasətin hazırlanmasında iştirak və bu siyasətin həyata keçirilməsini təmin etmək;
- əhali üçün İTS-in təşkili və burada maliyyə dayanıqlığının təmin edilməsi;
- İTS-in tərkib hissəsi kimi əhaliyə tibbi xidmətlərdən istifadə etmək üçün bərabər şəraitin yaradılması;
- İTS-in hər kəs üçün əlçatanlığını təmin etmək və əhəlinin sağlamlığını qorumaq məqsədilə tibbi xidmətlərin keyfiyyətinin və səmərəliliyinin artırılması üçün tədbirlərin görülməsi;
- İTS-in gələcək inkişafının təmin edilməsi.

Öz funksiyalarını yerinə yetirmək üçün departamentdən, İnformasiya Texnologiyaları və İnnovasiyalar İnstitutundan və 11 regional bölmədən ibarət Mərkəzi İdarədə strukturlaşdırılmışdır.

TƏBİB-in əsas məqsədi onun tabeliyində olan səhiyyə müəssisələrində tibbi xidmətlərin göstərilməsini təmin etmək və tibbi xidmətlərin keyfiyyətini artırmaqdır. Ümumiyyətlə, tibb müəssisələri İTS sxeminin tələblərinə uyğun olmalıdır. Regional tibb bölmələri Regional tibb bölməsi inzibati ərazi vahidlərində TƏBİB-in tabeliyində olan ictimai səhiyyə sistemində tibb müəssisələri qrupudur. Regional tibb bölmələri İTS tərəfindən təsdiq edilmiş və əhəlinin sayına, coğrafi ərazisinə, nəqliyyat infrastrukturuna, tibb müəssisələrinin şəbəkəsinə və imkanlarına, həkimlərin və orta tibb işçilərinin sayına görə ərazi inzibati vahidləri üzrə təsnifləşdirilmişdir. Ümumilikdə 14 regional tibb bölməsi yaradılmışdır.

Son illər Azərbaycanda səhiyyənin səmərəliliyinin artırılması, infrastruktur layihələrinin həyata keçirilməsi və ölkədə səhiyyə sisteminin şəffaflığının artırılmasına yönəlmiş səmərəli siyasətin tətbiqi də daxil olmaqla, səhiyyə sektorunun təkmilləşdirilməsi istiqamətində bir çox addımlar atılıb. Bu layihələrdən biri on ildən çox davam edəcək transformasiyadır.

Ümumdünya əhatə dairəsi təklif edən və hazırda ölkə miqyasında həyata keçirilən MHI sxemi ölkənin səhiyyə idarəçiliyində geniş dəyişiklik vəd edir. Bununla belə, problemlər hələ də qalmaqdadır, yəni qayğıya çatmaqda çətinliklər, uzun gözləmə müddətləri və kadr, dərman və avadanlıq çatışmazlığı - ölkənin Covid-19 ilə mübarizə səyləri zamanı kəskinləşən problemlər. Yuxarıda qeyd edildiyi kimi, Azərbaycanda səhiyyənin maliyyələşdirilməsi islahatının sınaqdan keçirilməsinə 2017-2018-ci illərdə üç regionda başlanılıb.

Bu səbəbdən pilot rayonlardakı mərkəzi xəstəxanaların idarə edilməsi və maliyyələşdirilməsi Səhiyyə Nazirliyindən (SN) SAMHI-ya verilib. Sınaq dövründə aşağıdakı yeni alətlər tətbiq edilib:

- qiymət cədvəlinə əsasən stasionar və ixtisaslaşdırılmış ambulator xidmətlərin maliyyələşdirilməsi;
- adambaşına düşən ilkin səhiyyə xidmətinin maliyyələşdirilməsi;
- dövlət səhiyyə təşkilatının faktiki xərclərini ödəmək üçün dövlət maliyyələşdirməsinin artırılması;

- cəldən ödənişlərə sıfır dözümlülük;
- kapital qoyuluşunun proqram əsasında maliyyələşdirilməsi;
- mütəxəssislərin qəbulu və məsləhətləşmələri üçün yönləndirmə sistemi;
- insan resurslarının idarə edilməsi, dövlət satınalmaları, klinik protokollarla bağlı səhiyyə təminatçılarının artan muxtariyyəti;
- kiçik kənd xəstəxanalarının ilkin səhiyyə ocaqlarına çevrilməsi.

İTS səhiyyə təminatçılarının maliyyələşdirilməsi və strateji idarə olunması üçün məsuliyyəti öz üzərinə götürdü. Eyni zamanda, səhiyyənin maliyyələşdirilməsi islahatı strategiyasında nəzərdə tutulan aşağıdakı alətlər 7 pilot mərhələdə sınaqdan keçirilməmişdir:

- tibbi sığorta haqları;
- böyük hüquqi əlavə ödənişlər;
- şaquli (xərçəngin müalicəsi, dializ) proqramların icbari tibbi sığorta sxeminə inteqrasiyası;
- apteklər tərəfindən verilən dərmanların ödənilməsi.

Pilot rayonlarda əldə edilmiş əsas nəticələr aşağıdakı kimi ümumiləşdirilə bilər:

- rezidentlərin xidmət almaq və ya milli sağlamlıq mərkəzlərində müalicə almaq üçün (məsələn, invaziv kardiologiya) demək olar ki, heç bir maliyyə maneəsi yoxdur;
 - həkimlərə müraciətlərin və xəstəxanalara müraciətlərin sayı təxminən 30 faiz artıb.
- Azərbaycanla Aİ ölkələrində standart səviyyələr arasında xidmət istehlakı fərqi azaldılıb;
- səhiyyə işçilərinin məhsuldarlığı əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır;
 - 2018-ci ildə səhiyyə işçilərinin maaşları 2016-cı illə müqayisədə təxminən iki dəfə çox olub;
 - pilot rayonlarda əhalinin əksəriyyətinin səhiyyənin maliyyələşdirilməsi islahatına inamı var.

Bu müsbət nəticələr Azərbaycanda MHİ-nin ümummilləşdirilməsi ilə bağlı müzakirələrin başlanmasına kömək etdi.

NƏTİCƏ

Yuxarıda göstərilənlərə görə, ITS-də bütün dünyada daha geniş istifadə olunur və tanınır. Sadəcə sistemdə bəzi əksiklər müəyyən olunaraq təkmilləşdirilir.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Xankişiyev, B. & Abdullayev, B. (2004). "Sığorta işi" Bakı.
2. 28 oktyabr 1999-cu il tarixli "Tibbi sığorta haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Sonuncu dəfə 20 noyabr 2020-ci ildə dəyişiklik edilmişdir.
3. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 6 sentyabr 2017-ci il tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş "İcbari Tibbi Sığorta üzrə Dövlət Agentliyinin Əsasnaməsi". Sonuncu dəfə 7 fevral 2019-cu ildə dəyişiklik edilib.
4. "Müavinətlər zərfinin təsdiq edilməsi haqqında" Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2020-ci il 10 yanvar tarixli Qərarı.
5. Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin "İcbari tibbi sığorta üzrə 2020-ci ildə və 2021-ci ildə dövlət büdcəsindən sığorta haqlarının ödənilməsi Qaydalarının təsdiq edilməsi haqqında" 17 mart 2020-ci il tarixli Qərarı.
6. https://its.gov.az/files/3/tibb_iscilrinin_isdn_mmnunlugunun_v_icbari_tibbi_sigorta_sistemi_il_bagli_mlumatlilik_sviyysinin_oyr-1.pdf

E.N.Allahverdi

PhD student, Azerbaijan State University of Economics
ORCID 0000 0001 5056 9973

Abstract

The development concept "Azerbaijan 2020: A Look into the Future" envisages a gradual increase in the share of funds allocated to healthcare in GDP and the creation of mechanisms for the effective and targeted use of these funds. The document emphasizes that the process of transition to compulsory health insurance (CHI) will be implemented, and this transition will create conditions for improving quality control of medical services, as well as protecting the rights of patients. The concept shows the strengthening of human resources in the healthcare sector as a priority task and is aimed at creating special mechanisms for the continuous development of professional skills of medical workers.

According to the document, measures will be taken to effectively assess the activities of medical workers. In addition, in the "Strategic Plan of the Ministry of Health of the Republic of Azerbaijan for 2014-2020", increasing the potential of human resources in the healthcare sector is important, and this is mentioned as one of the main factors improving the quality of medical services. As a result of the analysis of the following problems in this area, progress can be achieved in the following areas:

- assessment of employee training needs;
- assessment of the level of the enterprise and its strengthening, if necessary;
- determining the level of awareness of employees about compulsory health insurance.

Key words: Azerbaijan, compulsory health insurance, mechanism, development, improvement.

Э.Н.Аллахверди

докторант, Азербайджанский Государственный Экономический Университет
ORCID 0000 0001 5056 9973

Укрепление механизмов обязательного медицинского страхования в Азербайджане

Резюме

Концепция развития «Азербайджан 2020: Взгляд в будущее» предусматривает постепенное увеличение доли средств, выделяемых на здравоохранение, в ВВП и создание механизмов эффективного и целенаправленного использования этих средств. В документе подчеркивается, что будет реализован процесс перехода на обязательное медицинское страхование, и этот переход создаст условия для улучшения контроля качества медицинских услуг, а также защиты прав пациентов. Концепция показывает укрепление кадрового потенциала в сфере здравоохранения как приоритетную задачу и направлена на создание специальных механизмов непрерывного развития профессиональных навыков медицинских работников.

Согласно документу, будут приняты меры по результативной оценке деятельности медицинских работников. Кроме того, в «Стратегическом плане Министерства здравоохранения Азербайджанской Республики на 2014-2020 годы» важным является повышение потенциала кадров в сфере здравоохранения, и это упоминается как один из основных факторов, повышающих качество медицинских услуг. В результате анализа следующих проблем в этой области можно добиться прогресса по следующим направлениям:

- оценка потребностей в обучении сотрудников;
- оценка уровня внутрипредприятия и его усиление при необходимости;
- определение уровня информированности работников об обязательном медицинском страховании.

Ключевые слова: Азербайджан, обязательное медицинское страхование, механизм, развитие, совершенствование.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-108-113>

S.A.Farzaliyev
t.ü.f.d., dosent, Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti
ORCID 0000-0002-9241-4424
sferzeli@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 22.09.2024

The article was received by the editorial board on 22.09.2024

Статья принята к печати 22.09.2024

MONOLİT DƏMİRBETON BİNALARIN İSTİSMARI ZAMANI KONSTRUKTİV ELEMENTLƏRİN ETİBARLILIĞINA TƏSİR EDƏN AMİLLƏR

Xülasə

Respublikamızda monolit dəmirbeton binaların sürətlə inkişaf tendensiyası onun istismarı zamanı dayanıqlıq və etibarlıq məsələlərində aktual edir. Bu məqalə monolit dəmirbeton binaların konstruktiv elementlərinin istismar etibarlılığına təsir edən amillərin nəzərdən keçirilməsini özündə ehtiva edir. Bina və qurğuların həyat dövrünün əsas mərhələlərindən biri onun istismar mərhələsidir. Həmçinin məqalədə daşınmaz əmlak obyektlərinin konstruktiv elementlərinin istismar dövründə etibarlılığına təsir edən əsas amillər müəyyən edilməklə onların faiz nisbəti verilmişdir.

Acar sözlər: monolit dəmirbeton binalar, istismar, etibarlıq, konstruktiv elementlər, etibarlılığa təsir edən əsas amillər, texniki və texnoloji həllər.

Bu gün monolit dəmirbeton tikinti sənayesində geniş istifadə olunur, onun illik istifadəsi ildə yüz minlərlə kubmetrə çatır. Gələcəkdə də monolit dəmirbeton tikintidə əsas tikinti materialı olaraq qalacaqdır. Beləliklə, respublikamızda tikinti bazarının məlumatlarına görə, hazırda mənzillərin 76%-dən çoxu monolit dəmirbetondan tikilir, yeraltı tikililərin, hərbi obyektlərin və xüsusi təyinatlı obyektlərin tikintisində geniş istifadə olunur. Ümumiyyətlə, monolit dəmir-betondan tikinti həcmi artması tendensiyası müşahidə olunur və hələ uzun müddətdə bu davam edəcəkdir. Respublikamızın işğal altında olan ərazilərinin azad edilməsi və bu ərazilərdə hələ uzun illər tikinti quruculuq işlərinin aparılması monolit dəmirbeton işlərinin həcmi xeyli artıracaqdır.

Bu baxımdan və texniki və texnoloji həllərin perspektivləri üçün müasir tələblərə və meyarlara cavab verən ən geniş yayılmış konstruksiya materialı kimi monolit dəmir-betonun tətbiq dairəsinin daha da artmasını göstərən tendensiyaları nəzərə alaraq, onların istismarına təsir edən amillərin ətraflı öyrənilməsi və monolit dəmir-betondan hazırlanmış konstruksiyaların istismar etibarlılığının tədqiqi baxımından xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

Beləliklə, ilk növbədə, monolit dəmir-betondan konstruksiyalardan hazırlanmış elementlər etibarlılıq və davamlılıq tələblərinə cavab verməlidir.

Monolit dəmirbeton binaların istismar etibarlılığı, onun istənilən mərhələsində konstruktiv elementlərin performans göstəricilərini qoruyaraq öz funksiyalarını yerinə yetirmək xüsusiyyətini qoruyub saxlamalıdır.

Monolit dəmirbeton binaların istismar davamlılığı, onun konstruktiv elementlərinin, komponentlərin və bütövlükdə binanın texniki xidmət göstərilməklə nəzərdə tutulmuş tələb olunan istismar müddəti ərzində istifadəyə yararlı qalma qabiliyyətidir [1, s.5].

Əgər monolit dəmirbeton konstruksiyalar hansısa bir səbəbdən yuxarıda göstərilən tələblərə cavab verməzsə, ilkin vəzifələrdən biri kimi həmən konstruksiyaların etibarlılığına, dayanıqlılığına təsir edən amilləri müəyyən etmək lazımdır.

Hər şeydən əvvəl, monolit dəmir-betona uyğun keyfiyyəti təmin edən bir neçə əsas mərhələ və faza aşağıda (Şəkil 1.) verilmişdir.

Bunlara daxildir:

1. *Layihələndirmə*

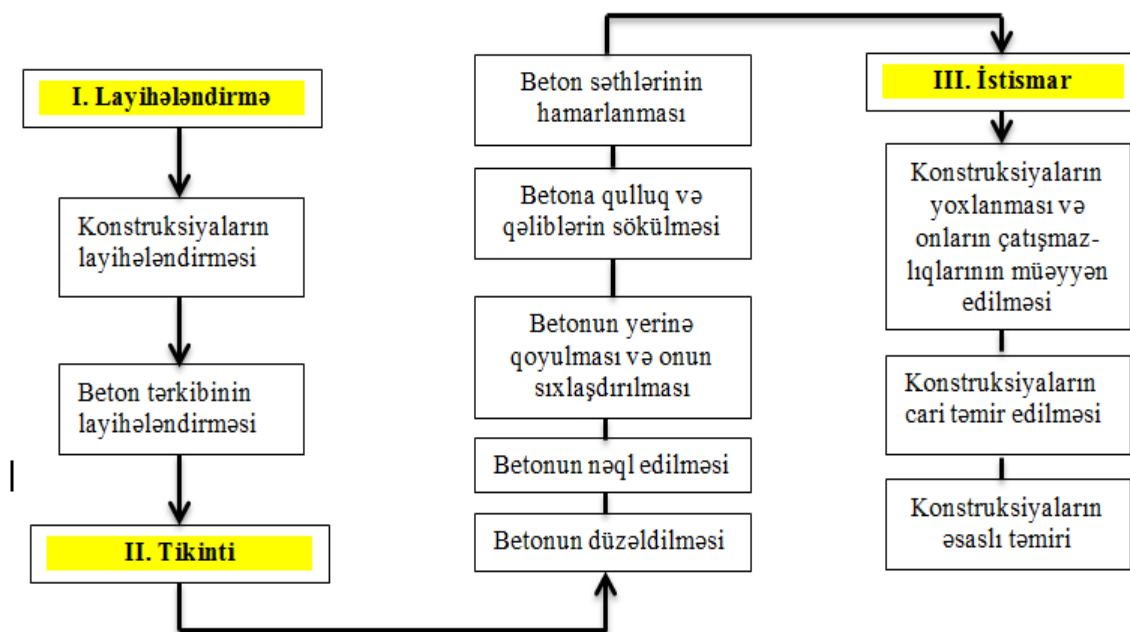
- Konstruksiyaların layihələndirilməsi
- Beton tərkibinin layihələndirilməsi

2. *Tikinti*

- Beton qarışığının hazırlanması
- Beton qarışığının daşınması
- Beton qarışığının verilməsi və sıxılaşdırılması
- Betona qulluq, qəliblərin sökülməsi
- Monolit konstruksiyaların səthinin təmir edilməsi

3. *İstismar*

- Konstruksiyaların yoxlanması və onların çatışmazlıqlarının aradan qaldırılması
- Kosmetik təmir işlərinin aparılması
- Əsaslı təmir işlərinin aparılması



Şəkil 1. Monolit dəmirbeton işlərinin yerinə yetirilməsi fazaı və mərhələləri

Monolit dəmirbeton üzərində işin əsas mərhələləri dəqiq müəyyən edildikdə, bu materialdan hazırlanan konstruksiyanın istismar etibarlılığına mənfi təsir göstərən amilləri nəzərdən keçirə bilərik.

İlkin olaraq, layihələndirmə mərhələsində layihələndirilən konstruksiyalara yanlış aşağıdakı parametrlər daxil edilə bilər:

- konstruktiv sxemin düz seçilməməsi, yüklərin düzgün yerləşdirilməməsi;
- memarlıq formalarının mürəkkəbliyi, nəticədə layihə sxemlərinin uyğunsuzluğu;

• mühəndis-geoloji tədqiqatların qeyri-kafi məlumatlarından istifadə, bu da bünövrə qüsurlarının əmələ gəlməsinə səbəb olur;

• müəyyən edilmiş tələblərə və faktiki istismar şərtlərinə cavab verməyən materiallardan istifadə etməklə tikinti elementlərinin və onların ayrı-ayrı hissələrinin layihələndirilməsi;

• konstruktiv layihə sənədlərinin qeyri-peşəkar icrası, nəticədə işlərin keyfiyyətsiz olması;

• layihələndirilən konstruksiyalar tikinti sahəsində faktiki texnoloji prosesləri nəzərə almır.

Betonun tərkibinin layihələndirilməsi mərhələsində istismar etibarlılığına təsir edən amillərə gəldikdə isə aşağıdakı pozuntular baş verə bilər:

• beton qarışığının tərkibinin layihələndirilməsi üçün yanlış metodikanın seçilməsi;

• beton qarışığının tərkib hissələrini təyin edən səhv parametrlərin istifadəsi, nəticədə sıxılma və dartılma müqaviməti, şaxtaya davamlılıq dərəcəsi, suya davamlılıq, orta sıxlıq və iş qabiliyyətinə görə sinifdə uyğunsuzluq səbəbindən betonun keyfiyyətinin azalması.[3, səh. 19];

• sınaq mərhələsində istifadə olunan beton elementlərinin və beton qarışığının tərkibini tənzimləməsinə nəzarət etməmək;

• beton qarışığında iştirak edən materialların münasibət tərkibinin səhv hesablanması (sement, xırda doldurucu, iri doldurucu).

Tikinti mərhələsində istismar etibarlılığına təsir edən ilkin amillər beton qarışığının yüksək keyfiyyətli istehsalına uyğun gəlməyən amillər ola bilər; bu, zavodda beton qarışığının istehsalı üçün texnoloji prosesin pozulmasıdır:

• komponentlərin düzgün nizamlanmaması;

• beton qarışdırıcıda komponentlərin zəif qarışdırılması;

• hazır məhlul qarışığın parametrlərini ölçməyə laqeyd yanaşma;

• tələblərə uyğun olmayan hazır məhsulların göndərilməsini həyata keçirməsi.

Daşınma mərhələsində beton qarışığının keyfiyyətinə aşağıdakı kimi amillər təsir edə bilər:

• icazə verilən daşınma müddətini aşmaq (1 saatdan 1,5 saata qədər);

• hazır beton üçün icazə verilən daşınma məsafəsinə (50-70 km-dən çox olmayan) riayət edilməməsi;

• hazır beton daşıyan avtomobilin düzgün seçilməməsi.

İstehsalçıdan gətirilən beton qarışığı qoyarkən, gələcək konstruksiyanın keyfiyyətinin azalması ilə nəticələnən pozuntular da baş verə bilər.

Belə amillərə aşağıdakılar daxildir:

• daşınan avtomobildən beton qarışığı tədarükü üçün düzgün icra üsulunun seçilməməsi, beton qarışığının sərbəst boşalma hündürlüyünə (2 metrədən çox olmayan) riayət edilməməsi;

• betonun hazırlanmamış qablara boşaldılması.

Betonlama üçün əsas tələb, hər bir təbəqənin diqqətlə sıxılması ilə beton qarışığının texnoloji cəhətdən düzgün yerləşdirilməsidir. Bu mərhələdə aşağıdakı pozuntular müəyyən edilə bilər:

• beton qarışığı 1,5 MPa-dan az möhkəmlik əldə etməmiş tikiş sahəsinə qoyulmuşdur;

• işçi tikişin səthi hazırlanmamışdır (çirk və sement məhlulu pərdəsindən təmizlənməmiş, sıxılmış hava ilə üfürülməmiş və səthi su ilə nəmləndirilməmişdir);

• bütöv iri həcmli müxtəlif konstruksiya betonlanarkən qoyulacaq beton qatının qalınlığı hesablanmır (adətən daxili vibratorun işçi hissəsinin uzunluğunun 125%-dən çox olmamaqla qəbul edilir);

• müxtəlif tipli konstruksiyalarda betonun qoyulması texnologiyasına əməl olunmur;

• beton qarışığını vibrasiya etmək üçün düzgün üsul seçilmir;

• titrəmə qurğusunun hərəkət addımı səhv təyin edilib (1,5-1,7 təsir radiusundan çox olmayan);

• titrəmə manipulyasiyalarının müddəti müşahidə edilmir (daxili vibratorlar üçün – 20-40 saniyə, səthi – 20-60 saniyə, xarici – 60 saniyə).

Beton döşəndikdən sonra betona qulluq və qələbin sökülməsi mərhələsi başlayır. Bu mərhələdə aşağıdakı pozuntular baş verə bilər:

- quruma temperatur şəraiti qorunmur;
- 15° C-dən yuxarı temperaturda betonun su ilə sistematik nəmləndirilməsi aparılmamışdır; (müxtəlif sement əsaslı betonun müxtəlif nəmlənmə müddətləri, həmçinin tezliyi var).
- isti, günəşli havalarda konstruksiya xüsusi üzlük materialları ilə günəş radiasiyasından qorunmur;
- beton ən azı 1,5 MPa möhkəmlik əldə edənə qədər sərtləşmə dövründə konstruksiya üzərində insanların hərəkəti, eləcə də beton səthinə hamarlayan qurğudan istifadə edildikdə;
- qəlib qeyri-peşəkar şəkildə sökülməsi nəticəsində çat və qopmanın yaranması;
- konstruksiyadan ölçü cihazlarının vaxtında çıxarılmaması.

Son mərhələdə konstruksiyaların səthləri işlənir. Bu mərhələdə qəlib söküldükdən sonra aşkar edilmiş qüsurlar düzəldilir.

Tikinti mərhələsindən sonra əmlakın texniki istismarı mərhələsi gəlir.

Bu mərhələ ən uzundur və obyektin ümumi həyat dövrünün təxminən 95-97%-ni təşkil edir. Binaın təyinatından asılı olaraq xidmət müddəti 15 ildən 150 ilə qədərdir.

Monolit dəmirbeton tikililər bir qayda olaraq birinci, ikinci və ya üçüncü istismar qrupuna aid edilir, bu zaman göstərilən xidmətin səviyyəsindən asılı olaraq obyektlər təxminən 100-150 il ömür sürürlər.

Daşınmaz əmlakın istismarı mərhələsində təşkilati və texnoloji cəhətdən bir-biri ilə əlaqəli olan və eyni zamanda əmlakın təhlükəsizliyini təmin etməyə yönəlmiş tədbirlər kompleksi hazırlanır. Bu tədbirlər kompleksinə əsasən binanın cari və əsaslı təmirin aparılması mərhələsi daxil edilir [2, s.142,4, s.4].

Obyektin planlı təftişi mərhələsində konstruksiyadakı qüsurlar, onların baş vermə səbəbləri və onların aradan qaldırılması tədbirləri müəyyən edilir. Bu vəziyyətdə istismar etibarlılığına aşağıdakılar təsir edir:

- yaz və payız aylarında planlı yoxlamaların aparılması, o cümlədən bütövlükdə binanın, eləcə də ayrı-ayrı konstruksiyaların, xarici abadlıq işlərinin, mühəndisi avadanlıqlarının yoxlanılması;
- binanın növbəti təqvim dövründə istismara hazırlanması üçün zəruri tədbirlərin siyahısının hazırlanması;
- binanın istismara hazırlığının yoxlanılması (iradlar aradan qaldırıldıqdan sonra);
- mövcud normativ sənədlərə uyğun olaraq öz vəsaitləri hesabına təmir işləri aparmaq üçün binaların sahiblərinə və icarəçilərinə tövsiyələrin verilməsi.

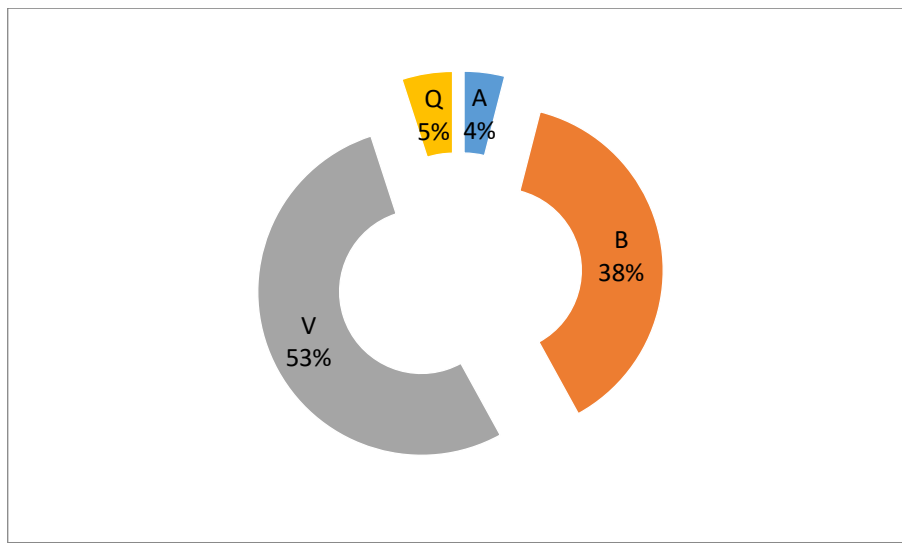
Gündəlik təmir mərhələsində istismar etibarlılığı aşağıdakı amillərə riayət etməklə təmin edilir:

- obyektin cari təmirinin təşkili və aparılması texniki istismar tələblərinə uyğun aparılmalıdır;
- cari təmirin tezliyi daşınmaz əmlak qrupu, fiziki aşınma, habelə yerli şərait nəzərə alınmaqla əvvəlki təmirdən sonra 3-5 ildən sonra aparılmalıdır;
- binanın cari təmiri başa çatdıqdan sonra xüsusi komissiya işin vizual qəbulunu, lazım gəldikdə isə cihazla qəbul nəzarətini həyata keçirməlidir;

Əsaslı təmir mərhələsində binanın istismar etibarlılığı üçün aşağıdakı əsas məqamlara riayət etmək vacibdir:

- bütövlükdə binanın və onun ayrı-ayrı hissələrinin texniki vəziyyətinin effektiv yoxlanılması;
- əsaslı təmir üçün layihə-texniki sənədlərin yüksək keyfiyyətlə hazırlanması;
- zədələnmənin və deformasiyanın aradan qaldırılması;
- binanın fiziki korlanmasının aradan qaldırılması.

İstismar etibarlılığına təsir edən bütün amilləri nəzərdən keçirərkən, əmlakın istismar etibarlılığına cavab verə bilmədiyi amillərin faizini əks etdirən diaqram (şəkil 2.) tərtib edilmişdir.



Şəkil 2. Daşınmaz əmlakın etibarlılığına təsir edən amillərin faiz diaqramı

A. Tikinti materialının keyfiyyətinin aşağı olması-4%

B. İstismar qaydalarının pozulması- 38%

V. Tikinti quraşdırma işlərinin yerinə yetirilməsi zamanı texnologiyaya düzgün riayət olunmadıqda 53%

Q. Konstruksiyaların layihələndirilməsində buraxılan səhvlər 5%

Şəkilin nəticələrinə əsasən demək lazımdır ki, tikinti mərhələsində tikinti-quraşdırma işlərinin aparılması texnologiyasına əməl edilməməsi daşınmaz əmlakın istismar etibarlılığına mənfi təsir göstərən amillərin ümumi miqdarının 53% -ni təşkil edir.

Həmçinin ümumi miqdarın 38%-i istismar mərhələsində olan amillərdir ki, burada binaya texniki qulluq üçün əsas tələblərə, habelə cari və əsaslı təmirin aparılması qaydalarına əməl edilməməsi binaların istismar etibarlılığını azaldır.

Layihələndirmə mərhələsində yarana biləcək və istismar etibarlılığına təsir edə biləcək amillər 5% təşkil edir. Bu göstərici ilk baxışdan kiçikdir, lakin birinci mərhələdə edilən səhvlər sonrakı ikisində mənfi nəticələrə gətirib çıxaracaq ki, bu da monolit dəmir betondan olan tikintinin texniki vəziyyətini pisləşdirəcək və son nəticədə istismar etibarlılığına tam cavab verə bilməyəcək.

Üç mərhələnin nəzərdən keçirilməsi nəticəsində konstruksiyaların istismar etibarlılığına mənfi təsir göstərən əsas amillər müəyyən edilmişdir. Həmçinin, yuxarıda təsvir edilmiş tədbirlər, şərtlər və tövsiyələr toplusuna əməl edilməməsi binanın etibarlılığının və dayanıqlığının azalmasına, istismar, istehlak xüsusiyyətlərinin və innovativ potensialın azalmasına, binanın ömrünün azalmasına səbəb olacaqdır.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Fərzəliyev S.A., Bələgzəv Ə.M. (2019). Monolit dəmirbeton işlərinin texnologiyası., Azəri poliqrafiyası, səh-5.

2. Сервейнг: организация, экспертиза, управление. Часть третья. Управленческий модуль системы сервейнга: учебник под общ.ред. проф. П.Г. Грабового. (215). – Москва: Издательство «АСВ», ИИА «Просветитель», 552 с.

3. Чулкова И.Л., Санькова Т.А. (2009). Автоматизированное проектирование составов бетонных смесей. – Омск: СибАДИ, 120 с.

4. Ключев К.А, Кузнецов А.А. (2017). Влияние дефектов конструкций и ошибок проектирования на этапах возведения монолитного каркасного здания // СтройМного. №1. – с. 6.

S.A.Farzaliyev

Phd, associate professor, Azerbaijan University of Architecture and Construction
ORCID 0000-0002-9241-4424

Factors affecting the reliability of constructive elements during the use of monolithic reinforced concrete buildings

Abstract

The trend of rapid development of monolithic reinforced concrete buildings in our republic makes the issues of durability and reliability relevant during its operation. This article contains a review of factors affecting the operational reliability of structural elements of monolithic reinforced concrete buildings. One of the main stages of the life cycle of buildings and facilities is the stage of its operation. Also, in the article, the main factors affecting the reliability of structural elements of real estate objects during their operation are determined and their percentage ratio is given.

Key words: *monolithic reinforced concrete buildings, operation, reliability, constructive elements, main factors affecting reliability, technical and technological solutions.*

С.А.Фарзалиев

д.ф.по т., доцент, Азербайджанский Архитектурно-строительный Университет
ORCID 0000-0002-9241-4424

Факторы, влияющие на надежность конструктивных элементов при эксплуатации монолитных железобетонных зданий

Резюме

Тенденция быстрого развития монолитных железобетонных зданий в нашей республике делает актуальным вопрос долговечности и надежности при их эксплуатации. В данной статье содержится обзор факторов, влияющих на эксплуатационную надежность конструктивных элементов монолитных железобетонных зданий. Одним из основных этапов жизненного цикла зданий и сооружений является этап его эксплуатации. Также в статье определены основные факторы, влияющие на надежность конструктивных элементов объектов недвижимости в процессе их эксплуатации и приведено их процентное соотношение.

Ключевые слова: *монолитные железобетонные здания, эксплуатация, надежность, конструктивные элементы, основные факторы, влияющие на надежность, технические и технологические решения.*

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-114-118>

M.M.Fərzəliyev
i.e.d., professor, Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti
S.R.Əhmədov
magistrant, Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti
subhan.ahmadov09@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 21.06.2024

The article was received by editorial board on 21.06.2024

Статья принята к печати 21.06.2024

AZƏRBAYCAN İNŞAAT SƏNAYESİ: DƏRİN VƏ HƏRTƏRƏFLİ TƏHLİL

Xülasə

Məqalədə sənaye sektorunun sürətlə genişlənməsi və transformasiyası nəticəsində son illər Azərbaycanın iqtisadi və sosial strukturunda mühüm dəyişiklikləri araşdırılıb. Bundan əlavə olaraq, rəqəmsallaşma, əbədi urbanizm, ağıllı şəhərlər, rəqəmsal əkiz texnologiya, pandemiya sonrası iqtisadi yenidənqurma və tədqiq edilmiş ESG agentləri kimi mövzular araşdırılmış, təhlil edilmişdir. Sənaye sektorunun inkişafının davam etməsi üçün bu dəyişikliklərin sosial nəticələrə, ekoloji dayanıqlığa və iqtisadi artıma necə təsir edəcəyi məqalədə dəyərləndirilmişdir.

Açar sözlər: tikinti, rıtm, transformasiya, iqtisadiyyat, rəqəmsallaşma, davamlılıq, pandemiya, yenidənqurma, texnologiya, idarəetmə, ESG, ÜDM.

GİRİŞ

Son illər Azərbaycanda tikinti sənayesi diqqətəlayiq inkişaf və transformasiyaya məruz qalıb. Bu prosesin nəticəsində tikinti sənayesi milli iqtisadiyyatın əsas sütunlarından birinə çevrilir və ölkənin həm sosial, həm də iqtisadi strukturlarına əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Xüsusilə Bakı kimi böyük şəhərlərdə hündürmərtəbəli tikililər, müasir yollar, körpülər, ticarət mərkəzləri və idman obyektləri bu genişlənmənin bariz nümunəsidir.

Tikinti sənayesi sürətlə inkişaf edir və Azərbaycan hökuməti bu genişlənməni bir sıra proqram və stimullarla dəstəkləyir. Bu tədbirlərə vergi güzəştləri, əcnəbilərə investisiya imkanlarının açılması və infrastruktur layihələrinə külli miqdarda vəsaitin ayrılması daxildir. Sektorun davamlı inkişafına dövlət tərəfindən dəstəklənən bu həvəsləndirmələr böyük köməklik göstərir. Eyni zamanda, artan məşğulluq dərəcələri və ölkənin ümumi iqtisadi artımı tikinti sektorunun genişlənməsinə müsbət təsir göstərir.

İnşaat sənayesinin genişlənməsi nəticəsində əmək bazarı və təhsil sistemi böyük dəyişikliklərə məruz qalmışdır. Layihə menecmenti, memarlıq və inşaat mühəndisliyi kimi fənlər üzrə dərəcə alan tələbələrin sayı əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır. Sektorun ixtisaslı kadrlara olan tələbatını ödəmək üçün bu artım çox vacibdir. Sənayenin böyüməsinə davamlı tikinti üsulları və texniki irəliləyişlər kimi sahələrdə ixtisaslı işçilərə olan ehtiyac kömək edir.

Azərbaycanda tikinti sektoru daha davamlı və effektiv layihələr yaratmaq üçün qabaqcıl texnikaları və müasir texnologiyaları tətbiq etməyə çalışır. Rəqəmsal əkizlər, süni intellekt, əşyaların interneti və rəqəmsallaşma kimi müasir texnologiyalar sayəsində tikinti layihələri daha effektiv və davamlı şəkildə idarə oluna bilər. Tikinti prosesləri xərcləri azaltmaq, məhsuldarlığı artırmaq və ətraf mühitə mənfi təsirlərini azaltmaq üçün bu texnologiyalardan istifadə edir.

Respublikamızın tikinti sektorunda davamlı urbanizasiya və yaşıl tikinti texnikasının əhəmiyyəti artır. İndi yeni tikinti layihələrində prioritetlərə enerji səmərəliliyi, ekoloji davamlılıq və yaşıl bina tələbləri kimi məsələlər daxildir. Bu strategiya ətraf mühitə mənfi təsirlərin minimuma endirilməsi, eləcə də daha yaşana bilən və sağlam icmaların inkişafı üçün çox vacibdir.

2018-2024-cü illərdə ortaya çıxan müasir elmi nəzəriyyələr çərçivəsində Azərbaycanın tikinti sektorunun hazırkı vəziyyəti və perspektiv irəliləyişləri hərtərəfli araşdırılıb. Bu ideyalar sənayenin inkişafı və təkamülünü dərk etməyimizə və təhlil etməyimizə kömək edir.

NƏZƏRİ YANAŞMALAR

Tikinti sektorunun artımını təmin etmək üçün investisiyaların effektiv funksiyası və təsir mexanizmi bir neçə ideya və konsepsiyanın mövzudur. Bu sahədə tikinti sənayesinin genişlənməsi və metamorfozu üzərində cəmləşən alimlər kapital axınının əhəmiyyətini və təsirini vurğulayırlar.

Müasir tikinti sənayesinə rəğbət bəsləyən alimlər, xüsusən də, fərdi əmanətlərin yaradılmasının sənayedə oynadığı rolu, eləcə də investisiya davranışının arxasında duran hərəkətverici qüvvələri öyrənir və aydınlaşdırır. Tikinti sərmayələrinin təbiəti və bu qərarları istiqamətləndirən əsas fərziyyələr üzərində aparılan araşdırmalar sənayenin genişlənməsi və inkişafının neoklassik iqtisadi nəzəriyyələrlə üst-üstə düşdüyünü ortaya qoyur.

R.Əhmədov və başqa akademiklər 2020-ci ildə nəşr olunmuş “Azərbaycanda tikinti sektorunun inkişafı” kitabında son illər Azərbaycanda tikinti sənayesi xeyli genişləndiyini bildiriblər. Bununla yanaşı bildiriblər ki, hazırda tikinti sənayesi bu genişlənmə nəticəsində Azərbaycan iqtisadiyyatının əsas sütunlarından birini təşkil edir ki, bu da ölkənin sosial-iqtisadi inkişafını əhəmiyyətli dərəcədə irəli aparır.

M.Əliyev və başqa akademiklər 2019-cu ildə nəşr olunan “Azərbaycan İnşaat Sektoru Siyasəti” kitabında bildiriblər ki, Azərbaycan hökuməti tikinti sənayesinin sürətlə genişlənməsini təşviq etmək üçün qanunlar və stimullar hazırlayıb ki, bu da sənayenin davamlı inkişafına kömək edir. Vergi güzəştləri, xarici investorlar üçün yerləşdirmə və infrastruktur layihələrinin maliyyələşdirilməsi kimi mühüm tədbirlər bu proqramların bir hissəsidir.

2021-ci ildə nəşr olunan “Azərbaycanda İnşaat Tədrisi və Məşğulluq” kitabında Azərbaycanın təhsil müəssisələri tikinti sənayesinin yüksəlişindən əhəmiyyətli dərəcədə təsirləndiyini bildirən F.Həsənov bununla yanaşı layihə menecmenti, memarlıq və inşaat mühəndisliyi kimi fənlər üzrə təhsil alan tələbələrin sayı artdığını da qeyd edib. Bu artım sənayenin ixtisaslı işçilərə olan ehtiyacını ödəmək üçün lazımdır. Sənayenin texnoloji irəliləyişlərə uyğunlaşmasına kömək edilməlidir.

N.İsmayılov və digər akademiklər isə belə düşünürlər, Azərbaycanın tikinti sektoru daha davamlı və effektiv layihələr yaratmaq üçün rəqəmsallaşma və müasir texnologiyadan istifadə etmək istəyir. Süni intellekt, rəqəmsallaşma və əşyaların interneti kimi texnologiyalar tikinti əməliyyatlarına daha uğurla nəzarət etməyə imkan verir. N.İsmayılov və digər akademiklər bu qeydlərini 2022-ci ildə nəşr olunmuş, “Azərbaycan İnşaat Sektorunda Texnoloji Transformasiya” kitabında aparıblar.

TƏHLİL

Azərbaycanın ÜDM-u əsasən tikinti sənayesindən əldə edilir ki, bu da məşğulluğa əhəmiyyətli töhfə verir. Bakıdakı hündülmərtəbəli tikililər, müasir yollar və körpülər, ticarət mərkəzləri və idman obyektləri son illərdə həyata keçirilən mühüm layihələrdən yalnız bir neçəsidir. Təkcə Azərbaycanda deyil, bütün regionda bu təşəbbüslər böyük maraq doğurub.

Azərbaycan hökumətinin tətbiq etdiyi bir sıra qaydalar və həvəsləndirici siyasət tikinti sənayesini inkişaf etdirməyə təşviq edir. Bu tədbirlərə vergi güzəştləri, əcnəbilərə investisiya imkanlarının açılması və infrastruktur layihələrinə külli miqdarda vəsaitin ayrılması daxildir. Bu təşviqlər nəticəsində sektor davamlı inkişaf edib.

İnşaat sektorunun genişlənməsi nəticəsində əmək bazarı və təhsil sistemi əsaslı dəyişikliklərə məruz qalmışdır. Layihə menecmenti, memarlıq və inşaat mühəndisliyi daxil olmaqla, fənlər üzrə dərəcə alan tələbələrin qəbulunda nəzərəcarpacaq artım olmuşdur. Bundan əlavə, sektorun ixtisaslı

işçilərə tələbatında nəzərəcarpacaq artım var. Azərbaycanda tikinti sektorunda son bir neçə ildə əhəmiyyətli transformasiya və genişlənmələr müşahidə olunur. Ölkənin sosial və iqtisadi strukturları bu prosesdən əhəmiyyətli dərəcədə təsirlənir. Bu artan tendensiyanın gələcəkdə də davam edəcəyi gözlənilir. Bu baxımdan, akademik tədqiqatların tikinti sektorundakı tendensiyaları fəal şəkildə izləməsi və təhlil etməsi çox vacibdir.

Akademik nəzəriyyələr və nəzəri yanaşmalar (2018–2024)

1. İnşaat Sektoru və Sənaye 4.0 (2018):

- 2018 Sənaye 4.0 Nəzəriyyəsi: Dördüncü sənaye inqilabı və ya sənaye 4.0, avtomatlaşdırma və rəqəmsallaşdırmanın istehsal proseslərinə necə daxil edildiyinə baxır. Azərbaycanda tikinti sənayesi rəqəmsallaşdırma, süni intellekt və əşyaların internetindən istifadə etməklə səmərəliliyi və davamlılığını artırır. Sənaye bu nəzəriyyə çərçivəsində qiymətləndirildikdə araşdırıla bilər.

2. Yaşıl tikinti və davamlı urbanizm (2019):

- Dayanıqlı urbanizm nəzəriyyəsi (2019): Şəhərlərin ətraf mühit, iqtisadiyyat və cəmiyyət baxımından davamlı şəkildə inkişafı və idarə edilməsi dayanıqlı urbanizmin diqqət mərkəzindədir. Müasir Azərbaycan şəhər layihələrini bu ideyanın obyektivindən tədqiq etmək enerji səmərəliliyi, yaşıl tikinti təcrübələri və ekoloji davamlılıq sahəsində əldə edilən irəliləyişləri görməyə imkan verir.

3. Şəhər Yenilənməsinin Sosial Təsirləri (2020)

- Şəhər Yenilənməsi Nəzəriyyəsi (2020): Şəhərlərin cavanlaşdırılmasının məqsədi şəhərlərin fiziki, sosial və iqtisadi strukturlarını yaxşılaşdırmaqdır. Azərbaycanda şəhər transformasiyası layihələrinin sosial təsirləri, eləcə də onların həyat keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması və iqtisadi artıma yardımı bu nəzəriyyə kontekstində nəzərdən keçirildikdə anlaşıla bilər.

4. Rəqəmsal İnnovasiya və Ağıllı Şəhərlər (2021):

- Ağıllı Şəhər Nəzəriyyəsi (2021): İnformasiya və kommunikasiya texnologiyalarından istifadə etməklə, ağıllı şəhərlər özlərinin davamlılığını, səmərəliliyini və vətəndaşlar həyat keyfiyyətini yaxşılaşdırmağa çalışırlar. Rəqəmsal innovasiyaların və ağıllı infrastruktur texnologiyalarının şəhər həyatına faydaları Bakıdakı ağıllı şəhər təşəbbüsləri bu nəzəriyyədən bir çərçivə kimi istifadə edilərək qiymətləndirildikdə gözə çarpandır.

5. Tikinti Sənayesində Pandemiya və Dəyişikliklər (2022):

- Pandemiya sonrakı İqtisadiyyatın Yenidən Qurulması Nəzəriyyəsi (2022): Həm tikinti sektoru, həm də global iqtisadiyyat COVID-19 epidemiyasından əhəmiyyətli dərəcədə təsirlənib. Azərbaycanın tikinti sənayesi həm pandemiya zamanı, həm də pandemiya sonrakı yeni biznes modellərinin, səhiyyə təşəbbüslərinin və sektorun uyğunlaşmalarının araşdırılmasına imkan verən post-pandemiya iqtisadi restrukturizasiya nəzəriyyəsindən istifadə etməklə dəyişikliklər etməyə başlamışdır.

6. Rəqəmsal Əkizlər Texnologiyası və İnşaatı (2023):

- Rəqəmsal Əkizlər Nəzəriyyəsi (2023): Maddi aktivlərin rəqəmsal dublikatlarını istehsal etməklə, rəqəmsal əkizlər əməliyyatların və texniki xidmətin daha effektiv idarə olunmasına imkan verir. Layihələrin idarə edilməsində rəqəmsal əkiz texnologiyasının təklif etdiyi faydalar və səmərəliliyin artırılması Azərbaycanda əhəmiyyətli tikinti layihələri araşdırıldıqda gözə çarpır.

7. Ətraf Mühit, Sosial və İdarəetmənin Quruluşu və Faktorları (ESG) (2024):

- ESG Nəzəriyyəsi (2024): ESG (ətraf mühit, sosial və idarəçilik) elementləri bir mühiti qiymətləndirmək üçün istifadə olunur. ESG standartlarından istifadə etməklə Azərbaycanın tikinti sənayesi qiymətləndirilərkən, sənayenin sosial məsuliyyəti, ətraf mühitin davamlılığı və institusional şirkətin etik və davamlı fəaliyyətini anlamaq olar.

NƏTİCƏ

Azərbaycanın tikinti sənayesi 2018-2024-cü illər arasında əhəmiyyətli transformasiya və inkişaf prosesini yaşayıb. Bu prosesdə rəqəmsallaşma, davamlı urbanizm, şəhərlərin yenilənməsi, ağıllı şəhərlər, pandemiya sonrası iqtisadi yenidənqurma, rəqəmsal əkiz texnologiya və ESG faktor-

ları kimi müasir akademik nəzəriyyələr çərçivəsində təhlillər aparılıb. Bu nəzəriyyələr bizə Azərbaycanın tikinti sənayesində baş verən dəyişikliklərin iqtisadi, sosial və ətraf mühitə təsirlərini hərtərəfli qiymətləndirməyə imkan verdi.

2018-2024-cü illər ərzində Azərbaycan tikinti sənayesi müasir texnologiyalardan və innovativ yanaşmalardan istifadə etməklə inkişaf və transformasiya prosesində mühüm irəliləyişlər əldə edib. İqtisadi artım, ekoloji davamlılıq və sosial təsirlər baxımından qiymətləndirildikdə, tikinti sektorunda baş verən inkişafın ölkənin ümumi inkişaf prosesinə böyük töhfələr vermişdir. Bu tendensiyanın gələcəkdə də davam edəcəyi və sektorun daha davamlı, səmərəli və innovativ struktur qazanacağı gözlənilir. Bu kontekstdə Azərbaycanın tikinti sənayesində baş verənləri yaxından izləmək və təhlil etmək akademik tədqiqatlar üçün vacibdir.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Əhmədov R. və b., (2020) "Azərbaycanda tikinti sektorunun inkişafı", Bakı.
2. Əliyev M. və b., (2019) "Azərbaycan İnşaat Sektoru Siyasətləri", Bakı.
3. Həsənov F. və b., (2021) "Azərbaycanda İnşaat Təlimi və Məşğulluq", Bakı.
4. İsmayılov N. və b., (2022) "Azərbaycan İnşaat Sektorunda Texnoloji Transformasiya", Bakı.
5. Myers D., (2018) "Construction Economics: A New Approach", London.
6. Grose M. və Hibberd P. (2020). "Construction Law in the United Arab Emirates and the Gulf", Dubai.

M.M.Farzaliyev

*Doctor of Economic Sciences, professor,
Azerbaijan University of Architecture and Construction*

S.R.Ahmadov

*master student, Azerbaijan University of Architecture
and Construction*

Azerbaijan construction industry: deep and comprehensive analysis

Abstract

The article examines important changes in the economic and social structure of Azerbaijan in recent years as a result of the rapid expansion and transformation of the industrial sector. In addition, topics such as digitization, eternal urbanism, smart cities, digital twin technology, post-pandemic economic reconstruction and studied ESG agents are explored and analyzed. The article assesses how these changes will affect social outcomes, environmental sustainability and economic growth for the continued development of the industrial sector.

Key words: construction, growth, transformation, economy, digitalization, sustainability, pandemic, reconstruction, technology, governance, ESG, GDP.

М.М.Фарзалиев

д.э.н., профессор, Азербайджанский Архитектурно-строительный Университет

С.Р.Ахмедов

магистрант, Азербайджанский Архитектурно-строительный Университет

Строительная промышленность Азербайджана: глубокий и комплексный анализ
Резюме

В статье рассматриваются важные изменения в экономической и социальной структуре Азербайджана за последние годы в результате быстрого расширения и трансформации промышленного сектора. Кроме того, исследуются и анализируются такие темы, как цифровизация, вечный урбанизм, умные города, технология цифровых двойников, восстановление экономики после пандемии и изученные агенты ESG. В статье оценивается, как эти изменения повлияют на социальные результаты, экологическую устойчивость и экономический рост для дальнейшего развития промышленного сектора.

Ключевые слова: *строительство, рост, трансформация, экономика, цифровизация, устойчивость, пандемия, реконструкция, технологии, управление, ESG, ВВП.*

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-119-125>

Z.B.Ağayev
doktorant, Bakı Avrasiya Universiteti
ORCID 0000-0001-7976-3411
ziya.aghayev@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 25.06.2024

The article was received by editorial board on 25.06.2024

Статья принята к печати 25.06.2024

LOGISTİKA SİSTEMLƏRİNİN FƏALİYYƏTİNİN ƏSAS METODOLOJİ MƏSƏLƏLƏRİ

Xülasə

Məqalədə müasir şəraitdə logistik fəaliyyətini təşkili prosesində sistem formasının qurulması vurğulanır. Logistika sistemi təchizat, istehsal, anbar, anbar saxlama, daşıma, paylama proseslərinin kompleks idarə edilməsini həyata keçirməyə imkan verir ki, bu da şirkətin bazarda sabit mövqeyini və istehlakçıların tam spektrinin təmin edilməsini təmin edir. Nəqliyyat sistemlərin formalaşması prosesinə vahid yanaşma işlənmişdir. Məqalədə müəllif logistik sistemin strukturunu, onun formalaşması prosesini təmin edən mərhələlərini və üsullarını nəzərdən keçirir.

Açar sözlər: logistika, logistika sistemi, metodologiya, element, rabitə, alt sistem, informasiya strukturu.

GİRİŞ

Logistik təşkilatın sistemli forması müasir iqtisadiyyatın ehtiyaclarına cavab verir ki, burada proses düşüncəsini strategiyalar, təşkilati strukturlar və resurslarla inteqrasiya etmək lazımdır. Sistem yanaşması həm elmi tədqiqatlarda, həm də sosial-iqtisadi sistemlərdə proqnozlaşdırma, layihələndirmə və idarəetmə ilə bağlı praktiki problemlərin həllində çoxdan geniş istifadə olunur. Sistem yanaşması ilə vəzifə hər hansı bir idarəetmə obyektinin elementləri (alt sistemləri) arasındakı əlaqələri müəyyən edilməsi və öyrənilməsi vəhdətini təşkil edir. Bu baxımdan mühüm məqam özəl yerli vəzifələrin, ayrı-ayrı alt sistemlərin ümumi və yekun məqsədə tabe olmasıdır. Bu halda, ilkin şərt ümumi məqsəd və vəzifələrin aydın şəkildə ifadə edilməsi, sonra isə həm bütövlükdə sistem, həm də onun ayrı-ayrı elementləri üçün ən effektiv həllərin müəyyən edilməsidir. Menecmentdə, o cümlədən logistik menecmentdə sistemli yanaşma sistemli düşüncə tərzini kimi başa düşülür ki, ona görə qərarın əsaslandırılması prosesi qərarın ümumi məqsədinin (plan, habelə fəaliyyət göstəriciləri və standartların) müəyyənləşdirilməsinə və bir çox alt sistemlərin fəaliyyətinin onların inkişafına ardıcıl tabe olmasına əsaslanır. Ümumi mənada sistem yanaşması istənilən növ və miqyaslı analitik problemlərə tətbiq olunan həllərin işlənilib hazırlanması üçün nizamlı və təkrarlana bilən prosedur kimi qəbul edilir [1,s.6]. Logistik təşkilatın sistemli forması istehlakçıya artan dəyər yaratmaq və çatdırmaq məqsədi ilə şüurlu, əməkdaşlıq, nəticəyönümlü fəaliyyətləri əhatə edir. Bu təşkilat forması logistika sistemlərinin formalaşmasında özünü göstərir. Logistika sistemlərinin yaradılması və fəaliyyət göstərməsinin nəzəri və metodoloji əsasını sistemlərin ümumi nəzəriyyəsi təşkil edir.

Logistika sistemində sistemli yanaşma və onun təkmilləşdirilməsi

Sistemlərin ümumi nəzəriyyəsinin əsas müddəalarını qısaca təqdim edək. Müxtəlif elmi əsərlərdə həm bioloji, həm də sosial xarakterli hər hansı mürəkkəb təşkilatlara xas olan ümumi xarakterik xüsusiyyətləri təqdim olunur. Həmin əsərlərdə sistemi “qarşılıqlı təsir göstərən elementlər kompleksi” kimi müəyyən etmişdir [2, s.128].

XX əsrin əvvəllərində oxşar məsələlərlə digər müəlliflər də məşğul olmuşdur. Məsələn, A.A. Boqdanov, təşkilatın ümumi nəzəriyyəsini yaratdı [1]. Ən uğurlularından biri M. Mesarovic və J. Takahari [4, s.55] tərəfindən təklif edilən tərifdir , ona əsasən sistem xüsusi səciyyə malik olan elementlər toplusudur. Beləliklə, aydın olur ki, “sistem” anlayışında açar sözlər “element”, “əlaqə”, “xüsusiyyət”dir. Element sistemin ən sadə bölünməz hissəsidir, qarşıya qoyulmuş məqsəd və konkret tapşırıq nöqteyi-nəzərindən nəzərdən keçirilir. Əlaqələr elementlərin və bütövlükdə sistemin davranışına təsir edən elementlər arasındakı əlaqələrdir. Funksional elementlərin və birləşmələrin növləri fərqli ola bilər. Sistem müxtəlif özəl sistemlərdən (alt sistemlərdən) ibarət ola bilər və eyni zamanda özü də başqa və ya bir çox başqa sistemlərin alt sistemi kimi çıxış edə bilər. Sistemin elementləri onların strukturu öyrəniləndikdə altsistem kimi sayıla bilər [1 , s.8].

Logistika sisteminin məqsədyönlü istiqaməti müəyyən edilmiş kəmiyyət və keyfiyyət xüsusiyyətləri ilə logistika axınlarının optimal məsrəf səviyyəsində istehsal və ya şəxsi istehlak üçün mümkün qədər hazırlanmış şəkildə çatdırılmasında ifadə olunur.

Sistem yanasması logistik sistem anlayışına gətirib çıxarır. Logistika xidmətləri, informasiya sistemləri və infrastruktur logistika sisteminin üç komponentidir. Onlar yaxından əlaqədirlər. Logistika sisteminin üç əsas komponentinin qarşılıqlı əlaqəsi aşağıdakı kimi şərh olunur. Logistika xidmətləri materialların və məhsulların daxilolmalardan istehsal vasitəsilə istehlakçılara hərəkətini, həmçinin əlaqədar tullantıların atılmasını və əks axınları dəstəkləyir. Bunlara xidmət istifadəçiləri (istehsalat zavodunda ehtiyatların saxlanması və ya inventar nəzarəti kimi) və kənar xidmət təminatçıları tərəfindən şirkət daxilində həyata keçirilən fəaliyyətlər daxildir. Logistik xidmətlərə fiziki fəaliyyətlər (məsələn, daşıma, saxlama), eləcə də qeyri-fiziki fəaliyyətlər (məsələn, təchizat zəncirinin dizaynı, podratçı seçimi, yükdaşıma danışıqları) daxildir. Logistik xidmət fəaliyyətlərinin əksəriyyəti iki istiqamətlidir.

Logistika sistemləri və logistik xidmətlər müxtəlif informasiya sistemlərindən istifadə edir. Bu sistemlərə qərar qəbul etmə prosesinin modelləşdirilməsi və idarə edilməsi daxildir və izləmənin texniki məsələlərini həll edir. O, logistika xidmətləri və hədəf stansiyaları arasında qarşılıqlı əlaqənin hər mərhələsində lazımi məlumatları və məsləhətləri təqdim edir. İnfrastruktur insan resurslarını, maliyyə resurslarını, qablaşdırma materiallarını, anbarları, nəqliyyat və kommunikasiyaları əhatə edir. Əsas kapitalın böyük hissəsi bu infrastrukturların yaradılması üçün nəzərdə tutulub. Yaxşı inkişaf etmiş logistika sistemləri olmadan logistika effektiv ola bilməz. Səmərəli logistika sistemi sinergetik effekt yaradır. Balanslaşdırılmış logistika sistemi yüksək logistika səmərəliliyini təmin edə bilər. Əməliyyat xərclərini azaldır və xidmət keyfiyyətini artırır.

Logistika sistemlərinin təkmilləşdirilməsi dövlət və özəl sektorların səylərini tələb edir. Yaxşı işləyən logistika sistemi həm hökumətlərin, həm də biznesin rəqabət qabiliyyətini artırmağa bilər. Logistika sistemi malları və məhsulları mobil edir və ən az xərc prinsipinə uyğun olaraq əlavə dəyəri təşviq etmək üçün vaxtında və regional səmərəliliyi təmin edir. Nəqliyyat logistik fəaliyyətin nəticələrinə təsir edir və təbii ki, istehsal və satışa da təsir göstərir. Logistika sistemində nəqliyyat xərcləri obyektiv bazarda məhdudiyyət kimi qəbul edilə bilər. Bu xərclər sadəcə olaraq satışın çox aşağı həcmli, aşağı çəki, yüksək dəyərli məhsullar üçün göndərmə xərcləri sadəcə olaraq satışın çox kiçik bir hissəsini tutur və daha az qiymətləndirilir; digər tərəfdən iri, ağır, aşağı dəyərli məhsullar üçün daşıma satışın çox böyük hissəsini tutur və mənfəətə daha çox təsir edir və buna görə də daha qiymətlidir. Nəqliyyat logistika sistemində birləşdirici rol oynayır və son istehlakçının xeyrinə resursların faydalı mallara çevrilməsi üçün çalışır. Biznes logistikası konsepsiyasını təşkil edən maksimum müştəri xidmətinin xərclərini minimuma endirmə prinsipi - bütün logistik funksiyaların və onun alt funksiyaların malların hərəkəti sistemində planlaşdırılmasıdır. Ənənəvi olaraq, nəqliyyat logistika sisteminə istehsal, saxlama, daşıma, topdansatış və pərakəndə satış məqsədilə ayrı-ayrı şirkətlər daxildir. İstehsal müəssisələri zavod və inventar daxilində materialların, komponentlərin və təchizatların yığılmasını tələb edir.

Logistika sisteminin təşkili və onun idarə edilməsi ilə əlaqədar olaraq, hər bir şirkət əməliyyat xarakterli bir çox tabeli məqsədləri rəhbər tutur. Beləliklə, Rıkalina O.V. ən azı altı əməliyyat məqsədi müəyyən edir, bunlara nail olunması ilk növbədə logistikanın səmərəliliyini müəyyənləşdirir: sürətli reaksiya, minimal qeyri-müəyyənlik, minimal inventar, daşınmanın konsolidasiyası, keyfiyyət, həyat dövrünün dəstəklənməsi [5, s. 160].

Logistika sistemləri onları mürəkkəb sistemlər kimi təsnif etməyə imkan verən spesifik xüsusiyyətlərə malikdir. Yəni şaxələnmiş quruluşa və öz təyinatına malik, bütün sistemin ümumi məqsədinə tabe olan çoxlu sayda bir-biri ilə əlaqəli və qarşılıqlı əlaqədə olan elementlərə (alt sistemlərə), həmçinin müxtəlif tipli özünü-təşkilətmənin əlaqələri və elementlərə malik olan sistemlər çıxış edir. Sistemin mövcudluğu onun xarakterik xüsusiyyətləri və ya xassələri sayəsində mümkün olan dinamik inkişafı nəzərdə tutur. Yerli və xarici müəlliflərin əsərlərinin təhlili və ümumiləşdirilməsi logistika sistemlərinin sintezi üçün elmi ictimaiyyətdə aydın şəkildə tanınan dörd əsas prinsipi müəyyən etməyə imkan verir: mürəkkəblilik, bölünmə qabiliyyəti, bütövlük və struktur. Sistemli təşkilat forması onun müsbət və mənfi tərəflərini aşkar edən bəzi xüsusiyyətlərə malikdir, yəni:

1) iyerarxik quruluşu, struktur elementlərinə funksiyaların ciddi şəkildə verilməsini, aşağı səviyyələrdə yaranan bütün fikir ayrılıqlarının kompromis və ya fərdi həllini nəzərdə tutur;

2) hər bir struktur elementin (alt sistem, əlaqə) daxili maraqlarını əks etdirən öz optimallıq meyarlarına malik olduğunu etiraf edir;

3) təşkilati strukturun modal strukturuna əsaslanır və həm mərkəzləşdirilmiş, həm də mərkəzləşdirilməmiş idarəetməni əhatə edir;

4) logistika təşkilinin sistemli forması olan dominant təşkilati strukturlara - funksional tipli strukturlara malikdir;

5) idarəetmə strukturunu formalaşdırarkən həm obyekt, həm də funksional istiqamətləndirməyə imkan verir;

6) idarəetmə strukturunun qurulması üçün iki modeldən istifadə edir - inzibati və müqaviləli.

Logistika sistemlərinin inkişafı logistika konsepsiyasının təkamülü ilə birlikdə həyata keçirilir. Çox güman ki, yaxın gələcəkdə logistika sistemləri bütövlükdə iqtisadi sistemin transformasiyası hesabına daha yüksək təkamül inkişaf səviyyəsinə keçməyə məcbur olacaq. Bu dəyişikliklərin əsası, öz növbəsində, innovativ komponentə əsaslanan davamlı təkmilləşdirmə postulatı olmalıdır. Logistika sistemləri ilə əlaqədar olaraq, bu mərhələ dördüncü inkişaf səviyyəsinə xas olanlara əlavə olaraq, logistika innovasiyalarının idarə edilməsi və daxili və xarici məlumat axınlarının konsolidasiyası kimi fəaliyyət növlərinin daxil edilməsi ilə xarakterizə edilməlidir. Sistemli təşkilat forması müəyyən əlaqələr və münasibətlərdə olan struktur hissələrin mövcudluğunu təmin edir. Logistika sistemlərinin təşkilati strukturu sənayenin növü, qəbul edilmiş idarəetmə konsepsiyası, müəssisənin ölçüsü və onların fəaliyyətinin miqyası ilə müəyyən edilir. Retrospektiv təhlil göstərir ki, logistika sisteminin parçalanması aşağıdakıları vurğulamaqla həyata keçirilə bilər:

- *Logistika sisteminin idarəetmə obyektlərinin təbii və maddi tərkibi.* Sistemin strukturlaşdırılmasına bu yanaşma ilə inventar, anbar, nəqliyyat, informasiya, kadr və s. kimi sistem elementləri müəyyən edilir;

- *Logistika sisteminin elementlərinin funksional tərkibi.* Bu yanaşma logistika sistemi daxilində spesifik logistik funksiyaların yerinə yetirilməsi üçün məsul olan blokların müəyyənləşdirilməsini nəzərdə tutur ki, bunlardan da başlıcası satınalma (təchizat), istehsal və satışdır;

- *Logistika sisteminin struktur tərkibi.* Bu parçalanma logistika sistemi daxilində alt sistemlərin, əlaqələrin və elementlərin bölüşdürülməsini nəzərdə tutur. Logistika idarəetməsinin təşkilati formaları baxımından ən çox maraq doğuran obyekt iyerarxiyasıdır.

Struktur parçalanma bizə həm sistem daxilindəki komponentlər (daxili əlaqələr) arasında, həm də xarici bazar mühitində iqtisadi axınların hərəkəti prosesində qarşılıqlı əlaqədə olan müxtəlif logis-

tika sistemlərinin komponentləri (xarici əlaqələr) arasında əlaqələrin mövcudluğunu aydın şəkildə izləməyə imkan verir. Daxili əlaqələr beləliklə daxili sxemləri, xarici əlaqələri isə - müvafiq olaraq, xarici sxemləri təşkil edir.

Qeyd etmək lazımdır ki, logistika sisteminin formalaşması mürəkkəb prosesdir. Onu yaratmağa başlayanda onlar əvvəlcə bu sistemin elementlərinin qarşılıqlı əlaqəsinə təsir edən və bazarda tələbatın ödənilməsi, struktur bölmələrin sayı (mikro səviyyədə) və müəssisələrin sayı kimi müəyyən edici aspektlərə təsir edən məqsədlər toplusunu öyrənir və müəyyənləşdirirlər. logistika sisteminə daxil edilir (makro səviyyədə).

Məhdudiyyətlər gəlirlilik səviyyəsi, maddi, əmək və maliyyə resursları ilə təminatdır. Sonra, formalaşmaqda olan logistika sisteminin sərhədlərini müəyyən etmək məqsəduyğundur ki, bu da onun obyekt tərkibinə və sistem iştirakçılarının yerinə yetirdiyi funksiyalara təsir edəcəkdir. Qeyd etmək lazımdır ki, istənilən logistika sistemi çoxstrukturludur və aşağıdakı komponentləri ehtiva edir:

1) təbəçilik və koordinasiyanın birləşməsinə əhatə edən təşkilati struktur, yəni təbəçilik və ardıcılıqın təmin olunması;

2) təsərrüfat quruluşu, o cümlədən mülkiyyət münasibətlərinin məcmusu;

3) rəsmi və qeyri-rəsmi informasiya axınlarının məcmusunu birləşdirən informasiya strukturu;

4) maddi quruluş, yəni xammal, material, yarımfabrikat, hazır məhsul axınının məcmusu;

5) texniki vasitələrin və mexanizmlərin məcmusunu birləşdirən texniki struktur;

6) maliyyə axınlarının məcmusunu birləşdirən maliyyə strukturu;

7) əxlaqi və psixoloji quruluş, o cümlədən işçilərin bəyənmələri, davranış normaları və işə münasibət.

Sadalanan strukturların hər biri bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqədə olan elementlərin öz tərkibinə malikdir. Logistika sistemini bütövlükdə nəzərdən keçirsək, onun yeddi əsas komponentini ayırd edə bilərik: maddi resurslar, inventarlar, anbarlar (məhsulların saxlanması və emalı sistemləri), nəqliyyat (nəqliyyat sistemi), istehsal xidmətləri, informasiya rabitəsi və nəzarət, kadrlar.

Logistika sisteminin elementlərinin təyinatının müəyyən edilməsi onların tərkibini, metodlarını, digər elementlərlə qarşılıqlı əlaqə formalarını və üsullarını müəyyən etmək, habelə logistika sisteminin obyekt iyerarxiyasını formalaşdırmaq məqsədi ilə həyata keçirilir. Logistika sisteminin qurulmasının növbəti mərhələsi onun hər bir obyektinin funksionallığını müəyyən etməkdir.

Logistika sisteminin müəyyən bir məqsədə uyğun inkişafı məqsədlə onun fəaliyyətinin effektivliyi baxımından bir sıra xüsusi göstəricilər və meyarlar hazırlamaq lazımdır.

Ümumiyyətlə, logistika sisteminin formalaşdırılması prosesi bir sıra ardıcıl mərhələləri əhatə edir:

1) logistika sisteminin məqsədinin müəyyən edilməsi;

2) sistemin sərhədlərinin müəyyən edilməsi;

3) struktur tərkibinin təsdiqi;

4) sistemin obyekt komponentlərinin (alt sistemlər, keçidlər, elementlər) formalaşması;

5) logistika sisteminin hər bir obyekt tərəfindən yerinə yetirilən funksiyaların bölüşdürülməsi

6) sistemin fəaliyyət göstəricilərinin işlənilib hazırlanması

7) logistika sisteminin səmərəliliyinin monitorinqi.

Logistika sistemlərinin formalaşdırılması prosesində onların qurulması baxımından metodoloji əsas kimi müxtəlif elmi vasitələrdən istifadə edilə bilər. Logistika sistemlərinin formalaşmasında istifadə olunan metodlar toplusu onların qurulması mərhələlərindən asılı olaraq cədvəl 1-də təqdim olunub.

Cədvəl 1

Logistika sistemlərinin formalaşmasında istifadə olunan üsullar

Əsas formalaşma mərhələləri	Metodlar qrupu
I	Ekspert üsulları
II	Ekspert, iqtisadi və sistemli üsullar
III	Ekspert üsulları
IV	Ekspert və iqtisadi üsullar
V	Ekspert üsulları
VI	Ekspert, iqtisadi üsullar
VII	İqtisadi və ekspert, riyazi proqnozlaşdırma üsulları

Mənbə: cədvəl.müəllif tərəfindən tərtib edilib.

Bundan əlavə, sadalanan üsullar material axınlarını proqnozlaşdırmağa, axınları idarə etmək və onların hərəkətinə nəzarət etmək üçün integrasiya olunmuş sistemlər yaratmağa, logistika xidmət sistemlərini inkişaf etdirməyə, ehtiyatları optimallaşdırmağa və digər problemləri həll etməyə imkan verir. Logistika fəaliyyətinin sistemli təşkili və logistika sistemlərinin formalaşmasında istifadə olunan metodlar toplusu cədvəl 2-də təqdim olunub.

Cədvəl 2

Logistika təşkilinin sistemli formasında istifadə olunan üsullar

Metodlar qrupu	elmi alət
İqtisadi üsullar	kritik nisbət nöqtəsinin təhlili metodu; funksional-xərc üsulu
Ekspert üsulları	Delfi üsulu ; beyin fırtınası metodu; dərəcə üsulu; morfoloji üsul; sinektika üsulu
Riyazi üsullar	simpleks üsulu; xətti proqramlaşdırma; dinamik (qeyri-xətti) proqramlaşdırma; ağırlıq mərkəzi üsulu; riyazi modelləşdirmə üsulu; LAN təhlili; XY2 analizi
Proqnozlaşdırma üsulları	reqressiya təhlili; ekstrapolyasiya və interpolyasiya

Mənbə: cədvəl.müəllif tərəfindən tərtib edilib.

Təklif olunan metodların sistemləşdirilməsi logistika sisteminin struktur qurulmasını daha yaxşı həyata keçirməyə və onun istismarı zamanı yaranan əsas problemləri həll etməyə imkan verir. Beləliklə, quruluş mərhələlərinə və onların metodiki təminatına təklif olunan yanaşma daha az əmək xərcləri və daha yüksək səmərəlilik ilə logistik fəaliyyətin təşkilinin sistemli formasından istifadə etməyə imkan verəcəkdir

NƏTİCƏ

Müasir logistika daim inkişaf edir və logistikaya yeni ehtiyacların yaranması ilə əlaqəli yeni logistika növləri meydana çıxır. Logistika ehtiyac və tətbiq olunan texnologiya kimi inkişaf edir. Elm izləyir və logistika nəzəriyyəsi hələ vahid deyil, tətbiqi problemlərin həllinə müxtəlif yanaşmalar toplusunu təmsil edir. Obyektiv səbəb logistikanın müxtəlif sahələrdə tətbiqinin müxtəlifliyidir ki, bu da ümumiləşdirməyi çətinləşdirir. Logistika və geoinformatika arasındakı əlaqə məkan məlumatlarından istifadə və hər iki elmin istehlakçı nöqtəyi-nəzərindən informasiya və nəqliyyat ehtiyaclarını ödəməsi ilə bağlıdır. Nəqliyyat logistikası logistikanın əsas növüdür və müxtəlif nəzəri ümumiləşdirmələrin yazılması üçün əsas rolunu oynayır. Müasir logistikada modelləşdirmənin rolu artır və bu prosesdə informasiya modelləşdirməsi aparıcı rol oynayır. Qeyd etməliyik ki, müasir nəqliyyat logistikası çox vaxt şəbəkələşir. Bu, şəbəkədə axınların balanslaşdırılması ehtiyacını doğurur. Müasir nəqliyyat logistikası çox vaxt situasiyalı xarakteri daşıyır. Ona görə də, sistem analizi metodlarından istifadə ehtiyacı yaranır. Müasir logistikanın vəzifələrinin mürəkkəbliyi logistika sistemlərindən və informasiya sistemlərindən istifadəsini zəruri edir. Müəllifin fikrincə, müasir logistikada perspektivli tətbiqi kibernetika və süni intellekt metodlarından istifadə qaçılmazdır.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Богданов А.А. (1989). Тектология: (Всеобщая организационная наука). В 2-х книгах. М.: Экономика, Кн. 2. С. 309.
2. Гулякина, Н.А. (2022). Г94 Общая теория систем: учеб.-метод. пособие / Н. А. Гулякина, Н. В. Гракова, Д. В. Шункевич. – Минск : БГУИР, – 67 с.
3. Лёвин Б.А. (2023). Развитие транспортной логистики / Б. А. Лёвин, В. Я. Цветков // Наука и технологии железных дорог. - Т. 7, № 1. - С. 3-9.
4. Медведев В.А. (2023). Планирование и организация логистического процесса в организациях (подразделениях) различных сфер деятельности: учебник / В. А. Медведев. - Москва : КноРус, - 272 с.
5. Павленко А.В. (2023). Основные функции и тенденции развития логистики / А. В. Павленко // Экономика будущего: тренды, вызовы и возможности: материалы Всерос. науч. конф. (Казань, 23-24 мая, 2023 г.). - Казань.
6. Рыкалина О.В. (2022). Теория и методология современной логистики : монография / О. В. Рыкалина. - Москва : ИНФРА-М, - 208 с.

Z.B.Agayev

doctoral student, Baku Eurasian University
ORCID 0000-0001-7976-3411

The main methodological issues of the activity of logistics systems

Abstract

In modern conditions, it is necessary to build a system for logistic activity. The logistics system allows for comprehensive management of supply, production, warehouse, storage, transportation, payment processes, which ensures that the company is stable in the market and provides a full range of consumers. A unified approach to the process of forming given systems has been developed. In the article, the author defines the structure of the logistics system, the processes and methods that ensure its formation.

Key words: *logistics, logistics system, methodology, element, communication, subsystem, information structure.*

З.Б.Агаев

докторант, Бакинский Евразийский Университет
ORCID 0000-0001-7976-3411

Основные методологические вопросы деятельности логистических систем

Резюме

В статье говорится о предпочтительности формализованного подхода к логистическим процессам в современных условиях. Система логистики обеспечивает комплексное управление такими направлениями, как снабжение, производство, хранение, управление запасами, транспортировка и распределение, что укрепляет позиции компании на рынке и удовлетворяет все потребности клиентов. До сих пор не существует однозначного подхода к созданию таких систем. В статье анализируется структура логистической системы, даются рекомендации, способствующие ее развитию.

Ключевые слова: логистика, логистическая система, методология, элемент, связь, подсистема, информационная структура.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-126-130>

Ə.M.Əliyev
i.e.n., dosent, Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti
ORCID 0000-0002-5134-188X
elesger-eliyev@list.ru
A.N.Fərmanlı
magistrant, Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti
farmanliaynur@gmail.com
N.İ.Xanməmmədova
magistrant, Azərbaycan Dövlət Universiteti
Shamxalkhan@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 04.09.2024

The article was received by editorial board on 04.09.2024

Статья принята к печати 04.09.2024

TİKİNTİ SƏNAYESİ MÜƏSİSƏLƏRİNDƏ İSTEHSALIN SƏMƏRƏLİLİYİNİN YÜKSƏLDİLMƏSİNDƏ MENECMENTİN ROLU

Xülasə

Məqalədə tikinti sənayesi müəsisələrində istehsalın səmərəliliyinin yüksəldilmə-sində menecmentin rolu və əhəmiyyətindən bəhs olunur

Məlumdur ki, tikinti sənayesi sferası ölkəmizdəki bütün infrastruktur sahələrinin tərəqqisi ilə yanaşı, mənzillərin və fərdi evlərin tikintiləri, kommersiya məqsədli daşınmaz əmlaka investisiyaların yatırılmasını şərtləndirən iqtisadiyyatın əhəmiyyətli bir sferasına çevrilmişdir. Bu sahənin inkişaf etdirilməsi, mövcud problemlərin həllində menecmentin təşkilinin tərkib hissəsi olan innovasiya siyasətinin reallaşdırılması çox əhəmiyyətlidir.

Məqalədə daha sonra innovasiya siyasətinin səciyyəvi xüsusiyyətləri, bu sahədə mövcud vəziyyət və inkişaf etdirilməsi perspektivləri göstərilmişdir

***Açar sözlər:** tikint sənayesi müəsisələri, tikinti materialları, innovasiya, “Ağıllı kənd” layihəsi, menecment, səmərəlilik.*

Məlum olduğu kimi tikint sənayesi müəsisələrində istehsalın səmərəliliyinin yüksəldilməsində onun keyfiyyəti tikintinin yeni, səmərəli tikinti materialları ilə təmin olunma səviyyəsindən bilavasitə asılıdır. Bu sənayenin özünəməxsus xüsusiyyətlərinin olması son illərdə müvafiq sahələrdə istehsalın həcmnin artması, məhsul çeşidinin genişləndirilməsi, yeni innovativ texnologiyalardan istifadə olunması və sənayenin maddi-texniki bazasının yenilənməsi formasında mühüm nəticələr əldə olunmasına səbəb olmuşdur.

Tikinti sənayesi sferası məhz ölkəmizdəki bütün infrastruktur sahələrinin tərəqqisi ilə yanaşı, mənzillərin və fərdi evlərin tikintiləri, kommersiya məqsədli daşınmaz əmlaka investisiyaların yatırılmasını şərtləndirən iqtisadiyyatın əhəmiyyətli bir sferası olmaqdadır. Ölkəmizdə tikinti sferasının tərəqqisi birbaşa neft sektoru ilə əlaqədardır. Son illərdə bu asılılığı azaltmaq üçün digər sahələrdə olduğu kimi tikinti sənayesi müəsisələrində də istehsalın səmərəliliyinin artırılmasında menecmentin rolu əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır. Bu ilk növbədə istehsalın intensiv inkişaf yolunun, yəni ölkə ərazisində və ölkədən kənarda baş verən yeniliklərin istehsal prosesinə cəlb edilməsinin vacibliyi ilə əlaqələndirilə bilər (1).

Dövlət büdcəsinin müəyyən hissəsini birbaşa və dolaylı yolla formalaşdıran və ölkənin sosial infrastrukturunun inkişafında həlledici rol oynayan tikinti sənayesi iqtisadiyyatın inkişafı üçün strateji

əhəmiyyətə malikdir. Son illərdə tikinti sənayesi müəssisələrinin sayının azalması tikinti sektorunda sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafında neqativ təzahürlərə səbəb olmuşdur. Tikinti sənayesi müəssisəsinin fəaliyyəti zamanı onların qarşılaşdığı mövcud problemlərin həllində menecmentin təşkilinin tərkib hissəsi olan innovasiya siyasətinin reallaşdırılması çox əhəmiyyətlidir. Tikinti sənayesi müəssisəsinin innovasiya siyasəti aşağıdakı xüsusiyyətlərlə səciyyələnir (3).

- kommersiya məqsədilə həyata keçirilməsi nəzərdə tutulan tikinti prosesinə yeni ideyaların təqdim edilməsi;

- məqsədyönlü bazarların yaradılması və yeni istehlakçının ehtiyaclarını ödənilməsi;

- müəssisənin rəqabətqabiliyyətliliyi və funksional planlaşdırmanın təmini.

Tikinti sənayesi müəssisələri tikinti sferasını tikinti materialları ilə təchiz edir. Tikinti məhsulunun smeta dəyərinin təqribən 60-70%-i tikinti materiallarının payına düşür. Son illərdə Azərbaycanda tikinti materialları istehsalının həcmində artım müşahidə olunur. Belə ki, 2023-cü ildə istehsalın həcmi 2021-ci ilə nisbətən 12,6% artmışdır.

Bu isə belə bir qənaətə gəlməyə əsas verir ki, ölkəmizdə tikinti sektorunda fəallıq artmış, istehsalın səmərəliliyinin yüksəlməsi istiqamətində konstruktiv dəyişikliklər baş vermişdir. Tikinti materialları istehsalının artmasında həm daxili tələbatın, həm də ixracın artması böyük rol oynamışdır. Azərbaycanın tikinti sektorunda daxili tələbatın artmasına səbəb daha çox işğaldan azad olunmuş ərazilərdə yeni layihələrin inşasına başlanılması və mövcud layihələrin genişlənməsi ola bilər. Bunlar, həm kommersiya, həm yaşayış üçün yeni binaların inşası, həm infrastruktur layihələri, həm də tikinti sektorundakı digər işlər ola bilər. İxracın artmasına səbəb isə, Azərbaycanın tikinti materiallarına xarici bazarlarda artan tələbatlardır. Bu, Azərbaycandakı tikinti materiallarının keyfiyyət, qiymətin nisbətən aşağı olması, habelə bu məhsulları ixrac etmək üçün coğrafi və siyasi mövqeyin uyğunluğudur. Tikinti materiallarının istehsalında KI artım ölkə iqtisadiyyatının genişlənməsi və məşğulluq məsələlərinin həllinə təkan verə bilər. Bu, iqtisadiyyatın şaxələndirilməsində digər sektorlara da təsirsiz ötürə bilməz.

İstənilən tikinti sənayesi müəssisəsində idarəetmənin səmərəli təşkili tikinti sferası üçün müxtəlif çeşidə tikinti materiallarının istehsalını şərtləndirir. Belə ki, 2022-ci ildə ölkədə 3558,1 min ton sement istehsal edilmişdir ki, bu göstərici 2021-ci ilə müqayisədə 3,5% çoxdur. Tikinti gipsinin istehsalında da artım müşahidə olunur. Belə ki, bu göstərici 2022-ci ildə 42,6 min ton olmuş, əvvəlki ilə müqayisədə 15,4% artmışdır. Bundan başqa anoloji illər üzrə tikinti əhənginin istehsalı 29,4%, betondan yığma tikinti konstruksiyaları 1,1%, asfaltın istehsalı 4,6% artmışdır. Bu göstəricilər uyğun olaraq 46,2 min ton, 47,5 min kubmetr və 217,5 min ton olmuşdur.

Bütün bunlarla bərabər sement, süni daş və ya betondan istehsal olunan tikinti blokları və kərpiclərin sayı 85,4 min tona düşərək 4%, hazır beton qarışığı üzrə istehsal 3474,8 min ton olmaqla 6,4%, tikinti kərpicini üzrə istehsal 595,8 min kubmetr olmaqla 31,8%, mərmər, alebastr və onlardan məmulatlar 35823,2 min ton olmaqla 12,4% azalmışdır. Müəyyən tikinti materiallarında azalmalar müşahidə olunsa da, bəzi məhsulların istehsalı əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır. Bu, ilk növbədə həmin məhsullara olan tələbatdan irəli gəlir. Azərbaycanın Qarabağ və Şərqi Zəngəzur bölgələrində genişmiqyaslı bərpa layihələrinin icrasına başlanılması tikinti materiallarının istehsalının artmasını şərtləndirən başlıca amil hesab oluna bilər. Müasir dövrdə tikintidə menecmentin səmərəli təşkilində ağırlıq mərkəzi ilk növbədə bu sahədə innovativ texnologiyaların tətbiqinin üzərinə düşür. İşğaldan azad olunmuş ərazilərimizdə aparılan sürətli quruculuq və innovasiyalardan istifadədə sayəsində "Ağıllı kənd" layihəsi reallaşdırılmışdır. (4).

Zəngilan rayonunun Ağalı kəndində həyata keçirilən "Ağıllı kənd" layihəsinin konsepsiyası, layihələndirilməsi, tikintisi və təhvil verilməsi "AS Group Investment" şirkəti tərəfindən həyata keçirilmişdir.

Bu layihənin həyata keçirilməsində əsas məqsəd rayon və ya bölgənin sosial-iqtisadi xidmətlərinin modernləşdirilməsi və təhlükəsizliyidir. Layihə kənddəki yaşayış standartlarını yüksəldir, bu məkanın idarə edilməsini asanlaşdırmaqla daha sürətli inkişafını təmin edir.

Bu layihənin missiyası kəndlərin potensialının artırılması, onların iqtisadiyyatını canlandırılması, sakinlərin yaşayış şəraitini yaxşılaşdırılması və rayonun inkişafını təmin edilməsidir. Bütün bunlarla yanaşı, layihədə "yaşıl" texnologiyaların tətbiqi də təmin olunmalıdır. Bu, həm hal-hazırda, həm də perspektivdə kənddə yaşayanlar üçün təmiz və sağlam bir mühitin yaradılmasını nəzərdə tutur. Bu texnologiyalar, kəndin dayanıqlı inkişafını qorumaqla yanaşı, həm də ekoloji baxımdan əlverişlidir. Azərbaycanda tikinti sənayesində uzun illərdir fəaliyyət göstərən "AS Group İnvetment" MMC ağıllı kənd layihəsini icra edir və eyni zamanda xarici ölkələrdə tikinti-quraşdırma işlərini həyata keçirir. 2009-cu ildə "AS Group İnvestment" MMC ilə Belçikanın lider şirkəti "Besix Group" arasında birgə müəssisə Dövlət Neft Fondunun inzibati binasının inşa etmişdir. Bu layihə Azərbaycan Respublikası Dövlət Neft Fondunun sifarişi ilə həyata keçirilmiş və 2012-ci ildə tamamlanmışdır. Azərbaycanda fəaliyyət göstərən digər böyük tikinti sənayesi müəssisəsi "Gilan Holdingin" in əsas məqsədi Azərbaycanda yüksək səviyyəli tikinti-quraşdırma həyata keçirilməsidir.

Gilan Asfalt Zavodu ölkənin asfalta olan tələbatının əhəmiyyətli hissəsini ödəyir və onun müəssisələri beş müxtəlif bölgədə yerləşir. Əsas zavodu Yevlax şəhərində yerləşir və saatda 160 ton, Qəbələ, Qazax, Qobustan və Lənkərandakı bölmələr isə saatda 40 ton asfalt istehsal etmək gücünə malikdir. Göründüyü kimi Gilan Asfalt Zavodu asfalta olan tələbatı ödəməklə yanaşı, həm də iəhalinin məşğulluq problemlərini həll edir. Əsas sement olan kimyəvi tikinti materialları istehsal edən Qəbələ tikinti materialları zavodu beton və digər tikinti materiallarının istehsalında tez-tez istifadə olunan müxtəlif tozları istehsal etmək üçün iki fərqli istehsal prosesindən istifadə edir. Bu proseslər hər birinin müxtəlif yığma həcmələrinə (1 kq və 5 kq) malik iki ayrı qablaşdırma xəttindən ibarətdir. İstehsal olunan bu tozlar daha sonra uyğun çəkilərdə qablaşdırılır, istehsal gücü ildə 30 min ton olan bu fabrik tikinti sənayesində tələbatın ödənilməsində mühüm rol oynayır. Gilan Holdingin tərkibində yuxarıda qeyd etdiyimiz müəssisələrlə yanaşı bir çox digər zavod və müəssisələr də vardır ki, tikinti sənayesində çox əhəmiyyətli paya sahibdirlər.

Azərbaycanda fəaliyyət göstərən böyük sənaye müəssisələrindən biri də "Baku Steel Company"-dir. Texnoloji və innovativ yeniliklərə daim açıq olan bu müəssisə nə Türkiyədə, İranda və hətta MDB-də analoqu olmayan "Siemens VAI" şirkətinin istehsalı olan soba ilə təchiz edilmişdir. Ən müasir tələblərə cavab verən sobanın illik istehsal gücü 550.000 ton təşkil edir. Ümumilikdə bütün sobalarla birlikdə şirkətin illik istehsal gücünün 1.000.000 tona çatdırılması mümkündür. Bu göstəricilər "Baku Steel Company" nin Qafqazda ən böyük metallurgiya şirkəti olmasını çərtləndirir.

Sifarişlərdən asılı olaraq zavod hal-hazırda 10 mm, 12 mm, 14 mm, 16 mm, 18 mm, 20 mm, 22 mm, 25 mm, 28 mm, 32 mm diametrində armaturların istehsalını da həyata keçirir. Bu məhsulların uzunluğunun 6 m və 12 m-ə çatdırılması da mümkündür. "Baku Steel Company"-nin tərkibində Azərbaycan Boru Yayma Zavodu, Xəzər boru, Baku Steel Company Construction ASC, Bakı Oksigen Kompani ASC kimi istehsal müəssisələri fəaliyyət göstərir.

Ölkəmizdə uzun müddətdir fəaliyyət göstərən tikinti sənayesi müəssisələrindən biri "Holcim Azərbaycan ASC" sement istehsalçısıdır və onun məhsulları yerli və beynəlxalq standartlara uyğun istehsal edilir. Şirkətin yüksək keyfiyyətli məhsulları ölkə üzrə ehtiyacları demək olar ki, tamamilə ödəyir. Şirkətin istehsal etdiyi sementi böyükhəcmli tikinti işləri, iri enerji layihələrində geniş tətbiq edilir. Hal-hazırda dünyanın 80-dən çox ölkəsində 80,000-ə yaxın işçisi olan şirkət global bazarda güclü bir mövqeyə malik olmaqla Azərbaycan ASC" ölkənin inşaat sənayesinə konstruktiv təsir etmək iqtidarındadır (5)

Hazırda zavod Qaradağ Optimal 300, Qaradağ Spesial 400, Qaradağ Sprint 500, Qaradağ Unikal 400 adlı sement növləri istehsal edir:

Ölkəmizdə tikinti sənayesi müəssisələrinin geniş inkişaf etməsi, onların təkcə ölkə daxilində deyil, beynəlxalq arenada kifayət qədər nüfuza malik olması, habelə istehsalın səmərəliliyinin yüksəldilməsində menecmentin rolu əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Müasir mərhələdə tikinti sənayesi müəssisələrində istehsalın səmərəliliyinin yüksəldilməsində menecmentin rolu inkar olunmazdır. Tikinti sənayesi müəssisələrindəki innovasiyalar süni intellekt, və modul tikinti kimi yeni texnologiyaların tətbiqindən başqa, habelə proses innovasiyası, dizayn düşüncəsi, davamlı və yaşıl tikinti texnikaları, yeni biznes modellərinin inkişafını əhatə edir. Layihələrdə bu dəyişikliklər səmərəliliyin, davamlılığın, təhlükəsizliyin və keyfiyyətin artmasının təminatçısıdır. Buna görə də, tikinti sənayesi müəssisələrində istehsalın səmərəliliyinin yüksəldilməsində menecmentin təşkili aşağıdakıların tətbiqini şərtləndirir:

- istehlakçıların ehtiyaclarını ödəməyə imkan verən unikal innovasiyaların tətbiqi;-- biznes proseslərinin həyata keçirilməsində yüksək texnologiyalardan istifadə olunması;

- təkliflərin hərtərəfli araşdırılması yolu ilə tikinti layihələri sırasından ən əlverişlisinin seçilməsi;

- süni intellektin tətbiqi;
- modul tikinti təcrübəsinin təşviqi;
- robot texnikasından olunması;
- məsafədən idarəetmə üçün mobil texnologiyalar;
- biznes proseslərinin kompleks rəqəmsallaşdırılması;
- “ağıllı kənd” və “ağıllı şəhər” konsepsiyasının təbliği.

Beləliklə, ölkəmizin tikinti sektorunda menecmentin təşkilinin səmərəliliyinin artırılmasında innovasiyaların tətbiqini həm tikililərin daha dayanıqlı olması, həm də estetik və memarlıq baxımından daha cəlbədiciliyinə səbəb olmuşdur.

İstifadə edilmiş ədəbiyyt:

1. Məmmədov M.A., Əliyev Ə.M. (2013). Menecment, Bakı.
2. Hüseynova A. (2013). “Azərbaycanda innovasiya potensialının təhlili”. Elm və təhsil. Bakı, 385 səh.
3. Qurbanzadə G.E. (2021). “İnnovasiya Fəaliyyətinin Üstünlükləri”. XX Республиканская Научная Конференция Магистрантов, səh.188-189.
4. <https://www.asgroup.az/layiheler/zengilan-rayonu-agali-kendi-erazisinde-insa-olunan-agilli-kend-layihesi>
5. <https://www.holcim.az/az/haqqimizda>

A.M.Aliev

Associate Professor, Azerbaijan University of Architecture and Construction
ORCID 0000-0002-5134-188X

A.N.Farmanlı

master student, Azerbaijan University of Architecture and Construction

N.I. Khanmammadova

master student, Azerbaijan State University

**The role of management in improving production efficiency
in construction industry enterprises**

Abstract

The article discusses the role and importance of management in increasing production efficiency in construction industry enterprises.

It is known that the sphere of the construction industry has become an important sphere of the economy, which conditions the construction of apartments and private houses, investments in commercial real estate, along with the progress of all infrastructure sectors in our country. It is very important to develop this area, to implement the innovation policy, which is an integral part of the organization of management in solving existing problems.

The article further shows the characteristic features of the innovation policy, the current situation in this field and the prospects for its development.

Key words: *construction industry enterprises, building materials, innovation, "Smart village" project, management, efficiency.*

А.М.Алиев

к.э.н., доцент, Азербайджанский Архитектурно-строительный Университет
ORCID 0000-0002-5134-188X

А.Н.Фарманлы

магистрант, Азербайджанский Архитектурно-строительный Университет

Н.И.Ханмамедова

магистрант, Азербайджанский Государственный Университета

Роль менеджмента в повышении эффективности производства на предприятиях строительной промышленности

Резюме

В статье рассматриваются роль и значение менеджмента в повышении эффективности производства на предприятиях строительной отрасли.

Известно, что сфера строительной индустрии стала важной сферой экономики, обуславливающей строительство квартир и частных домов, инвестиции в коммерческую недвижимость, а также развитие всех инфраструктурных отраслей нашей страны. Очень важно развивать это направление, реализовывать инновационную политику, которая является неотъемлемой частью организации управления при решении существующих проблем.

Далее в статье показаны характерные особенности инновационной политики, текущая ситуация в этой сфере и перспективы ее развития.

Ключевые слова: *предприятия стройиндустрии, строительные материалы, инновации, проект «Умная деревня», управление, эффективность.*

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-131-135>

M.N.Mehdiyev
baş müəllim, Azərbaycan Texniki Universiteti
mmehdiyev5173@ada.edu.az

Məqalə redaksiyaya daxil olub 01.04.2024

The article was received by editorial board on 01.04.2024

Статья принята к печати 01.04.2024

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA LOGİSTİKANIN İNKİŞAFINDA AVTOMOBİL YOLLARININ ROLU

Xülasə

Logistika əmtəə və xidmətlərin səmərəli və etibarlı şəkildə hərəkətini asanlaşdıran iqtisadi inkişafın mühüm komponentidir. Azərbaycan Respublikasında avtomobil yolları logistika sektorunda həlledici rol oynayır, həm daxili paylama, həm də beynəlxalq ticarət üçün əsas nəqliyyat növü kimi xidmət edir. Bu məqalə Azərbaycanın logistika inkişafında avtomobil yollarının əhəmiyyətini araşdırır, onların iqtisadi artıma, ticarətin asanlaşdırılmasına və regional əlaqəyə təsirini təhlil edir. Bu məqalə avtomobil yollarının əsas rolunu vurğulayır və Azərbaycanın inkişaf edən logistika mənzərəsi kontekstində daha da təkmilləşdirmə imkanlarını araşdırır. Azərbaycanın avtomobil yolları, regionlararası ticarəti dəstəkləyir və mövcud iqtisadi bloklara daha yaxın bir əlaqə yaradır. Bu, müxtəlif regionlarda mövcud olan təbii ehtiyacların və sənaye məhsullarının mübadiləsini artırır. Avtomobil yolları turizmi də dəstəkləyir və iqtisadiyyatın inkişafına yardım edir. Turistlər ölkəni rahatlıqla kəşf etmək üçün avtomobil yollarından istifadə edir və bu, turizm sənayesinin inkişafına kömək edir. Bu səbəblərə baxmayaraq, Azərbaycan Respublikasının logistikasını daha da inkişaf etdirmək və ətraf regionlarla daha sıx əməkdaşlığı təmin etmək üçün digər nəqliyyat infrastrukturunu da inkişaf etdirmək vacibdir. Bu, dəmir yolu və dəniz yolu da daxildir.

Açar sözlər: logistika, iqtisadi inkişaf, avtomobil yollarının infrastrukturunu, iqtisadi təsir.

GİRİŞ

Avropa və Asiyanın kəsişməsində yerləşən Azərbaycan Respublikası ticarət və tranzit üçün əlverişli strateji coğrafi mövqeyə malikdir. Keçid iqtisadiyyatı kimi Azərbaycan öz iqtisadi potensialından istifadə etmək və qlobal təchizat zəncirlərinə inteqrasiya etmək üçün logistika infrastrukturunun vacibliyini dərk etmişdir. Müxtəlif nəqliyyat növləri arasında avtomobil yolları Azərbaycanın logistika şəbəkəsinin əsas elementi kimi çıxış edir, müxtəlif ərazilərdə malların daşınmasını asanlaşdırır və istehsal mərkəzlərini həm ölkədaxili, həm də beynəlxalq bazarlarla əlaqələndirir.

TƏHLİL

1. Avtomobil yollarının tarixi təkamülü və Avtomobil Yolları İnfrastrukturunun hazırkı vəziyyəti:

Azərbaycanda avtomobil yollarının inkişafı bu illər ərzində tarixi, geosiyasi və iqtisadi amillərin təsiri ilə əhəmiyyətli dəyişikliklərə məruz qalmışdır. Qədim karvan yollarından tutmuş müasir magistral yollara qədər yol infrastrukturunun təkamülü ardıcıl sivilizasiyalar, texnoloji tərəqqi və infrastruktur investisiyaları ilə formalaşmışdır. Müstəqillikdən sonrakı dövr Azərbaycanın yol şəbəkəsinin modernləşdirilməsi və genişləndirilməsi istiqamətində səylərin sürətləndirilməsinin şahidi-

di oldu və nəticədə əsas iqtisadi mərkəzləri birləşdirən əsas magistral və magistral yolların tikintisi başa çatdı.

Hazırda Azərbaycan şəhər magistrallarını, şəhərlərarası magistralları və beynəlxalq dəhlizləri əhatə edən hərtərəfli avtomobil yolları şəbəkəsinə malikdir. Bakı-Tbilisi-Qars dəmir yolunun və Şimal-Cənub Nəqliyyat Dəhlizinin tikintisi kimi böyük layihələr əlaqəni artırır və transsərhəd ticarəti asanlaşdırır. Bununla belə, qeyri-adekvat təmir, şəhər yerlərində tıxac və qeyri-bərabər yol keyfiyyəti kimi problemlər davam edir, bu da yol nəqliyyatının səmərəliliyini və təhlükəsizliyini təmin etmək üçün davamlı investisiyaları və təkmilləşdirmələri tələb edir.

Azərbaycan Avtomobil Yolları Dövlət Agentliyi tərəfindən 2020-ci il ərzində 1385.3 km uzunluğunda avtomobil yolları, prospekt və küçələr tikilmiş, yenidən qurulmuş və təmir olunub:

- Respublika əhəmiyyətli	- 254.6 km;
- Yerli əhəmiyyətli	- 767.2 km;
- Bakı şəhər yolları	- 342.1 km
- Sumqayıt şəhəri	- 21.4 km

2020-ci il ərzində bütün maliyyə mənbələri hesabına respublikamızın ümumi istifadədə olan avtomobil yollarında və Bakı şəhərində 20 yeni körpü tikilmiş, 3 körpü təmir edilmiş, 2 avtomobil tuneli tikilmiş, 1 yeni metal dəmiryolu yol ötürücüsü və 9 piyada keçidi tikilərək əhalinin istifadəsinə verilib. Bundan əlavə "Avtomobil Yolları" Məqsədli Bütçə Fondu vəsaiti hesabına uzunluğu 12.3 km olan respublika əhəmiyyətli, uzunluğu 50.9 km olan kəndlərarası avtomobil yolu layihəsi, habelə uzunluğu 84.7 km olan Bakı şəhər yollarının tikintisi, yenidən qurulması və təmiri işləri yerinə yetirilib.

2021-ci il ərzində 728.3 km uzunluğunda avtomobil yolları, prospekt və küçələr tikilmiş, yenidən qurulmuş və təmir olunmuşdur.

Bura daxildir:

Respublika əhəmiyyətli	- 128.4 km;
Yerli əhəmiyyətli	- 425 km;
Bakı şəhər yolları	- 174.9 km;

Bunlardan 606.8 km investisiya vəsaiti hesabına, 121.5 km isə "Avtomobil Yolları" Məqsədli Bütçə vəsaiti hesabına yerinə yetirilmişdir.

2021-ci ildə 10 yeni körpü tikintisi başa çatdırılmışdır. Bu körpülərdən 4-ü İsmayilli rayonunda, 5-i "Zəfər Yolu" üzərində, 1-i isə Ağcabədi rayonunda yerləşir və cəmi 3,6 kilometr uzunluğundadır. Bundan əlavə, Bakı şəhərində Qala-Pirallahı avtomobil yolunun 76,7 metr uzunluğunda və Ziya Bünyadov prospektində Bakı Peşə Liseyi ilə qarşısında yerləşən yeni yerüstü piyada keçidləri tikintisi tamamlanmış və ictimai istifadəyə verilmişdir. Müvafiq sərəncamlara əsasən, işğaldan azad olunmuş ərazilərdə yol infrastrukturunun bərpası məqsədilə Azərbaycan Avtomobil Yolları Dövlət Agentliyi tərəfindən 2021-ci ildə ümumi uzunluğu 1516,3 kilometr olan 15 yeni avtomobil yolunun layihələndirilməsi və tikintisi işləri həyata keçirilmişdir. Bundan əlavə, Laçın rayonunda Qorçu hava limanının tikiləcəyi ərazidə qazma-partlatma və torpaq işləri davam etdirilməkdədir.

2. Avtomobil yollarının iqtisadi təsiri:

Azərbaycanda avtomobil yollarının iqtisadi əhəmiyyəti dərinidir, məhsuldarlığa, məşğulluğa və xarici ticarətə töhfə verir. Avtomobil nəqliyyatı ölkədaxili yüklərin daşınması üçün əsas rejim rolunu oynayır, ucqar rayonlara çıxışı təmin edir və iqtisadi fəallığı stimullaşdırır. Bundan başqa, avtomobil yollarının səmərəli işləməsi beynəlxalq ticarətin asanlaşdırılması, dəniz limanlarına, sərhəd keçidlərinə və Azərbaycanı qonşu ölkələr və dünya bazarları ilə birləşdirən tranzit marşrutlarına çıxışın təmin edilməsi üçün çox vacibdir. Azərbaycan avtomobil yollarının iqtisadi təsiri müxtəlif sahələrdə hiss olunur. Birinci olaraq, avtomobil yollarının inkişafı, ticarət və sənaye sahələrində sürətli məhsul nəqlini təmin edir və bu da iqtisadiyyatın effektivliyini artırır. İkincisi, avtomobil yolları turizm sahəsinə də təsir edir və turistlərin daxilolma və dolaşma imkanlarını artırır. Əlavə

olaraq, avtomobil yolları ərazidəki ticarət mərkəzlərinin və birləşmələrin ətraflıq məsafələrini azaldır və buna görə də ölkədə iqtisadi fəaliyyəti artırır. Hazırda, Azərbaycan avtomobil yollarının inkişafı müxtəlif layihələr və inkişaf planları ilə nəzarət altındadır. Yolların quruluşu və yenilənməsi, dövlət tərəfindən strateji bir prioritet olaraq qiymətləndirilir və bu sahədə investisiyalar ciddi şəkildə artırılır. Bununla birlikdə, infrastrukturun optimal istifadəsi və təhlükəsizliyi, hələ də bir çox problemin müzakirə məqamı olaraq qalır.

3. Ticarətin asanlaşdırılmasında və regional əlaqədə rol:

Avtomobil yolları Azərbaycanda ticarətin asanlaşdırılmasında və regional əlaqələrin təşviqində mühüm rol oynayır. Azərbaycan tranzit ölkə kimi Avropa və Asiya arasında körpü rolunu oynayır və dənizə çıxışı olmayan qonşu ölkələr üçün mühüm nəqliyyat dəhlizləri təmin edir. Yol infrastrukturunun inkişafı daha hamar transsərhəd hərəkətlərə, tranzit vaxtlarının azaldılmasına imkan yaradaraq və Azərbaycan ixracatçılarının regional və beynəlxalq bazarlarda rəqabət qabiliyyətini artırır.

Regional əlaqə bazara çıxışı genişləndirmək, investisiyaları təşviq etmək və mal və xidmətlərin sərhədlər arasında hərəkətini asanlaşdırmaq üçün çox vacibdir. Azərbaycanda regional əlaqəni gücləndirmək təşəbbüslərinə avtomobil yolları, dəmir yolları və limanlar kimi nəqliyyat infrastrukturunun inkişafı, regional ticarət sazişlərinin və iqtisadi əməkdaşlıq çərçivələrinin təşviqi daxildir.

Bakı-Tbilisi-Qars dəmir yolu və Şimal-Cənub Nəqliyyat Dəhlizi kimi layihələr Azərbaycanın qonşu ölkələrlə və onun hüdudlarından kənarda olan əlaqəsini gücləndirib, regionda ticarət integrasiyasını və iqtisadi əməkdaşlığı gücləndirmişdir.

Azərbaycan ticarətin asanlaşdırılmasını təşviq etmək və regional əlaqəni gücləndirmək üçün müxtəlif siyasət tədbirləri və təşəbbüslər həyata keçirmişdir. Bunlara ixtisaslaşdırılmış ticarət zonalarının yaradılması, gömrük prosedurlarının sadələşdirilməsi, transsərhəd nəqliyyat dəhlizlərinin inkişafı daxildir.

Bundan başqa, Azərbaycan ticarət əlaqələrini gücləndirmək və regional integrasiyanı təşviq etmək üçün Qara Dəniz İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatı (QDİƏT) və İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatı (İƏT) kimi regional iqtisadi əməkdaşlıq təşəbbüslərində fəal iştirak edir.

4. Çətinliklər və imkanlar:

Əhəmiyyətli irəliləyişlərə baxmayaraq, Azərbaycanın avtomobil yolları tıxac, yol təhlükəsizliyi ilə bağlı narahatlıqlar kimi problemlərlə üzləşir. Bu problemlərin həlli infrastruktur, tənzimləyici islahatlara və potensialın gücləndirilməsi təşəbbüslərinə davamlı investisiyalar tələb edir. Bundan başqa, rəqəmsallaşma, avtomatlaşdırma və dayanıqlı daşıma sahəsində yaranan imkanlar Azərbaycanda avtomobil daşımalarının səmərəliliyini, etibarlılığını və ekoloji dayanıqlığını artırmaq üçün imkanlar təqdim edir. Əlavə olaraq, strateji layihələr, infrastruktur inkişafı və beynəlxalq əməkdaşlıq yolları ilə bu çətinliklərin öhdəsindən gəlinə bilər. Həmçinin, digər nəqliyyat modelləri ilə, məsələn, dəmir yolları və dəniz transportu ilə təminat qurmaq da mümkündür. Digər bir imkan isə, digər bölgələrlə və beynəlxalq təşkilatlarla əməkdaşlıq edərək lojistik əməkdaşlığını genişləndirməkdir.

NƏTİCƏ

Nəticə olaraq, avtomobil yolları Azərbaycan Respublikasında logistikanın inkişafında mərkəzi rol oynayır, iqtisadi artımı, ticarətin asanlaşdırılmasını və regional əlaqəni dəstəkləyir. Yol infrastrukturunun təkamülü Azərbaycanın logistik imkanlarını artırmaq və strateji coğrafi mövqeyindən istifadə etmək öhdəliyini əks etdirir. İrəliləyiş, davamlı investisiyalar, siyasət islahatları və texnoloji yeniliklər avtomobil yollarının səmərəliliyinin, təhlükəsizliyinin və dayanıqlığının daha da artırılması, bununla da Azərbaycanın iqtisadi inkişafına və global təchizat zəncirlərinə integrasiyasına töhfə vermək üçün vacib olacaqdır.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. World Bank Group. (2021). Azerbaijan: Infrastructure Development to Enhance Connectivity and Economic Diversification. Retrieved from <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2021/06/29/azerbaijan-infrastructure-development-to-enhance-connectivity-and-economic-diversification>
2. Azərbaycan Respublikasının Statistika komitəsi. (2020). Statistical Yearbook of Azerbaijan. Retrieved from <https://www.stat.gov.az/source/yearbooks/?lang=en>
3. World Bank Group. (2020). Azerbaijan: Road Infrastructure Development Report. Retrieved from <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2021/06/29/azerbaijan-infrastructure-development-to-enhance-connectivity-and-economic-diversification>
4. World Bank Group. (2021). Doing Business 2021: Azerbaijan. Retrieved from <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2021/06/29/azerbaijan-infrastructure-development-to-enhance-connectivity-and-economic-diversification>
5. Azərbaycan Respublikasının İqtisadiyyat Nazirliyi. (2020). National Trade Facilitation Strategy. <https://www.economy.gov.az/az>

M.N.Mehdiyev

head teacher, Azerbaijan Technical University

The role of roads in the development of logistics in the republic of Azerbaijan

Abstract

Logistics is an important component of economic development that facilitates the efficient and reliable movement of goods and services. In the Republic of Azerbaijan, highways play a decisive role in the logistics sector, serving as the main mode of transport for both domestic distribution and international trade. This article examines the importance of highways in the logistics development of Azerbaijan, analyzing their impact on economic growth, trade facilitation, and regional connectivity. This article highlights the key role of highways and explores opportunities for further improvement in the context of Azerbaijan's evolving logistics landscape. Azerbaijan's highways support interregional trade and create a closer connection to existing economic blocs. This increases the exchange of natural needs and industrial products available in different regions. Motorways also support tourism and help develop the economy. Tourists use highways to explore the country with ease and this helps in the development of the tourism industry. Despite these reasons, it is important to develop other transport infrastructure in order to further develop the logistics of the Republic of Azerbaijan and ensure closer cooperation with the surrounding regions. This includes rail and sea.

Key words: *logistics, economic development, motorway infrastructure, economic impact.*

М.Н.Мехтиев

старший преподаватель, Азербайджанский Технический Университет

Роль автодорог в развитии логистики в Азербайджанской Республике

Резюме

Логистика является важным компонентом экономического развития, который способствует эффективному и надежному перемещению товаров и услуг. В Азербайджанской Республике автомобильные дороги играют решающую роль в логистическом секторе, служа основным видом транспорта как для внутреннего распределе-

ния, так и для международной торговли. В этой статье рассматривается важность автомагистралей в развитии логистики Азербайджана, анализируется их влияние на экономический рост, упрощение процедур торговли и региональную связь. В этой статье подчеркивается ключевая роль автомобильных дорог и исследуются возможности для дальнейшего улучшения в контексте развивающейся логистической среды Азербайджана. Автомобильные дороги Азербайджана поддерживают межрегиональную торговлю и создают более тесную связь с существующими экономическими блоками. Это увеличивает обмен природными потребностями и промышленными продуктами, имеющимися в разных регионах. Автомагистрали также поддерживают туризм и помогают развивать экономику. Туристы используют автомагистрали, чтобы с легкостью исследовать страну, и это помогает развитию туристической индустрии. Несмотря на эти причины, важно развивать другую транспортную инфраструктуру для дальнейшего развития логистики Азербайджанской Республики и обеспечения более тесного сотрудничества с окружающими регионами. Сюда входят железнодорожные и морские перевозки.

Ключевые слова: логистика, экономическое развитие, автодорожная инфраструктура, экономический эффект.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-136-146>

JEL G62, G63

E.A.Hajiyev
PhD candidate, Azerbaijan University
ORCID 0009-0006-5926-6390
Elvinheqa@yahoo.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 07.10.2024

The article was received by the editorial board on 07.11.2024

Статья принята к печати 07.10.2024

INTERNAL CONTROL OVER THE MANAGEMENT OF PUBLIC INVESTMENT PROJECTS

Abstract

Internal control's role in managing public investment projects is covered in this article. Hence, the potential for implementing internal control components for the efficient management of each phase of public investments was brought up. The principles governing control components, including control environment, risk assessment, control activities, information and communication, monitoring, and their application opportunities, are covered here, along with the basic advantages of an internal control system for public investments management. In broader terms, the importance of establishing a control environment for public investment projects, the project's objectives, the risks connected to those objectives, and the assessment and management of those risks are all covered. Along with the information and communication requirements, control activities employed during project execution and significant parts of project monitoring are described.

Key words: internal control, risk assessment, public investments, public investments management.

1. INTRODUCTION

According to The Institute of Internal Auditors' Standards Glossary, control is "Any action taken by management, the board, and other parties to manage risk and increase the likelihood that established objectives and goals will be achieved. Management plans organizes, and directs the performance of sufficient actions to provide reasonable assurance that objectives and goals will be achieved." (www.theiia.org. (n.d.))

In the research of various authors and organizations, the concept of internal control is reflected in different forms. As per the COSO Framework (2013, pp. 6-7), internal control refers to a procedure that is intended to furnish a reasonable level of assurance to fulfill the operational, reporting, and compliance objectives of an organization. The board of directors, management, and other staff members of an organization carry it out. Internal control is a procedure that can be tailored to the full entity structure (including business process) and consists of continuing tasks and activities. It is an integrated and dynamic process that applies to all kinds of entities.

As defined by Ezejiofor, Ebubechukwu, & Ndum (2021, pp. 3-4), internal control encompasses a broad range of procedures, techniques, and controls implemented by an organization to enhance the likelihood of accomplishing its objectives.

Many business failures are caused by ineffective internal control mechanisms and a lack of internal control. Internal controls focus on management in planning, executing, monitoring, and

enhancing company processes in addition to preventing accounting errors (Wan Noor, Kelantan, & Ahmad, 2019, p. 62).

According to the above-mentioned research, a study was carried out to determine how internal control systems, as outlined in the COSO model, affected the operational performance of construction organizations. The research states that after the implementation of the COSO model in companies, every component of the COSO model adopted by a company improves operational performance. The study discovered that the introduction of internal controls significantly and favorably affects the prevention of procurement fraud.

Maina, Muturi, Atambo, & Nyamasege (2016, p. 152) conducted research on the effect of internal control systems on the implementation of projects in County Government in Kenya. The results of this study indicate that the internal control system has a major impact on how projects are implemented. The government's strict internal control framework increases revenue and protects resources. Appropriate and transparent reporting mechanisms must be established for internal control systems to function well.

Hurjui (2008, pp. 99–100) asserts that a few steps need to be taken to manage an investment project system. These phases include setting up the operations and stages for controls, creating standards, measuring performance, comparing performance to standards, acknowledging performance, correcting errors by taking necessary action, and modifying standards as needed.

According to JICA (2018, p. 4) public investment "refers to government spending on public infrastructure, which is categorized into two types: i) economic infrastructure such as airports, roads, railways, ports, water and sewage, power, gas, and telecommunication; and ii) social infrastructure such as schools and hospitals. Both economic and social infrastructure become public physical assets once they are completed."

The majority of the literature notes that there are several steps involved in the effective management of public investments. As described by Miller and Mustapha (2016), having a sound budgeting or appraisal system, making wise decisions about project preparation, selection, and execution, and maintaining and operating the assets (after construction is finished) are all necessary to have good value for money from public investments. The knowledge gathered from post-project evaluations should help improve future investment planning and design. The current paradigm for public investment management is that it is a system made up of sets of procedures connected by an investment management cycle that is connected to the annual budget cycle at specific critical points.

As defined by COSO (2013, pp. 6-7), internal control includes five components: control environment, risk assessment, control activities, information and communication, and monitoring. Therefore, we will thus take into consideration the use of internal control components in the efficient organization of internal control at all project stages while constructing the structure of this article.

2. Control environment of projects

The set of guidelines, procedures, and organizational frameworks that serve as the foundation for implementing internal control throughout the entire company is known as the control environment (COSO, 2013, pp. 6-7). The senior management and board of directors set the tone for the organization's priority of internal control and required behavior standards. COSO states that the control environment has the following principles:

- the organization demonstrates a commitment to integrity and ethical values;
- the board of directors demonstrates independence from management and exercises oversight of the development and performance of internal control;
- management establishes, with board oversight, structures, reporting lines, and appropriate authorities and responsibilities in the pursuit of objectives;
- the organization demonstrates a commitment to attract, develop, and retain competent individuals in alignment with objectives;

- the organization holds individuals accountable for their internal control responsibilities in the pursuit of objectives".

As we can see, in order to possess an effective internal control environment of public investment projects, organizations require the dedication of staff members to integrity and ethical values, board independence from management, creation of project-related oversights, structures, reporting channels, authorities, and duties, involvement of knowledgeable personnel, staff accountability in reference to project goals.

The preparation of relevant guidelines is one of the key steps in public investment management. Rajaram, A. (2014, p. 6) states that the Public Investment Management Guidance serves as a roadmap for public investment and is a crucial instrument for influencing decisions made by the government and sector-level decision-makers concerning national priorities. A national plan or other strategy document that establishes national development priorities at the highest decision-making levels can provide such advice.

The government ought to have a structured procedure for project development in addition to long-term strategic plans. A "project profile" with fundamental details like significant strategic priorities, particular issues, the project's aim, primary activities, anticipated outcomes, and potential funding should be prepared by the relevant ministry, committee, and other bodies carrying out the projects. Conducting gap and supply-demand studies, as well as reviewing the "with-project" and "without-project" options, is critical at this point.

According to Beckers and Stegemann (2013), an implementation framework, a robust set of useful techniques and tools, and a thorough conceptual framework are necessary for effective risk-informed project management.

3. Risk assessment of projects

Risk assessment of investment projects is an integral part of effective Public Investment Management. The COSO (2013, pp. 6-7) outlines several principles for risk assessment. The organization clearly defines its goals so that risks associated with those goals can be recognized and evaluated. The organization assesses risks to the accomplishment of its goals throughout the organization and uses risk analysis to decide how best to manage those risks. When evaluating risks to achieving goals, the firm takes fraud potential into account. The company finds and evaluates modifications that might have a big effect on the internal control system.

The attainment level of project-specific characteristics and the performance level cannot be precisely determined in the context of investment projects during the pre-investment stage using statistical data, claim Burja and Burja (2009, p. 101). The predetermined indicator levels will contribute to the project risk because they will have a certain future evolution and a particular likelihood of being achieved. The probabilistic risk conception is linked to project risk analysis.

The effectiveness of public investments may decline for a variety of reasons, as stated in the paper by Rajaram (2014, p. 4), including political influence in project selection, delays in project design and completion, corrupt procurement practices, overspending on expenses, incomplete projects, inadequate finished infrastructure quality, ineffective asset management, and operation.

According to Beckers and Stegemann (2013), common investment project issues include cost overruns, delays, unsuccessful procurement, erroneous capacity, and revenue plans, and the inability to secure private finance. According to the scholars listed above, the majority of the difficulties are foreseen and avoidable. They occur as a result of a lack of professional, forward-thinking risk management and considerable risk under management at almost every step of a project (poor risk assessment and risk allocation, for example).

Indicators (red flags) of potential fraud that should be taken into consideration in the context of investment projects are highlighted by Gleim (2023, p.5).

Undefined responsibility and accountability, refusals by employees to take time off or be promoted, an excessive reliance on sole-source procurement, material contract requirements that differ from those in the request for bids, complex, unusual, or significant end-of-period transactions, and behavioral and lifestyle changes in employees are some examples of these indicators.

In line with Miller and Mustapha (2016, p. 8), public investment differs technically from other forms of government spending due to a few unique challenges. It is important to consider certain characteristics of public investment, such as the following:

- Public investments are more expensive and have longer lifespans, which makes them more challenging to accurately budget for.
- Since capital investments are frequently "one-off" and technically intricate, precise cost estimation is challenging. As a result, it frequently poses a significant financial risk to the government due to cost overruns.
- Although the expenses of investments are typically "lumped," the government's necessary payments aren't always consistent or predictable.
- The timing of costs and benefits is not aligned.
- Investment costs create long-lasting assets that require upkeep (creating future operational and maintenance costs).
- Even if public investment projects have benefits tied to certain areas, political pressure exists (politicians and residents closely analyze the project's decisions).
- Capital investments are susceptible to widespread fraud, corruption, and collaboration risks due to their nature.
- Some empirical data demonstrate the frequent poor management of public investments. (On average, there are budget overruns, delays, and incompleteness.)

The above-mentioned characteristics and other related ineffective steps make it necessary to carry out a risk assessment. The first step in the risk analysis of investment projects, according to Burja and Burja (2009, pp. 100-101), is to identify a variety of potential risk categories that could have an impact on the projects' performance:

- ✓ possible category of risk with regard to a market relationship (this covers risks related to strategy, business, law, finance, operations, maintenance, and service);
- ✓ risks are categorized as those pertaining to income or cost factors while evaluating the efficiency of investment projects;
- ✓ investment project risks are categorized into three categories based on how they manifest: individual, company, and market risks.

The above-mentioned authors point out that, risk analysis models (Net Present Value (NPV), the statistic indicators method, the payback period method, Return on Investments (ROI), the sensitivity analysis, the method of the Internal Rate of Return (IRR), decision tree method, simulation, etc.) are used to quantify the level of risk to improve the quality of the decision and avoid intuitive decisions.

Bryantseva and Voronina (2020, pp. 2-3) determined the different kinds of risks and their impact at various phases of the implementation of investment projects by conducting an expert survey among business owners, financiers, scientists, and specialists. When asked which risks have a substantial impact on investment projects, the majority of respondents said financial and economic risks, followed by legal and market risks in second place and investment, social, and environmental risks in last place. Owing to project characteristics unique to the business, some respondents pointed out that certain specific risks were left off the survey list. The research conducted by the authors indicates that in order to properly identify project risks and assess the likelihood that they will materialize, appropriate tools and procedures must be used during the design and evaluation of investment projects.

The Risk Evaluation Framework is one of the most useful instruments for evaluating and controlling risks inside an organization, department, unit, project, or program. The Enterprise Risk Management (ERM) Framework from COSO is one example of this type of framework. The governance and culture, strategy and objective setting, performance, review and revision, information, communication, and reporting are the five interconnected parts of the COSO ERM Framework (COSO, n.d.).

4. Control activities of projects

Certain project cycle milestones are covered by the control activities for public investment projects. Miller and Mustapha (2016, pp. 10-15) state that the following stages could be taken into consideration when managing public investments:

a) Project appraisal. This phase was completed prior to inclusion in the budget. Making strong financial and economic judgments regarding the funding of investment projects is necessary for making effective investment decisions. As a result, it needs to go through a number of decision-making procedures to determine the value of the suggested investment.

Preliminary screening. Projects that are deemed "white elephants" can be easily removed through the initial screening process. The project's strategic needs, which include the project's logic, possible demand, alternative approaches, and a rough cost estimate, are the primary factors to take into account.

Formal project appraisal. Formal project appraisal comprises a needs analysis, an economic evaluation of the project's costs and benefits (to society), an assessment of the project's potential implementation in the future and the risks involved, and an evaluation of the project's financial viability and fiscal impact.

Independent review of the appraisal. To prevent political influence on project selection and to check for "optimism bias" in the projects in preparation, independent project reviews could be employed. This type of review may be carried out by an impartial government agency (like the Ministry of Finance or Planning).

b) Project selection and budgeting. Approval of new projects in the budget. The project's eligibility for public funding is approved, and then it is decided whether or not to include it in the yearly budget. Funds must be allocated to the project on a predictable basis over the duration of the investment in order for it to be implemented effectively. To make informed decisions about the viability of new projects, the government must have a clear understanding of its ongoing obligations. For this reason, a transparent and technically sound system should ideally be created. During the yearly budgeting process, all prospective capital projects for funding should be ranked using this system.

c) Project implementation. Funding ongoing projects by using the budget. Spending (centralized) agencies are typically in charge of keeping an eye on projects as they are being carried out. Furthermore, procurement, contract management processes, predictable funding provision, project adjustment procedures, and project management procedures are just a few of the ways that centralized agencies can impact a project's timeliness, efficiency, and quality.

d) Asset operation and maintenance. Financing ongoing operation and maintenance of assets. Finance ministries can improve the efficient operation and maintenance of assets by ensuring that adequate funds are allocated and made accessible on a regular basis. Apart from developing additional resources, cooperation between spending agencies and finance ministries should focus on establishing accountability for the services that are to be rendered with these resources. Structures should support the tracking of current assets to ascertain their depreciation and functionality. Asset registers, which maintain records of current assets and their worth, are one approach to accomplish this.

COSO (2013, pp. 6-7) lists multiple principles for the component of control activities. As a result, the business chooses and creates control measures that help reduce risks and raise the bar for

goal achievement. To assist in achieving goals, the business chooses and creates general technology control activities. Control activities are implemented by the organization through processes that carry out policy implementation and rules that set expectations.

Regarding control activities, while selecting and implementing investment projects we should consider different control issues, including control types. In most literature, controls are divided into different categories and types. According to Gleim (2023, pp. 20-21), Controls are categorized into two types: primary controls and secondary controls. Primary control includes preventive, detective, corrective, and directive controls. While detective controls notify interested parties following an undesirable incident, preventive controls stop undesirable events from happening. Corrective controls mitigate the unintended consequences of events. A desirable event occurs as a result of or is encouraged by directive controls, such as job descriptions, personnel training, and policy and procedure manuals. When the primary control is absent, a secondary control steps in to take over as a backup measure. Compensatory (mitigating) controls are a sort of secondary control that can be implemented in situations when primary controls are not working or if segregation of duties is not guaranteed. To lower risk to a manageable level, complementary controls are used in addition to existing controls.

By covering organizational, objective, and risk levels, controls include entity-level controls, process-level controls, and transaction-level controls. Entity-level controls are intended to handle risks throughout the entire entity and to accomplish organizational goals. They consist of managerial supervision controls (end-of-period controls) and governance controls (such as rules and codes of conduct). Process-level controls are intended to mitigate process risks and accomplish process objectives (counting physical inventories, evaluating employee performance, and reviewing revenue center reports are a few examples.). The purpose of transaction-level controls is to accomplish transaction goals and manage transaction-specific risks (segregation of duties, exception reports, and application restrictions are a few examples.).

Another perspective on control types is to distinguish between IT general controls and IT application controls. Management must approve IT general controls, which are applicable to all computerized programs and systems. They include controls over network and data center operations, as well as the organization's whole processing environment. Application controls are connected to the scope of individual business processes and application systems (like payroll, account payables, etc.). These controls' primary goal is to guarantee that the system contains only accurate and allowed data and that the data is handled and reported correctly. Input, processing, storage, output, and maintained controls are among them.

The aforementioned source lists people-based and system-based controls, as well as financial and operational controls, as other forms of control. Financial controls, which include adherence to contracts, rules, and regulations, are founded on pertinent accounting concepts. Operational controls are based on production and support operations and are associated with management ideas and techniques. People-based controls are those that require human intervention in order to function properly. System-based controls that are based on the system, do not require human involvement.

The significance of personnel control as a form of internal control is stated by Ezejiofor et al. (2021, pp. 3-4). One sort of control that helps an institution achieve its aims and objectives is personnel control, which guarantees the participation of accurate and competent workers as well as employee-related monitoring operations. Personnel control, which is a component of internal control, entails hiring qualified and driven employees to handle duties.

The above-mentioned authors also state the definition of management control. Management Control is the power used by management to oversee the system's daily operations. It encompasses overall supervisory controls, review of accounts and comparison with budgets, and other exceptional assessment procedures.

The capital project execution is positively impacted by both personnel and management controls. However, the impact of management control is minimal, per the research conducted by Ezejiofor et al. (2021, pp. 3-4). The researchers recommend that governments enhance management control and generally use internal control systems to reduce the amount of ignored projects.

5. Information and communication regarding projects

According to COSO (2013, pp. 6-7), Information and Communication has following principles:

- The organization obtains or generates and uses relevant, quality information to support the functioning of internal control.
- The organization internally communicates information, including objectives and responsibilities for internal control, necessary to support the functioning of internal control.
- The organization communicates with external parties about matters affecting the functioning of internal control"

According to the COSO Internal Control-Integrated Framework and Appendices, information that is relevant to information requirements is needed by the organization. All users' expectations are taken into account while creating information requirements. By processing relevant, timely, and high-quality data, information systems should facilitate informed decision-making. In addition, they should help the organization stay accountable and track its progress toward achieving its goals (Scribd, n.d.).

Communication enables the organization to exchange relevant and high-quality information both internally and externally. Management shares information inside the organization so that staff members are aware of the goals of the organization and the significance of their control duties. By exchanging information inside and throughout the organization, internal communication makes it easier for other internal control mechanisms to operate. Through external communication, management can get and share information with external parties concerning risks, legal issues, changing conditions, customer satisfaction, and other topics important to the operation of the other internal control components.

Reporting issues of public investment projects' information and communication phase are connected to other investment cycle phases and disseminate pertinent data to relevant stakeholders. The Green Book (2022) provides guidelines for presenting evaluation results (GOV.UK. (n.d.)). The outcomes of project appraisals should be made publicly available since they provide important data that helps government decision-making. The results should be presented in an understandable and transparent manner, followed by more thorough tables and suitable graphical representations. The presentation of the hypotheses and data sources should include clear references to the objective sources of information as well as evidence. The strategic aspect of the case, dependencies and constraints, the logical change process, the suggested changes, distributional concerns, important parameters and presumptions of the suggested option, a clear explanation of the sensitivity analysis, and a clear discussion of the suggested option and its justifications should all be included in the executive summary.

6. Monitoring of projects

As per COSO (2013, pp. 6-7), the organization is responsible for the selection, development, and execution of continuous and/or independent evaluations to determine the presence and functionality of internal control components. When there are shortcomings in internal control, the organization promptly notifies top management and the board of directors, who are in charge of taking necessary corrective action.

The Green Book (2022) outlined the methodology for evaluation and monitoring, outlining various assessment forms and their applications before, during, and following implementation. Some characteristics of monitoring and evaluation are the following:

- ✓ An intervention's planning and development process should include monitoring and evaluation from the beginning.

- ✓ As a systematic assessment, evaluation is taken into account during the development, design, and appraisal stages of an intervention.
- ✓ When applied appropriately, evaluation can guide decisions made before, during, and following implementation.
- ✓ A policy, program, or project's planning, design, and appraisal stages should all take monitoring and evaluation into account.
- ✓ Evaluation can be often process evaluation and impact evaluation
- ✓ Post-implementation reviews (PIRs) are closely tied to policy evaluations and may be mandated by regulations.
- ✓ The HM Treasury Business Case guidance for both programs and projects should be followed when planning the monitoring and evaluation of spending proposals.
- ✓ To obtain information and comprehend many facets of an intervention's functioning, monitoring and evaluation usually combine qualitative and quantitative approaches.
- ✓ Incorporating resource monitoring and evaluation into a proposal's architecture facilitates the delivery of timely, accurate, and thorough data.
- ✓ Although they may be broader, monitoring and evaluation objectives should be in line with the internal procedures, the proposal's desired outputs, and outcomes.
- ✓ SMART goals ought to be quantifiable and objectively observable.

Miller and Mustapha (2016, p. 16) state that, evaluation of completed projects can be a very useful starting point for future project planning and execution. After the project is completed, this step could involve an inspection by the spending agencies or the accountable agency. This review should determine whether the project was completed on schedule and within the allocated budget, whether the outputs were delivered as promised, and whether the project's goals were met.

We ought to think about the auditing of investment projects in relation to the monitoring stage of internal controls. Wan Noor et al. (2019, p. 63) state that independent internal and external audits should be helpful in identifying new vulnerabilities as well as the efficacy of the current control. Effective internal controls must be continuously reviewed, assessed, and modified to reflect the dynamic changes taking place in the corporate environment. As a result, internal audits, internal checks, and other types of control are included in the broad definition of internal control.

The City of Denton Auditor's Office (2020) conducted a performance audit to determine whether the City's resources are being used economically and efficiently. The audit's main conclusions were that "contract procurement procedures did not always comply with state law; terms of the contracts were not always followed; the process for resolving construction disputes needs to be improved; inspection activities should be further detailed; additional construction testing would increase assurance."

According to the International Standards for the Professional Practice of Internal Auditing Standards (2016), "The internal audit activity must assist the organization in maintaining effective controls by evaluating their effectiveness and efficiency and by promoting continuous improvement" (Performance Standard 2130). Implementation Standard 2130.A1 states that the internal audit activity must take into account the accomplishment of the organization's strategic objectives, the dependability and integrity of information (financial and operational), the effectiveness and efficiency of operations and programs, the protection of assets, and compliance with laws, regulations, policies, procedures, and contracts when assessing the adequacy and effectiveness of controls.

As we can see, when it comes to investment projects, internal auditors need to take into account several factors, including the projects' goals, the accuracy and consistency of their information, the effectiveness and efficiency of their operations, the protection of their assets once the project is finished, and their compliance with legal and regulatory requirements.

7. CONCLUSION

An organization requires a code of conduct, internal documents (Public Investment Management Guidance, Code of Ethics, etc.), integrity-focused staff, board independence, oversight, competent staff, and employee accountability for an effective internal control environment.

It is important to consider the establishment of specific project objectives and relevant risk assessments, the identification and management of project risks, the consideration of the potential for fraud, and the identification and assessment of significant changes, possessing a relevant risk evaluation framework.

Essential project phases that are covered by control activities, such as project assessment, project selection and budgeting, project execution, asset operation, and maintenance, may be taken into account. The various control categories and types should also be taken into account when choosing and implementing investment projects.

The company gathers, produces, and applies pertinent, high-quality information. It should communicate this information both internally and externally to help internal control operate as intended. The outcomes of project evaluations and execution have to be accessible to the general public and presented in a clear, transparent manner.

It is crucial to evaluate and monitor the public investment projects before, during, and after the implementation. Assessing finished projects can be a very helpful place to start when planning and executing new projects in the future. It should be considered the project's independent internal and external audits, which should be useful in determining the effectiveness of the current control as well as new vulnerabilities.

In conclusion, the implementation of public investment projects is significantly impacted by the internal control system. Internal control increases the probability that its goals will be achieved. It concentrates on the processes associated with project planning, execution, monitoring, and improvement to avoid errors. The government's stringent internal control structure boosts revenue and safeguards resources, and the introduction of internal controls (COSO model) has a large and positive impact on the prevention of fraud.

References:

1. Beckers, F. & Stegemann, U. (2013). A risk-management approach to a successful infrastructure project |McKinsey. Retrieved from: <https://www.mckinsey.com/capabilities/operations/our-insights/a-risk-management-approach-to-a-successful-infrastructure-project>.
2. Bryantseva, I.V. & Voronina, N.V. (2020). Risk assessment of investment projects implemented on the basis of project financing. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 911, p.012018., 1-6.
3. Burja, C. & Burja, V. (2009). The Risk Analysis for Investments Projects Decision. Annales Universitatis Apulensis. Series Economica, 1(11), 98-105.
4. City of Denton Auditor's Office (2020). Audit of Capital Projects Administration Construction. Retrieved from: <https://www.cityofdenton.com/DocumentCenter/View/2621/Audit-of-Capital-Projects-Administration-Phase-3-Construction-PDF>
5. COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) (2013). Internal Control-Integrated Framework (Executive Summary), 1-10.
6. COSO. (n.d.). COSO ERM Framework. Retrieved from: <https://www.coso.org/erm-framework>.
7. Ezejiofor, R., Ebubechukwu, J. & Ndum, N. (2021). Effect of Internal Control on Execution of Capital Project in Nigeria: Evidence from Anambra State Public Sector. Research Journal of Management Practice, 1 (4), 1-12.

8. GOV.UK. (n.d.). The Green Book (2022). Retrieved from: <https://www.gov.uk/government/publications/the-green-book-appraisal-and-evaluation-in-central-government/the-green-book-2020#presentation-of-results>.
9. Gleim (2023). CIA review Part 1: Essentials of Internal Auditing. Gleim Publications, Inc.
10. Hurjui, I. (2008). The control of investment projects: types of control, the stages of the process, and control systems. 8(1), 99–107.
11. International Standards for the Professional Practice of Internal Auditing (Standards) (2017). Retrieved from: <https://www.theiia.org/globalassets/site/standards/mandatory-guidance/ippf/2017/ippf-standards-2017-english.pdf>.
12. Japan International Cooperation Agency (JICA) (2018). Public Investment Management Handbook for Capacity Development, 1-70.
13. Maina, A.G., Muturi, W., Atambo, W. & Nyamasege, D. (2016). Effect of Internal Control Systems on Implementation of Projects at County Government in Kenya. Research Journal of Finance and Accounting, 7(12), 146-153.
14. Miller, M. & Mustapha, S. (2016). Public investment management, A public financial management introductory guide. Overseas Development Institute, London. 1-28.
15. Rajaram, A. (2014). The power of public investment management: transforming resources into assets for growth. Washington, DC: The World Bank. 1-22.
16. Scribd. (n.d.). COSO Internal Control Integrated Framework and Appendices | PDF | Internal Control | Enterprise Risk Management. Retrieved from: <https://www.scribd.com/document/355637062/Coso-Internal-Control-Integrated-Framework-and-Appendices>
17. Wan Noor, A.W.F., Kelantan, M.C. & Ahmad, J.H. (2019). Internal Control and Fraud in the Construction Industry of Malaysia. Journal of Contemporary Social Science Research, 3 (1), 56-64.
18. www.theiia.org. (n.d.). The Institute of Internal Auditors' Standards Glossary. Retrieved from: <https://www.theiia.org/en/standards/what-are-the-standards/mandatory-guidance/standards-glossary/>

E.Ə.Hacıyev

dissertant, Azərbaycan Universiteti
ORCID 0009-0006-5926-6390

Dövlət investisiya layihələrinin idarə edilməsində daxili nəzarətin rolu

Xülasə

Məqalədə dövlət investisiya layihələrinin idarə edilməsində daxili nəzarətin rolundan bəhs olunur. Dövlət investisiyalarının hər bir mərhələsinin səmərəli idarə olunması üçün daxili nəzarət komponentlərinin tətbiqi imkanları müzakirə olunur. Məqalədə nəzarət mühiti, risklərin qiymətləndirilməsi, nəzarət fəaliyyətləri, informasiya və kommunikasiya, monitoring kimi daxili nəzarət komponentlərinin tətbiqi imkanları və onları tənzimləyən prinsiplər, eləcə də dövlət investisiyalarının idarə edilməsi üçün daxili nəzarət sisteminin əsas üstünlükləri əhatə olunur. Daha geniş mənada, dövlət investisiya layihələri üçün nəzarət mühitinin yaradılmasının vacibliyi, layihənin məqsədləri, bu məqsədlərlə əlaqəli risklər və bu risklərin qiymətləndirilməsi və idarə olunması məqalədə əhatə olunur. Layihənin icrası zamanı tətbiq olunan nəzarət fəaliyyətləri ilə yanaşı, informasiya və kommunikasiya tələbləri və layihə monitoringinin mühüm elementləri təsvir edilmişdir.

Açar sözlər: daxili nəzarət, risklərin qiymətləndirilməsi, dövlət investisiyaları, dövlət investisiyalarının idarə edilməsi.

Э.А.Гаджиев

диссертант, Азербайджанского Университета
ORCID 0009-0006-5926-6390

Внутренний контроль за управлением государственными инвестиционными проектами

Резюме

В данной статье рассматривается роль внутреннего контроля в управлении государственными инвестиционными проектами. Таким образом, был поднят потенциал внедрения компонентов внутреннего контроля для эффективного управления каждой фазой государственных инвестиций. Здесь рассматриваются принципы, регулирующие компоненты контроля, включая контрольную среду, оценку рисков, контрольные мероприятия, информацию и коммуникацию, мониторинг и возможности их применения, а также основные преимущества системы внутреннего контроля для управления государственными инвестициями. В более широком смысле, рассматривается важность создания контрольной среды для государственных инвестиционных проектов, цели проекта, риски, связанные с этими целями, а также оценка и управление этими рисками. Наряду с требованиями к информации и коммуникации описываются контрольные мероприятия, используемые во время выполнения проекта, и существенные части мониторинга проекта.

Ключевые слова: внутренний контроль, оценка рисков, государственные инвестиции, управление государственными инвестициями.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-147-156>

L.A.Haziyeva
lecturer, Azerbaijan University of Languages
Leman222@bk.ru

Məqalə redaksiyaya daxil olub 07.07.2024

The article was received by the editorial board on 07.07.2024

Статья принята к печати 07.07.2024

USE OF THE POTENTIAL OF AGROTOURISM

Abstract

Agrotourism is an important type of tourism, a complex of activities of great importance in socio-economic, ecological and a number of other aspects. The development of agriculture is an important condition for not only food security, but also economic security and sustainable development of every country. The dynamic and stable development of this area is directly related to the measures taken in the direction of ensuring the socio-economic development of rural areas and supporting balanced regional development. The level and structure of employment factors have a decisive role in raising the standard of living of the rural population.

In the article, provisions on improving the use of agrotourism potential are substantiated and suggestions are made.

Key words: *agrotourism, rural tourism, potential, efficiency, socio-economic.*

INTRODUCTION

The outstanding development of the non-oil sector implies a complex solution to the issues of forming a new structure of the national economy. For this purpose, innovative activity should be supported in the areas that form the mentioned sector, a new paradigm of using resources, especially human resources, should be formed, export-oriented activities should be encouraged, and public-private partnerships should be supported in various types of multifunctional activities in rural areas, including the development of tourism. The directions listed certainly do not cover all possibilities and priorities for their realization. The range of problems to be solved is larger, the range of issues on the agenda is wider.

Increasing the labor income of the population in agrarian regions accelerated their search for alternatives, and increased attention to the possibilities of revitalizing agrotourism. The sustainable development of rural areas has made the increase of economic activity here an objective necessity. Formation and development of agrotourism potential takes place under the influence of economic, social, ecological, institutional and a number of other factors. The issues of evaluating the environment-creating ability of those factors have not been sufficiently studied. The issues of discovering the possibilities of increasing the efficiency of the use of agrotourism potential and determining the ways of their realization are on the agenda. These and other factors are relevant issues of improving the use of agrotourism potential, and their comprehensive study is needed.

1. The role of agritourism in the participation of the non-oil sector

In areas with different levels of regional development, as the opportunities for the development of the non-oil sector are different, the factors determining the efficiency of using the agrotourism potential here are also different. Therefore, in order to assess the role of agrotourism in the development of the non-oil sector, necessary analyzes should be carried out for the comprehensive

characterization of the talked about potential. At the present time, when the development of the green economy is a priority direction, it is important to support tourism activities in the superior and sustainable development of the non-oil sector. Researchers who analyze the economic efficiency of tourism, including agrotourism, pay special attention to the impact of the development of the field on the sustainable development of other areas of the economy, including areas related to the non-oil sector [1, p. 210]. As a result of that attention and research, the summarized provisions give enough reason to say that the role of agritourism in increasing the economic activity in various areas of the national economy, including its non-oil sector, is increasing. The promotion of business activity through the development of agrotourism serves the sustainable activity of the related fields to one degree or another.

In recent decades, the relationship between the level of economic development of different countries and the efficiency of agrotourism activities has been investigated, and the real prospects of agrotourism in shaping the business environment have been proven in the experience of advanced countries. Although the study of the role played by various types of rural tourism in the pace of economic growth in developing countries gives different results in a number of cases, there are not a few studies showing that this role leads to positive dynamics.

When looking at the role of agritourism in the socio-economic development of the country and region, even in the initial approach. It is clear that the development of this field creates new jobs, increases the income of people living in rural areas, causes a multiplier effect by promoting the development of tourism-related fields, activates folk crafts, and increases foreign exchange earnings. it is possible to see. The development of agrotourism has an important role as a factor in the fight against poverty in rural areas [2, p. 436]. As mentioned in the mentioned source, in order for agrotourism service providers to get a decent income from this activity, they should be covered by targeted protection measures of the central and local government bodies, at least initially.

The study of the interaction between the development of tourism activity and the level of employment in rural areas allows us to say that this relationship not only exists, but also has the ability to have a significant positive impact on the structure of employment. The two-way nature of the relationship between the mentioned indicators is significantly determined by the following factors. First of all, as already mentioned, the development of rural tourism can create additional jobs or additional employment.

As for the impact of the level of employment on agrotourism, it allows to be more demanding in relation to personnel, that is, to express an attitude to them according to the level of preparation. It is no secret that it is difficult or impossible to find personnel with more or less training in hotels, travel, and other areas of hospitality in farms with agrotourism facilities. Since the measures implemented to increase the level of employment are often accompanied by professional training or professional change training, it is not uncommon to promote the initial training of personnel in the field of agrotourism.

The development of agrotourism accelerates the process of forming a system of relevant infrastructure elements. This, in fact, increases the demand for products and services of the participants of that process, and promotes the formation of innovation infrastructure. The point is that agrotourism should be attractive not only for its exotic aspects, but also for its compliance with modern technological requirements. Among the last requirements, regardless of the place of rest, it can be considered that the rate of digital development does not decrease for the tourist.

Effective use of the existing potential in the field of tourism, which is a unique source of foreign exchange reserves, is an urgent task not only at the micro, but also at the macro level. Researchers of the place and role of tourism in the development of mutual relations at the global and local economic levels [3, p. 291] note the need for a comprehensive approach. It is noted in many sources that there are great prospects for the realization of tourism potential in ensuring economic growth. Changes

observed in the sphere of influence of agrotourism as a factor of economic growth are characterized.

Of course, in the development of the non-oil sector in Azerbaijan, when determining the priorities of the effective use of the potential of tourism, including agro-tourism, the sign of being a source of currency should not be ignored.

The impact of agrotourism on economic activity in various areas of the non-oil sector of the national economy is manifested primarily in the following directions: promotion of demand for the results of various areas of activity, in other words, products and services; improving the attitude towards the information system on facilitating access to financial resources in rural areas; increase in the interest and investments of private investors in agricultural production subjects as potential agrotourism objects; increasing the level of sensitivity to innovation in order to obtain a multifunctional status of the entities that have been engaged in the production of agricultural products so far, etc.

Appropriate concepts, strategies and programs were developed as a result of the development of the promotion system for the superior development of the non-oil sector, including the assessment of the sector's development opportunities, business and investment environment, and justification of superior development priorities. In particular, as already mentioned, the Strategic Road Map for the development of the specialized tourism industry in the Republic of Azerbaijan was approved by the Decree of the President of the Republic of Azerbaijan dated December 6, 2016 [4].

The impact of tourism on the socio-economic development of the country in general depends on the pace and proportions of development, the existence of a superior development strategy of this or that field, and a number of other similar factors. The vector and nature of market research is also of some importance in this regard. The point is that due to the development of agritourism, market research conducted to realize the criteria for promoting demand for non-oil sector products and services can involve the formation of a target market. In practice, there are other cases that are aimed at determining the possibilities of agrotourism to support economic activity in the areas.

Tourism, including agrotourism activities, as already mentioned, has a direct and indirect impact on the economic development of most countries and its individual regions. Studies show that this effect is manifested mostly in the non-oil sector of transport, trade, public catering, entertainment industry, insurance, banking and financial services, communication, etc. manifests itself in fields such as [5, p. 732]. With great probability, it can be said that a favorable business and investment environment for the development of agrotourism can create a multiplier effect in the joint development of the listed and a number of other areas, especially in relation to human capital.

One of the main points of modern economic reality is the superior development of the service-oriented economy. Openness to innovation plays a special role among the factors that determine the increase in the specific weight of enterprises moving from the model of dominance of goods to the model of dominance of services. It can be said that the activity observed in the organization of various types of services, including tourism activities, is crucially related to sensitivity to innovation and flexibility of investment flows in the initial approach. Without diminishing the importance of other factors, let us note that among the factors that determine the positive impact of agritourism as a service area with rapid development on other areas of the non-oil economy are the possibilities of flexible influence on the vectors of investment flows, the low cost of stimulating demand and, of course, the existence of a potential landfill for creative approaches. should be noted as We need to mention one point here. When talking about the upper limit of the allocation of funds for the development of tourism, in some sources, the danger of the national economy becoming a service economy should be taken into account. The relevance of the mentioned point for Azerbaijan, the country of production, can be a separate research topic.

Increasing attention to agrotourism in terms of social development has become an objective necessity. The fact is that this type of tourism can give a significant and even significant impetus to

the development of service areas in rural areas. One of the important factors determining the direction of agrotourism development is the vector and nature of state support to the field. Special attention is paid to the following as priorities of state policy in the development of agrotourism: "scientific and technical support; development of human resources; organization and management of agrotourism complex; rural infrastructure development; normative-legal activity; introduction of agricultural products to the market" [6, p. 121].

Realizing the potential of tourism areas, including agro-tourism, can give a serious impetus to the development of the non-oil sector, even in the initial approach. As mentioned in the first chapter, in this regard, there are quite convincing evidences in foreign experience. After liberating its lands, Azerbaijan pays special attention to the development of tourism in the economic regions of Karabakh and East Zangezur. Taking into account the position presented in the second chapter about the directions for realizing the potential of agrotourism in the territories freed from occupation, the following can be summarized about the directions for the development and efficient organization of agrotourism in the development of the national economy, especially its non-oil sector.

2. Evaluation of agrotourism activity

First of all, let's note that the evaluation of the potential of agrotourism, the characterization of the main factors determining the demand, ensuring the flexibility of the processes of formation of prices of tourist services in terms of customer satisfaction can increase the role of the field in the non-oil sector. Determining tourist routes for the promotion of objects of important historical and cultural importance, ancient settlements considered national treasures, mausoleums of historical figures, house museums reflecting their life and creativity is a very important issue. The point is that Azerbaijan, along with liberating its territories, must also protect its cultural and historical monuments from Armenian aggression and eliminate the consequences of the enemy's information war based on lies for nearly two centuries. These very relevant issues will be discussed in the next paragraph. Let's note here that it will take a long time to eliminate the consequences of the environmental terrorism committed by Armenians for three decades. In this case, the role of rural tourism should be increased, tourism facilities should be created based on the use of natural monuments, landscape elements, and hydrological facilities.

The experience of the post-Soviet space shows that the expansion of the areas covered by tourism activities, the measures aimed at the superior development of rural tourism types can create favorable conditions for the diversification of activities in rural areas, and for increasing the demand for local agriculture and food products. As indicated in the relevant sources, "rural tourism is one of the most effective tools for the introduction of national agricultural products to domestic and foreign markets, as can be seen from world experience".

As in other fields, the human factor and the promotion of business activity play an important role in the development of agrotourism. For these and other reasons, the issues of intensification of measures for the activation of the local population for the development of agro-tourism in the territories freed from occupation, among them, the improvement of the information-advisory service, should be on the agenda. In this regard, the results of the researchers that the improvement of the information systems has important economic and organizational importance attract attention [7]. The organization of familiarization with the way of living, customs, and ceremonies of people in rural areas is not less important in itself as an element of the organization of agrotourism. Acquaintance with the process of restoring the customs and traditions of the local population returning to the territories of Azerbaijan freed from the Armenian occupation can encourage creative approaches in the development of various types of rural tourism as a direction of special interest tourism.

As one of the leading areas of the non-oil sector, the participation of tourists in agricultural work is of great importance in the development of the agricultural sector. The organization of this work includes familiarization with the local agricultural system, eating food prepared from traditional

products of the village, participation in cultural events, etc. accompanied. In concrete case, the prospect of becoming an important tool and platform for finding business partners for the purpose of developing cultural events, festivals, exhibitions, and agrotourism in a wider area is real. In general, the issue of determining the development vector of agrotourism for Azerbaijan should be on the agenda at the moment. Thus, "many countries of the world have determined for themselves one or another development vector of agrotourism". The fact that the mentioned vectors are quite different can be considered as a sign that the agrotourism activity is multifaceted and development-oriented.

Achieving the optimal combination of organic agricultural production and agrotourism activities in the sustainable development of rural areas promises serious positive results. Researchers investigating the role of tourism in sustainable economic development show that this role is quite high. In terms of adaptation to pure nature in sustainable development, there are wider opportunities in the development of various types of tourism in rural areas, as well as agro-tourism.

Now let's characterize the measures to be implemented in order to organize the effective use of the potential of agrotourism in the development of the non-oil sector. Of course, from this point of view, creating an appropriate and comfortable tourist environment, creating an optimal ratio between the criteria of increasing demand between service quality and price should be considered one of the main directions.

3. Increasing the efficiency of using agrotourism potential

In order to organize the effective use of agrotourism potential in the development of the non-oil sector, the following issues should be resolved on the agenda: improvement of the relevant regulatory and legal framework for the joint development of agrotourism and the recreation potential of the area; acceleration of measures to support the field's access to finance; creation of favorable conditions for the voluntary organization of agrotourism market participants; institutional support of personnel training process; ensuring the result orientation of the relevant information system.

The developed tourism activity in interaction with all areas of the economy has historically had an important role in the socio-economic development of the territories. The establishment of tourism as a field of economic activity has a multifaceted influence as a factor promoting regional development. That influence primarily stimulates employment, purchasing demand, and cross-border relations by strengthening the market orientation of various sectors of the national economy. Agrotourism has a multiplicative effect on the socio-economic development of regions by significantly strengthening the tendencies of integration and diversification of activities in rural areas.

When talking about the ways of increasing the efficiency of using the potential of agrotourism, let us note that, in addition to socio-economic and ecological efficiency, as well as the construction of the necessary infrastructure network for the protection of natural monuments, special attention should be paid. "The main directions of evaluating the efficiency of agrotourism development directions are budget, socio-economic and ecological efficiency, stimulation of the protection of natural monuments, infrastructure development".

Taking into account what has been mentioned about the place of the tourism factor in the socio-economic development of the country's regions, special attention should be paid to the decisive role of that factor in ensuring the efficiency of using the existing potential. The development of rural areas, among other factors, is directly related to the level of use of labor resources, as already mentioned.

The intensification of agricultural activity has a significant impact on the development of rural areas on a global and national scale. The leading direction of elimination of environmental consequences of that effect is to meet the requirements of sustainable development of intensification in modern agricultural production. Of course, at this time, the human health factor is the focus of researchers. In the studies devoted to the evaluation of the process of modernization of the agricultural area in achieving sustainable intensification in agriculture, the potential of agrotourism and its level of realization are considered as an important factor, along with many points [8, p. 367].

The intensive development of the agricultural sector, as can be seen from the research results, requires an approach to any type of activity here with ecological criteria. The activities according to those criteria, if they have the ability to create an environment, ultimately accelerate the approach to sustainable development goals.

We can talk about the close correlation between the development of agrotourism and the state of the environment. There are not a few who consider environmental problems as a threat to the development of agrotourism. Therefore, more attention to the release of organic products in all areas of agricultural production, the use of alternative, especially "green" energy sources, the meeting of plant and animal health measures with the requirements of environmental protection, and the application of environmentally friendly regimes of the use of land and water resources are kept on the agenda.

It is known that the use of land resources in accordance with sustainable development criteria is a critical issue. At the same time, those resources should be used sustainably and intensively, taking into account the requirements of the green economy, to ensure the existence of humanity. In recent times, the question of the economic feasibility of a compromise between the intensive use of land and the vectors of environmental protection in ensuring food security has been widely studied. The experimental solution of the discussed issue is a complex process that takes into account the influence of numerous factors, requiring a multi-criteria approach. Finding a compromise option between intensive use of agricultural land and environmental protection that meets the criterion of economic feasibility is possible thanks to the assessment of relationships between factors with quite different effects and optimal decision-making. In this regard, studies showing the necessity of a coordination program of selection studies with the application of modern agroecological methods are noteworthy. Those studies cover a wide range of problems, from the consideration of water and heat stress of plants to the management of plant waste.

The increasing role of the integration of nature, people and technologies in solving agro-food problems has been investigated to a certain extent, and the author's attitude to the possibilities of agrotourism development in this regard has been reported. Expertise of growing technological capabilities in terms of sustainable development requirements is becoming more and more relevant in terms of management of environmental protection processes. This issue should be on the agenda, especially for agricultural activities, in countries that regularly import machinery and technologies. Subjects of agrotourism activities and tourists traveling to rural areas can be a real force providing active public control of environmental expertise and diagnostics of results of agro-technological innovations.

The restoration of cultural values, the positive role of agrotourism in the development of folk crafts, and the realization of the multifunctionality of agriculture are evident. Agrotourism, which has a unique role in the sustainable development of agriculture and closely related economic-technological fields, develops in close contact with nature, as is known. Therefore, in recent studies, great attention has been paid to the importance of agrotourism in the adaptation of agriculture to global warming and other climate changes that threaten humanity [9, p. 170]. There are already attempts to predict the response of agrotourism and tourism in general to global warming and other anomalous events occurring on the planet.

In studies where the development of agrotourism is considered an innovative approach to the management of the agricultural area, the realities of the countries of the post-Soviet space are specially taken into account. Relevant studies and a creative attitude to their results are quite relevant for our country. It is noted that the mentioned realities are taken into account in the course of continuous reforms in a wide spectrum, from the management of the agrotourism activity space to the organization of that activity.

The role of agrotourism in the socio-economic development of regions can be expressed in the return of the rural population who previously lived in that area. Ensuring this flow can increase the degree of openness to innovations by realizing the scale effect in agrotourism. Competitive agritourism requires increased sensitivity to innovation, which in turn requires a flexible approach to the human factor in agritourism entities. From this point of view, the role of effective information system of rural population about agrotourism is increasing. For this purpose, an innovative information system should be established and regularly improved according to the requirements of the changing economic and institutional environment. In terms of the effective use of the agrotourism potential, it is important to solve issues such as ensuring diversity and individuality in the selection of tours, having the necessary opportunities for flexible change of programs, acquiring new knowledge and experience, the diversity and richness of impressions, increasing living activity, and presenting the local lifestyle in an interesting way. .

Agrotourism business model can be considered as a policy tool for sustainable development of the rural community. The possibilities of using that tool are expanding, and in this regard, the promotion of diversification and dynamism should be highlighted. In other words, we find it acceptable to agree with the following opinion. "Examples of the agrarian past are mainly presented in a conventional manner, but the asymmetric interpretation of the imaginations created by farmers within the framework of agrotourism is also important. Performances, staging and organization also make agriculture and village life modern, dynamic and multifaceted, knowingly and unwittingly. Indeed, the presentation measures intended for the joint diversification of agrarian and agro-tourism activities justify themselves in terms of visible support for sustainable development criteria.

Agrotourism has significant potential in terms of ensuring gender equality. In this type of rural tourism, the creation of home comfort for tourists, in addition to the necessary infrastructure and interior, makes the requirements for the human factor stricter. The participation of women in the activity according to the requirements discussed is justified in terms of guaranteeing customer satisfaction in all cases. As a result of research, the active and leading participation of women in agrotourism, their sensitivity, neatness and family organization as a factor promoting the interest of the urban population in the rural lifestyle have been revealed [10]. It is highly likely that tourists living in a village house that meets modern requirements will be more interested in national cuisine and ancient family traditions, especially in the conditions of agrotourism activities where women participate.

Effective development of agrotourism is directly related to the level of its organization and generally the level of appropriate organizational support. The promotion of the formation of agrotourism clusters created with the aim of ensuring the sustainable development of rural areas creates a favorable institutional environment for the organization of jointly realized activities on the criteria of economic and ecological efficiency, according to the results of conducted research. Improving the development-oriented institutional environment, solving organizational issues in conditions of active cooperation, has a positive effect on the competitiveness of agrotourism activity. The place and role of agrotourism in the tourism cluster is related to the competitiveness of this activity. The role played by the tourism cluster in the development of rural areas is determined by the characteristics of the organization of the relevant activity. In the environment of active cluster initiatives of modern agrotourism activities, there are real opportunities for increasing the role of regions, especially rural areas, in sustainable development.

Quality and compliance with standards are necessary requirements in agrotourism activity. The Italian experience shows that if agritourism farms specialize in serving domestic customers, they prioritize quality and compliance criteria. Subjects specializing in service to foreign customers emphasize sustainable development criteria and pay attention to environmental protection issues. In this case, it is not difficult to see that it would be more correct to talk about agro-ecotourism activity.

So, as already mentioned, agro-ecotourism strengthens the relationship between tourism activity and agriculture based on the principles of sustainability. The issue of adapting the discussed relations to the requirements of economic expediency is of decisive importance in ensuring the profitability of agrotourism activities.

One of the factors affecting the development of agrotourism and its increasing importance in recent times is ensuring the safety of vacationers. It should also be noted that increasing the effectiveness of systematic measures implemented in all countries to ensure the safety of life, health, and property of tourists during travel to rural areas remains relevant for all types of rural tourism. In our country, where religious intolerance, xenophobia, racism and extremism are not accepted historically, the issue of ensuring the safety of agro-tourists should not be ignored.

In the reality of Azerbaijan, agritourism has great opportunities to serve multiculturalism. The role of rural tourism in the development of tolerance and multiculturalism in Azerbaijan, which is considered an example for the world with its tolerant, human freedom and rights-affirming way of life, deserves special attention. The hospitality factor inherent in our people can be used more actively to promote intercultural understanding and mutual respect, and the co-development of different cultures. The agrotourism factor can play an important role in the protection of our customs and traditions, which have been formed over the centuries and have a unique impact with their humanism, in the restoration and protection of historical monuments, and in the development of folk crafts. It is the development of rural tourism, including agro-tourism, to the extent that it can realize the effect of scale, which can encourage both the development of folk crafts and investment in the restoration and protection of cultural-historical monuments. In general, agrotourism has an important role in creating a favorable environment for the development of entrepreneurship and service industries in agrarian regions.

CONCLUSION

The following can be mentioned as directions for increasing the role of agrotourism in the socio-economic development of the country's regions:

- ensuring a favorable "quality-price" ratio of agrotourism services in terms of increasing competitiveness;
- improving the quality of human resources, promoting creative thinking and openness to innovation;
- increasing knowledge and skills for the development of agrotourism;
- increasing economic activity in the area and promoting employment, as well as self-employment;
- increasing the number of financing sources, at the same time promoting permanent partnership with them, increasing family investments aimed at sustainable business and development of the nearby area;
- compliance of services with quality and standards in agrotourism, as well as joint consideration of sustainable development criteria;
- creating a system of effective measures for state support for the development of agrotourism;
- finding a close perspective and optimal ratio between diversification and integration of activities in the agrarian field;
- to benefit from the favorable investment environment created in the country for the development of agrotourism;
- implementation of sustainable economic and economic-institutional measures against price increase of tourist services;
- organization of subjects performing agro-tourism activities, including joining in associations;
- interest in the mass media to ensure the permanence and efficiency of relations with the target audience;

- using advanced information technologies and other advantages of the digital environment;
- construction of the most modern agrotourism model in accordance with the requirements of the majority of the local and foreign urban population and the criteria of family recreation.

Reference list:

1. Gössling S., Peeters P., Ceron J.P., Dubois G., Richardson R.B. (2005). The eco-efficiency of tourism. *Ecol. Econ.* 54: p. 210.
2. Ekanayake E., Long A.E. (2012). Tourism development and economic growth in developing countries. *Int. J. Bus. Financ. Res.* p. 436.
3. Scheyvens R., Russell M. (2012). Tourism and poverty alleviation in Fiji: Comparing the impacts of small-and large-scale tourism enterprises. *J. Sustain. Tour.* 20: p. 29136.
4. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi. Bakı, 2016.
5. Milne S., Ateljevic I. (2001). Tourism, economic development and the global-local nexus: Theory embracing complexity. *Tour. Geogr.* p. 732.
6. Sanchez Carrera E.J., Brida J.G., Risso W.A. (2008). Tourism's impact on long-run Mexican economic growth. *Econ. Bull.* 23: p. 121.
7. Rhaman M.R. (2016). The Socio-Economic Importance of Tourism and Its Impact on the Livelihood in South Asia: Case Rangamati Bangladesh. Centria University of Applied Sciences; Kokkola, Finland.
8. Кузнецова О.П., Косьмин А.Д., Кузьменко А.А., Кузнецов В.В., Кузнецова С.В., Самохвалова О.М. (2019). Туризм как драйвер социально-экономического и социокультурного развития страны // Экономические отношения. Том 9. №3, с. 367.
9. Чупина С.В. (2010). Мультипликационный эффект инвестирования в человеческий капитал// Вестник ТГУ, с. 170. <https://cyberleninka.ru/article/n/multiplikatsionnyy-effekt-investirovaniya-v-chelovecheskiy-kapital>.
10. Карпенко И.О., Олишевская Ю.А. (2006). Влияние туризма на экономику государства// //Материалы научной конференции “Молодые научные работники - географической науке” 27-28 октября, Киев// <http://www.skole.com.ua/ru/papers/13-turizm/34-turizm-ekonomika.html>.

L.A.Haziyeva

müəllim, Azərbaycan Dillər Universiteti

Aqroturizm potensialından istifadə

Xülasə

Aqroturizm turizmin mühüm növü, böyük sosial-iqtisadi, ekoloji və bir sıra digər aspektlərdə böyük əhəmiyyətə malik fəaliyyətlər kompleksidir. Kənd təsərrüfatının inkişafı hər bir ölkənin nəinki ərzaq təhlükəsizliyinin, habelə iqtisadi təhlükəsizliyinin və dayanıqlı inkişafının mühüm şərtidir. Bu sahənin dinamik və dayanıqlı inkişafı isə kənd yerlərinin sosial-iqtisadi inkişafının təmin edilməsi, tarazlı regional inkişafa dəstək verilməsi istiqamətində görülən tədbirlərlə bilavasitə əlaqədardır. Kənd əhalisinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsində məşğulluğun səviyyəsi və strukturu amilləri həlledici rolə malikdir.

Məqalədə aqroturizm potensialından istifadənin təkmilləşdirilməsi üzrə müddəalar əsaslandırılmış, təkliflər verilmişdir.

Açar sözlər: aqroturizm, kənd turizmi, potensial, səmərəlilik, sosial-iqtisadi.

Л.А.Хазиева
преподаватель, Азербайджанский Университет Языков

Использование потенциала агротуризма

Резюме

Агротуризм – важный вид туризма, комплекс мероприятий, имеющих большое значение в социально-экономическом, экологическом и ряде других аспектов. Развитие сельского хозяйства является важным условием не только продовольственной безопасности, но и экономической безопасности и устойчивого развития каждой страны. Динамичное и стабильное развитие этой сферы напрямую связано с принимаемыми мерами в направлении обеспечения социально-экономического развития сельских территорий и поддержки сбалансированного регионального развития. Уровень и структура факторов занятости играют решающую роль в повышении уровня жизни сельского населения.

В статье обоснованы положения по совершенствованию использования потенциала агротуризма и даны предложения.

Ключевые слова: *агротуризм, сельский туризм, потенциал, эффективность, социально-экономический.*

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-157-166>

O.S.Şükürov
dissertant, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, Bakı
ORCID 0009-0006-3680-7676
orxan@inbox.ru

Məqalə redaksiyaya daxil olub 05.09.2024

The article was received by editorial board on 05.09.2024

Статья принята к печати 05.09.2024

BİZNESİN İNVESTİSİYA RESURLARININ İNNOVATİV İQTİSADİYYATIN FORMALAŞMASINA TƏSİRİ

Xülasə

Tədqiqatın məqsədi biznesin investisiya resurslarının innovativ iqtisadiyyatın formalaşmasına təsirinin təhlil edilməsidir. Tədqiqat işində statistik, müqayisəli təhlil və qruplaşdırma metodlarından istifadə edilir.

Tədqiqatın nəzəri əhəmiyyəti biznesin investisiya resurslarının innovativ iqtisadiyyatın formalaşmasına təsirinə dair elmi yanaşmanı genişləndirməkdən ibarətdir. Tədqiqatın tətbiqi əhəmiyyət ondan ibarətdir ki, innovasiya fəaliyyəti ilə bağlı irəli sürülən nəticələr Azərbaycanda innovativ iqtisadiyyatın qurulmasında biznesin investisiya resurslarının istifadəsi zamanı mühüm əhəmiyyət kəsb edə bilər.

Tədqiqat zamanı əldə edilən nəticə biznesin investisiya resurslarının innovativ iqtisadiyyatın formalaşmasına təsirinin qiymətləndirilməsinə imkan vermişdir. Həmçinin müəyyən edilmişdir ki, qanunvericilikdə boşluqlar var.

Elmi yenilik olaraq tədqiqat işində satınalma ilə bağlı qanuna dair təkliflər irəli sürülmüş, biznesin investisiya resurslarının innovativ iqtisadiyyatın formalaşmasına təsirinin real vəziyyətinin təhlili aparılmışdır.

Açar sözlər: innovasiya, investisiya, milli iqtisadiyyat, xarici investisiya, qanunvericilik.

GİRİŞ

Azərbaycanda əlverişli investisiya mühiti yaradılmışdır ki, bu da bir sıra qanun və normativ aktlarla tənzimlənir. Bu qanunvericilik həm yerli, həm də xarici investisiyalar üçün hüquqi bazanı müəyyən edir. Dövlət investisiya prosesini həm də müxtəlif mexanizmlər vasitəsilə tənzimləyir. Buraya diferensiallaşdırılmış vergitutma sistemi, büdcə kreditləri və subsidiyaların verilməsi, kredit və qiymət siyasətinin həyata keçirilməsi, antiinhisar tədbirləri, təbii ehtiyatlardan istifadənin tənzimlənməsi daxildir. İqtisadiyyatın prioritet sahələrinə investisiya qoyuluşunu stimullaşdırmaq üçün güzəştli şərtlər verilir. Bu, investisiyaların ölkənin iqtisadi inkişafı üçün ən vacib olan sahələrə yönəldilməsinə imkan verir.

Qanunvericilik bütün investorlar, o cümlədən xarici investorlar üçün bərabər hüquqi rəftar nəzərdə tutur. Bu, investisiyaların idarə edilməsinə, istifadəsinə və ya dayandırılmasına mane ola biləcək ayrı-seçkilik tədbirlərini istisna edir. Lakin qanunvericilikdə irəliləyişlərə baxmayaraq, bəzi çatışmazlıqlar var. Məsələn, xarici investorların sahibkarlıq fəaliyyətində iştirakının bütün mümkün formalarını tam əks etdirmir. Məsələn, birgə müəssisələrin müqavilə formaları (contractual joint ventures) və ya məhsulun pay bölgüsü sazişləri (production sharing contracts) tam şəkildə tənzimlənmir. Bu formalar xarici investisiya növlərinin siyahısına daxil edilsə də, qanunvericilikdə

onların kifayət qədər tənzimlənməsi yoxdur. Bu formaların qeyri-kafi tənzimlənməsi qanunvericiliyin praktiki tətbiqində və investorların hüquqlarının qorunmasında çətinliklər yarada bilər. Pozuntular zamanı aydın prosedurların konkret izahatlar yoxdur:

- xarici investisiyaların ləğvi prosedurları;
- xarici investorların hüquqlarının dövlət orqanları tərəfindən pozulmasının nəticələrinin müəyyən edilməsi.

Bu qanunvericilik çatışmazlıqları xarici investorlar üçün hüquqi qeyri-müəyyənlik, ölkənin investisiya üçün cəlbediciliyini azalda bilər. Mübahisələrə və məhkəmə çəkişmələrinə səbəb ola biləcək qanunun müxtəlif təfsirlərinin mümkünlüyü dövlət qurumları tərəfindən pozuntular baş verdikdə xarici investorların hüquqlarının qorunmasında çətinliklər, ölkə iqtisadiyyatı üçün faydalı ola biləcək müasir investisiya-innovasiya formalarından istifadə imkanlarının məhdudlaşdırılmasına gətirib çıxara bilər.

Bu problemləri həll etmək üçün aşağıdakılar zəruridir:

- qanuna xarici investorların iştirakının bütün mümkün formalarının, o cümlədən yeni və perspektivli formaların ətraflı təsviri daxil edilsin.
- xarici investorların iştirakının hər bir forması üçün tam tənzimləməni, ləğv ilə bağlı aydın prosedurların və dövlət orqanları tərəfindən pozuntular baş verdikdə investorların hüquqlarının müdafiəsi mexanizmlərini təmin etmək.

İkinci əsas məsələ, nizamnamə kapitalının tənzimlənməsi məsələsinə xüsusi diqqət yetirilməlidir. Dövlət xarici kapitallı müəssisələrə də bir sıra güzəştlər edir. Məsələn, xarici investisiyaların payı 30%-dən çox olan müəssisələr məhsullarını lisenziyasız ixrac edə bilərlər. Bundan əlavə, xarici investorların fəaliyyəti üçün zəruri olan malların rüsumsuz idxalına, iqlat vergitutmadan qorunmasına və mənfəətin sərbəst ixracı hüququna təminatlar verilir. Mövcud qanun xarici investorlara sıfır nizamnamə kapitalı ilə fəaliyyətə başlamağa imkan verir. Mövcud qanunvericilik xarici investora sıfır nizamnamə kapitalı ilə əməliyyatlara başlamağa imkan verir. Bu, ölkədə uzunmüddətli fəaliyyət göstərmək niyyətində olmayan qondarma şirkətlərin və ya müəssisələrin yaranması riskini yaradır. Digər tərəfdən nizamnamə kapitalını formalaşdırmayan müəssisələr xarici investorlar üçün nəzərdə tutulmuş güzəşt və təminatlardan istifadə etməyə başlaya bilər. Bu, yerli biznes üçün qeyri-bərabər şərtlər yaradır və haqsız rəqabətə səbəb ola bilər. Həmçinin minimum nizamnamə kapitalına dair tələblərin olmaması Azərbaycan iqtisadiyyatının uzunmüddətli inkişafında maraqlı olmayan spekulyativ kapitalın axınına səbəb ola bilər. Real investisiyaların qiymətləndirilməsində çətinliklər yaranır. Nizamnamə kapitalına dair dəqiq tələblər olmadan ölkə iqtisadiyyatına xarici investisiyaların real həcmi qiymətləndirmək çətinləşir. Nəhayət, iqtisadiyyata real töhfə vermədən güzəştlərdən istifadə edən müəssisələrin büdcəyə vergi gəlirlərinin itirilməsi ilə nəticələnə bilər.

Bu problemi həll etmək üçün aşağıdakı tədbirlər təklif edilə bilər:

- xarici investisiyalı müəssisələr üçün minimum nizamnamə kapitalı həddinin müəyyən edilməsi;
- nizamnamə kapitalının müəyyən müddət ərzində mərhələli şəkildə ödənilməsi tələbinin qoyulması;
- güzəştlərin verilməsinin nizamnamə kapitalının faktiki həcmi ilə əlaqələndirilməsi;
- xarici investisiyalı müəssisələrin fəaliyyətinə, xüsusən də onların işinin ilkin mərhələsində nəzarətin gücləndirilməsi;
- xarici sərmayədarların ölkə iqtisadiyyatına real töhfəsinin monitorinqi sisteminin işlənilib hazırlanması.

Üçüncü məqam ondan ibarətdir ki, Azərbaycan xarici investorlara öz gəlirlərini və investisiyalarla bağlı digər məbləğləri xaricə köçürmək hüququna zəmanət verir. Bu, ölkəni xarici

kapital üçün cəlbəedici edən mühüm təminatdır. Ölkə qanunvericiliyi xarici investorlara dövlət və bələdiyyə əmlakının özəlləşdirilməsində iştirak etmək, habelə dövlət qiymətli kağızlarını və müəssisələrin səhmlərini əldə etmək hüququ verir.

Lakin özəlləşdirmənin keçmiş təcrübəsini təhlil edərək qeyd etmək olar ki, bu prosesin ilk illərində bir çox elmi-texniki komplekslər dağıdılıb. Bu, bilik tutumlu məhsulların istehsalına mənfi təsir göstərmişdir ki, bu da öz növbəsində iqtisadi artımın indi yüksək texnologiyalı sənayelər hesabına deyil, əsasən xammal hasilatı hesabına əldə olunmasına gətirib çıxarmışdır. Bu vəziyyət Azərbaycan iqtisadiyyatının xarici iqtisadi amillərdən asılılığını artırıb. Bu problemləri nəzərə alaraq, hökumət bilik tutumlu sənaye sahələrinin özəlləşdirilməsi və bərpasında xarici investorların iştirakını stimullaşdırmağa yönəlmiş strategiya qurur. Bu, iqtisadiyyatı şaxələndirməyə və onun əmtəə sektorundan asılılığını azaltmağa kömək edəcək.

Hökumət innovasiyaların təşviqində mühüm sahibkarlıq rolunu oynayır, çox vaxt iqtisadiyyata ən riskli və qeyri-müəyyən investisiyaları edir [10].

Hazırda dövlət, xüsusən də əsaslı tikinti sahəsində dövlət sifarişləri sistemi vasitəsilə investisiya prosesində fəal iştirak edir. Bu sifarişlər adətən müsabiqə əsasında verilir ki, bu da dövlət vəsaitlərinin istifadəsində şəffaflığı və səmərəliliyi təmin edir. Dövlət satınalmaları innovativ məhsul və xidmətlərə təsir edə bilən effektiv mexanizmdir. Lakin innovasiyaya olan tələbatı təmin etmək üçün dövlət satınalmaları sistemində müvafiq meyarlar nəzərdə tutulmayıb.

İnvestisiya siyasətinin mühüm istiqaməti ölkənin bütün regionlarında investisiyaların stimullaşdırılması olmalıdır. Bu zaman hər bir regionun xüsusiyyətlərini, onun inkişaf səviyyəsini nəzərə almaq və müvafiq idarəetmə və tənzimləmə vasitələrindən istifadə etmək lazımdır. Əsas mexanizmlərdən biri investorlar üçün təminat rolunu oynayacaq innovasiyalara edilən investisiyanın sığortası ola bilər. Bundan əlavə, vergi və kredit tənzimləmə alətləri az inkişaf etmiş regionlara və sənaye sahələrinə investisiya axınının stimullaşdırılmasına yönəldilməlidir.

Qeyd etmək yerinə düşər ki, vergi dərəcələrinin tez-tez dəyişdirilməsi və Vergi Məcəlləsinə dəyişikliklər, xüsusən də onlar sırf fiskal xarakter daşıyarsa, investisiya prosesinə mənfi təsir göstərir. İnvestorlar ya iqtisadiyyatın inkişaf etməmiş sahələrinə investisiya qoymaqdan çəkinirlər, ya da vergi ödəməkdən yayınmağa çalışırlar. Ona görə də vergi siyasəti innovasiyalara edilən investisiya fəaliyyətinin stimullaşdırılmasına yönəldilməlidir.

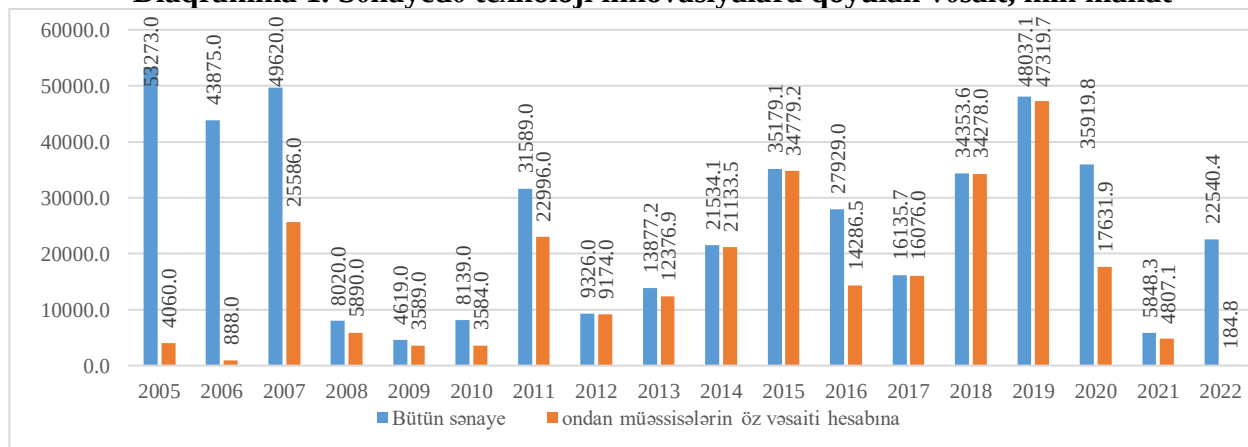
Əlbəttə bu istiqamətdə müsbət addım qanunvericilikdə dəyişikliyin qəbul edilməsi olub, ona əsasən, xarici investorlar vergi rejiminin pisləşdiyi halda, əvvəlki (müqavilənin bağlandığı vaxt) vergi dərəcələri ilə ödəmək hüququna malikdirlər. Bu, investorlar üçün müəyyən sabitlik və proqnozlaşdırıla bilənliyi təmin edir.

Azərbaycanın global iqtisadi münasibətlərə inteqrasiyası prosesində təkcə xarici investisiyalı müəssisələrin hasilat sənayesi məhsullarının istehsalına və ixracına yönəldilməsi deyil, həm də daxili bazarın tələbatının nəzərə alınması və emal sənayesinin inkişafına təkan vermək vacibdir. Bu, daha balanslı və dayanıqlı iqtisadi strukturun yaradılmasına kömək edəcək. İqtisadi inkişafın gedişatını kökündən dəyişmək üçün təkcə xarici kapitalı deyil, həm də qabaqcıl texnologiyalar, avadanlıq və digər istehsal vasitələrini cəlb etmək lazımdır.

Biznesin investisiya resurslarının innovasiyalara yönəldilməsinin təhlili

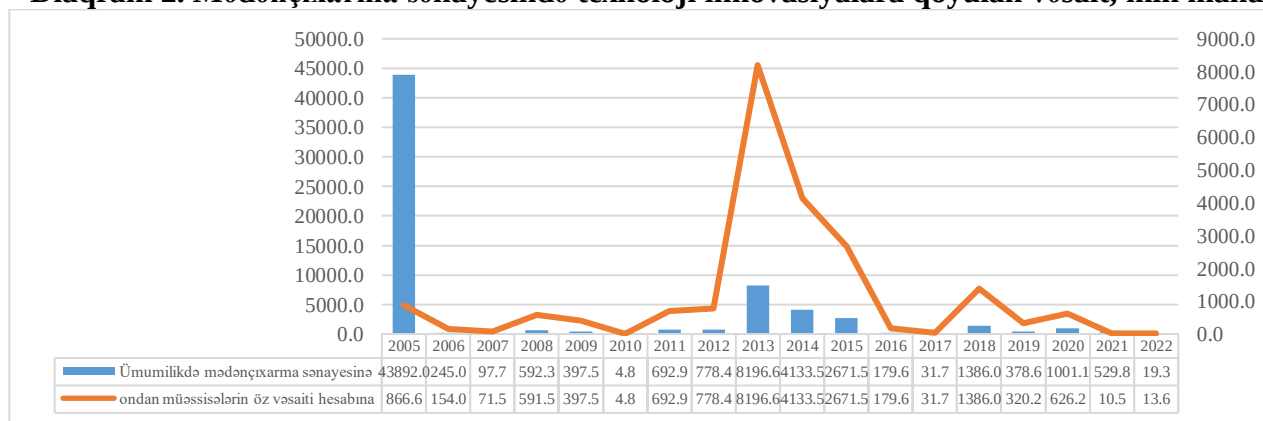
Aparılan təhlil göstərir ki, məhsul biznes strukturlarının innovasiyaya yönəltdiyi vəsaitlərin həcmi az deyil. Belə ki, 2005-2022-ci illərin statistik məlumatlarının təhlilindən aydın olur ki, sənayedə texnoloji innovasiyalara yatırılmış 469,8 milyon manat vəsaitin 59,3 %-i müəssisələrin öz vəsaitləri olmuşdur. Bu müəssisələr üçün kifayət qədər böyük göstəricidir. Qeyd edək ki, həmin dövrdə mədənçıxarma sənayesində texnoloji innovasiyalara yatırılmış 65,2 milyon manatın 32,4% müəssisələrin öz vəsaitləri olmuşdur. Emal sənayesində isə texnoloji innovasiyalara yatırılmış 357,3 milyon manatın 70,7%-ini müəssisələrin investisiyaları təşkil edib.

Diagramma 1. Sənayedə texnoloji innovasiyalara qoyulan vəsait, min manat



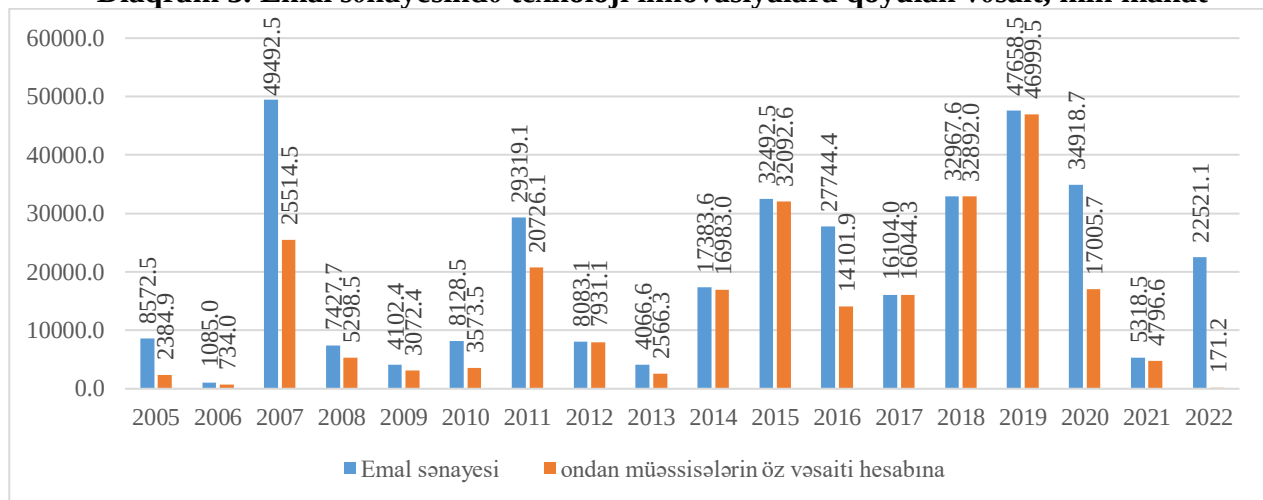
Mənbə: Müəllif tərəfindən <https://stat.gov.az/source/industry/> 06.08.2024 tarixə olan materialları əsasında tərtib edilmişdir

Diagram 2. Mədəncixarma sənayesində texnoloji innovasiyalara qoyulan vəsait, min manat



Mənbə: Müəllif tərəfindən <https://stat.gov.az/source/industry/> 06.08.2024 tarixə olan materialları əsasında tərtib edilmişdir

Diagram 3. Emal sənayesində texnoloji innovasiyalara qoyulan vəsait, min manat



Mənbə: Müəllif tərəfindən <https://stat.gov.az/source/industry/> 06.08.2024 tarixə olan materialları əsasında tərtib edilmişdir [12].

Hazırda investisiya prosesinin daha da mərkəzsizləşdirilməsi vacibdir. Bu, müxtəlif mülkiyyət formalarının inkişafını, müəssisələrin investisiya layihələrinin maliyyələşdirilməsində daxili əmanət mənbələrinin rolunun artırılmasını, mərkəzləşdirilmiş investisiyalar hesabına müəssisələrə dövlət dəstəyini, habelə məhdud mərkəzləşdirilmiş kapital qoyuluşlarının ciddi şəkildə məqsədli proqramlara uyğun olaraq yerləşdirilməsini nəzərdə tutur. Amma innovasiyalara yönələn investisiya qərarları qəbul edərkən mühüm şərt hər bir investisiya proqramının və layihəsinin ilkin ekspertizası olmalıdır. Bu ekspertiza layihələrin sosial-iqtisadi siyasətin məqsəd və prioritetlərinə, iqtisadi təhlükəsizlik tələblərinə uyğunluğunu, habelə onların iqtisadi səmərəliliyini və özünü doğrultmasını qiymətləndirməlidir. Əlavə maliyyə resurslarının cəlb edilməsinin səmərəli mexanizmi investisiya layihələrinin birgə və ya paylı dövlət-kommersiya maliyyələşdirməsindən, o cümlədən xarici ölkələrdən kapital cəlb etməklə istifadə oluna bilər.

Beləliklə, Azərbaycanda investisiyalar üçün kifayət qədər cəlbəedici şərait yaradılıb və investisiya mühitinin daha da yaxşılaşdırılması ehtiyacını ödəyə bilən potensial var.

İnnovasiyalara istiqamətlənən biznes mühitinin məsinin təhlili

19 iyun 2023-cü il tarixdə Rəqəmsal İnkişaf və Nəqliyyat Nazirliyinin strukturuna daxil olan İnnovasiyalar Agentliyinin resurslarından istifadə qaydaları ilə bağlı əmr imzalanıb. Bu Agentliyin məqsədi qrantlar, güzəştli kreditlər və vençur maliyyələşdirilməsi ilə innovativ layihələrə investisiyaların cəlb edilməsində katalizator olmaqdır. Bu, yüksək riskli müəssisələrin maliyyə resurslarına çıxışını asanlaşdıracaq. Ölkədə innovativ inkişaf sahəsində əlaqələndirmənin təmin edilməsi ilə bağlı Azərbaycan Prezidentinin Sərəncamının 3.3-cü və 3.4-cü bəndlərində Nazirlər Kabinetinə tövsiyə olunur ki, elmi-tədqiqat mərkəzlərinin və laboratoriyaların reyestrlərinin formalaşdırılması və aparılması qaydalarını təsdiq etsin. müasir texnologiyalarla təchiz edilmişdir. Həmçinin Milli Elmlər Akademiyası ilə əməkdaşlıq çərçivəsində dövlət hesabına mülkiyyətində olan və ya yaradılan infrastrukturdan tədqiqatçıların necə istifadə edə biləcəyi barədə məlumatların hazırlanaraq prezidentə təqdim edilməsi tələb olunur.

Hər bir ölkənin sahibkarlıq potensialı baxımından özünəməxsus güclü tərəfləri var. Akademik A.Nadirov haqlı olaraq qeyd edir ki, yaxın on il ərzində, Azərbaycanda yüngül sənayenin mövcud sahələrində, xüsusilə də iri müəssisələrin yenidən fəaliyyətə başlaması ilə bölgələrin sosial-iqtisadi inkişafında əhəmiyyətli irəliləyiş gözlənilir. Bundan əlavə, vurğulamaq lazımdır ki, bu məsələnin həllini daha da effektiv və sürətli edən əlverişli şərait mövcuddur. Keçmişdə yaradılmış bu sahənin iri müəssisələrinin infrastrukturunu hələ də qorunub saxlanılır. Sadəcə olaraq, bu müəssisələri ən son elmi və texnoloji nailiyyətlər əsasında yeni avadanlıqlarla təchiz edib, fəaliyyətlərini bərpa etmək kifayətdir [6].

Azərbaycanda Texnoloji parkların rezidentləri və ETKLİ ilə məşğul olan şirkətlər üçün vergi güzəştləri tətbiq edilir. Azərbaycan Prezidenti yanında Elm Fondu elmi tədqiqatların maliyyələşdirilməsi məqsədilə yaradılıb. Hazırda innovativ layihələrin vençur maliyyələşdirilməsi mexanizmlərinin formalaşdırılması və təkmilləşdirilməsi üzrə işlər davam edir.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 22 fevral 2017-ci il tarixli Fərmanı ilə Azərbaycanda Rəqəmsal Ticarət Qovşağının (Xabın) yaradılması rəsmi olaraq qeyd edilib. Bu da ölkənin rəqəmsal ticarət qovşağı kimi mövqeyinin gücləndirilməsi və xarici iqtisadi əməliyyatların genişləndirilməsi ilə bağlı əlavə tədbirləri nəzərdə tutur. Bu addım ölkədə innovativ layihələrin maliyyələşdirilməsi üçün yeni perspektivlər açır. Azərbaycan Rəqəmsal Ticarət Qovşağı dövlət-özəl tərəfdaşlığa əsaslanan elektron platformadır. Onun məqsədi elektron ticarət infrastrukturunu inkişaf etdirmək və Azərbaycanın regionda rəqəmsal ticarət mərkəzi kimi mövqeyini gücləndirməkdir. Hub aşağıdakı funksiyaları təklif edir:

- xarici investorlar üçün elektron və mobil rezidensiya;
- elektron və mobil imza;
- hüquqi şəxslərin onlayn qeydiyyatı;

- elektron ödənişlər;
- elektron sənədlər;
- sərhədlərarası əməliyyatlar.
- imzaların qarşılıqlı tanınması və yoxlanılması.

Elektron və Mobil Rezidentlik Azərbaycan hökuməti tərəfindən qeyri-rezidentlərə təqdim edilən rəqəmsal şəxsiyyətdir. Dünyanın hər yerindən olan sahibkarlar Azərbaycanda biznes açma və idarə etmə, həmçinin Hub-ın transsərhəd elektron xidmətlərindən istifadə etmə bilirlər. Azərbaycan Estoniyadan sonra dünyada e-rezidentlik təklif edən ikinci və mobil rezidentura təqdim edən ilk ölkə oldu. Azərbaycan Rəqəmsal Ticarət Qovşağı dünyada ikinci, Avropada isə birincidir. Əvvəlcə bu cür mərkəzlər Böyük Britaniyada, sonra Azərbaycanda, daha sonra isə Malayziya, BƏƏ və Taylandda yaradılmışdır [7].

Eyni zamanda, innovasiya investisiyaların keyfiyyət aspektini də özündə ehtiva edir, yəni sərmayələrin necə və hansı məqsədlə istifadə olunduğunu göstərir [11]. Qlobal təcrübə göstərir ki, innovativ inkişafı stimullaşdırmaq və onun maliyyələşdirilməsini sürətləndirmək üçün bir neçə əsas istiqamətə diqqət yetirmək lazımdır:

- startap və kiçik innovativ müəssisələrin yaradılmasına və inkişafına dəstək;
- kiçik və orta biznesin innovativ texnologiyalara çıxış imkanlarının və onların həyata keçirilməsi imkanlarının genişləndirilməsi;
- akademik sektor (universitetlər və ictimai tədqiqat təşkilatları) ilə sənaye arasında əlaqələrin gücləndirilməsi, həmçinin şirkətlərin yeni texnologiyaların mənimsənilməsinə həvəsləndirilməsi.

Azərbaycanda İT startaplarına qrantlar və güzəştli kreditlər verən İnformasiya Texnologiyalarının İnkişafı Fondu yaradılıb. “Startup.az” Azərbaycanda startap ekosistemi - bazardakı startaplar, investorlar, maliyyə fondları, startapları dəstəkləmək üçün yaradılan inkubasiya və akselerasiya mərkəzləri haqqında ətraflı məlumatı vahid portal üzərindən və bu platformada təqdim edilən platformadır [8]. 10 avqust 2024-cü il tarixinə 17 sahədə 157 startap layihəsi həyata keçirilib [13]. AMEA Yüksək Texnologiyalar Parkı fəaliyyət göstərir, infrastruktur və texnoloji startaplara dəstək verir. İnnovasiya və Rəqəmsal İnkişaf Agentliyi biznesdə innovasiyaları təşviq etmək üçün yaradılıb. İqtisadiyyatın rəqəmsallaşdırılmasına yönəlmiş “Rəqəmsal Azərbaycan” proqramı həyata keçirilir.

Dünya təcrübəsində innovasiyaların həyata keçirilməsi müvafiq qanunvericilik və tənzimləyici dəstəyin olmasını göstərir. Bu:

- dövlət tərəfindən maliyyələşdirilən tədqiqatın mülkiyyət hüququnu aydın şəkildə müəyyənləşdirilməsi;
- innovativ layihələrin maliyyələşdirilməsi üçün məsuliyyətin təyini;
- elmi işlərin kommersiyalaşdırılması üzrə ixtisaslaşmış şirkətlərin formalaşması üçün əlverişli şəraitin yaradılması;
- universitetlərin, elmi müəssisələrin və ayrı-ayrı tədqiqatçıların startapların yaradılmasında iştirak mexanizmlərinin, o cümlədən belə şirkətlərin kapitalında pay əldə etmək imkanlarının işlənilib hazırlanmasıdır.

Azərbaycanda elm sahəsində əqli mülkiyyət məsələlərini tənzimləyən “Elm haqqında” Qanun qəbul edilmişdir. Elm və biznes arasında əlaqələrin gücləndirilməsi üçün Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasında Texnologiya Transferi Mərkəzi yaradılıb. Tələbələr üçün təhsilin praktiki yönümünü gücləndirmək üçün şirkətlərdə təcrübə proqramları həyata keçirilir. İnnovasiyalar sahəsində dövlət-özəl tərəfdaşlıq mexanizmlərini müəyyən edən normativ hüquqi aktlar hazırlanıb. İnnovasiya sektorunda dövlət-özəl tərəfdaşlığının formaları və modellərini, tərəflərin hüquq və vəzifələrini, layihələrin başlanması və həyata keçirilməsi prosedurlarını, maliyyələşdirmə və risklərin bölüşdürülməsi mexanizmlərini, müsabiqələrin keçirilməsi və özəl tərəfdaşların seçilməsi qaydasını

özündə əks etdirən “Dövlət-özəl tərəfdaşlıq haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin “Dövlət-özəl sektor tərəfdaşlığının inkişafı ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında” 2016-cı il tarixli Fərmanı, Nazirlər Kabinetinin “Dövlət-özəl tərəfdaşlıq layihələrinin hazırlanması və həyata keçirilməsi Qaydalarının təsdiq edilməsi haqqında” 2017-ci il Qərarı, 2016-cı ildə İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzinin yaradılması haqqında Qərar, 2018-ci ildə təsdiq edilmiş “Dövlət-özəl tərəfdaşlıq layihələri üzrə özəl tərəfdaşın seçilməsi üzrə müsabiqənin keçirilməsi qaydası haqqında” Əsasnaməni qeyd etmək yerinə düşür [1-5].

Azərbaycanda innovasiyalara edilən investisiya qoyuluşlarına hər zaman dövlət dəstəyi olub. Məsələn, “AZEEXPORT” portalı Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin 21 sentyabr 2016-cı il tarixli 2349 nömrəli Sərəncamı əsasında yaradılmışdır. Bu portal məhsullar və onların həm daxili, həm də xarici bazarlarda satışı haqqında məlumat verən rahat və unikal platformadır. 2017-ci ildə Azexport.az portalı vasitəsilə ixrac sifarişlərinin dəyəri 514 milyon ABŞ dolları təşkil edib. 2018-ci ildə bu rəqəm 39 milyon ABŞ dolları artıb. Sifarişlər 111 ölkədən gəldi, girişi genişləndirdi və satışları artırdı. Azexport portalı çərçivəsində fəaliyyət göstərən elektron platforma olan Rəqəmsal Ticarət Qovşağı həm yerli sahibkarlar, həm də xarici investorlar üçün biznes proseslərini sadələşdirir, onları daha şəffaf və rahat edir.

Kosmik sənayedə innovasiyaların maliyyələşdirilməsi də önə çıxır. “Azərbaycanda kosmik sənayenin yaradılması və telekommunikasiya peyklərinin orbitə çıxarılması haqqında” Prezident sərəncamları ölkəmizin müasir dünyaya inteqrasiyasına və yeni iqtisadi istiqamətlərin inkişafına töhfə verib. Sərəncamlar çərçivəsində Kosmik Sənayenin İnkişafı üzrə Dövlət Proqramı və bu məqsədlə xüsusi fond yaradılıb. Kosmik sənayenin yaradılması xarici informasiya mənbələrindən asılılığın azaldılmasına, informasiya təhlükəsizliyinin artırılmasına, kadr potensialının və intellektual potensialın inkişafına, eləcə də yeni elmi-texniki layihələrin hazırlanmasına yönəlib. Azərbaycanın ilk peyki “Azerspace-1” 2013-cü il fevralın 7-də orbitə buraxılıb. Azərbaycan kosmik sənayedə mövqelərini möhkəmləndirməkdə davam edir və “Azerspace-2” peykinin orbitə çıxarılması ölkə iqtisadiyyatına 400 milyon dollar gəlir gətirəcək. Son beş il ərzində “Azerspace-1” və “Azersky” müşahidə peyki orbitə buraxıldıqdan sonra üçüncü peyk “Azerspace-2” orbitə çıxarılıb [9]. “Azerspace-1” və “Azersky”dən sonra üçüncü Azərbaycan peyki “Azerspace 2”nin orbitə çıxarılması bir neçə səbəbə görə ölkə üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir:

1. Bu, Azərbaycanın texnoloji tərəqqisini və kosmik layihələrdə iştirak etmək qabiliyyətini nümayiş etdirir, beynəlxalq imicinin gücləndirir.

2. Kosmik proqram kosmik texnologiya sahəsində digər ölkələrlə tərəfdaşlıq üçün yeni imkanlar açır;

- 3.Öz peyklərimizin olması xarici informasiya mənbələrindən asılılığı azaldır, informasiya təhlükəsizliyinin, telekommunikasiya sahəsində müstəqilliyin qarantı olur, dünyanın istənilən nöqtəsində baş verən hadisələri izləməyə imkan verir;

4. Kosmik proqram ixtisaslı kadrlara ehtiyac yaradır və onların hazırlanmasını asanlaşdırır;

5. Azərbaycan müxtəlif təşkilat və şirkətlərə rabitə xidmətləri təklif etmək və məlumat satmaqla kosmik xidmətlər bazarında öz mövqeyini möhkəmləndirir, qeyri-neft sektorunun inkişafını təmin edir.

Son illər aqrar sahədə müasir texnologiyalardan istifadə etməklə ümumi dəyəri 3,5 milyard manat olan 451 investisiya layihəsi həyata keçirilib. Bunlardan 82 layihə logistika mərkəzləri və taxıl anbarlarının yaradılması, 62-si müasir istixana təsərrüfatları, 27-si damazlıq kompleksləri, 40-ı quşçuluq və 23-ü iri fermer təsərrüfatları ilə bağlıdır ki, onlardan 18-i istehsalla məşğuldur. Ət və süd. Emal müəssisələrinə 1,4 milyard manatadək güzəştli kredit verilib ki, bu kreditlər 42 intensiv bağçılıq və üzümçülük, 18 meyvə-tərəvəz emalı, 30 çörək zavodu, 28 tikinti materialları istehsalçısı və 81 digər sənaye müəssisəsi arasında bölüşdürülüb. Layihələrin ümumi sayından 412-si, yəni 91%-i artıq işə başlayıb, 39-da (9%) tikinti - quraşdırma işləri davam etdirilir. Əsas vəzifələrdən biri də aqrar

sahənin innovativ standartlara uyğun inkişafı, o cümlədən aqroparkların yaradılmasıdır. Dövlət başçısının tapşırığına uyğun olaraq, ölkənin 30 rayonunda ümumi sahəsi 191,8 min hektar olan 45 aqroparkın yaradılması istiqamətində işlər fəal şəkildə davam etdirilir.

Hazırda Azərbaycanda startaplara informasiya texnologiyaları, internet və proqram təminatı sahəsində inkişafının ilkin mərhələlərində dəstək verən Khazar Ventures və Inipro kimi əsas vençur fondları var. İnnovasiyalar və Rəqəmsal İnkişaf Agentliyinin, PAŞA Holdingin və özəl sərmayədarların dəstəyi ilə yaradılan mühüm vençur fondu Caucasus Ventures-dir. Bu fond Azərbaycanda ilk belə fondur və ölkənin innovasiya ekosistemi üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Onun əsas diqqəti toxumdan sonrakı böyümə şirkətlərinə və A-mərhələli startaplara investisiya qoymaqdır. Fond Azərbaycanın innovasiya ekosisteminin inkişafı üçün əlverişli şərait yaratmağa, investisiya mədəniyyətinin formalaşmasına kömək etməyə, xarici startapların və investorların yerli bazara marağını cəlb etməyə çalışır. Fondun nizamnamə kapitalı 11,3 milyon manatdır ki, bunun da 5 milyon manatını "Paşa Holding" şirkəti, 1,3 milyon manatını isə fərdi sahibkarlar təşkil edib. İnnovasiya və Rəqəmsal İnkişaf Agentliyi də Caucasus Ventures üçün əlavə 5 milyon manat ayırmaqla bu təşəbbüsü dəstəkləyib. Növbəti beş il ərzində fond Azərbaycan, Gürcüstan, Türkiyə, Mərkəzi Asiya və Şərqi Avropa ölkələrindən olan startaplara sərmayə qoymağı planlaşdırır.

NƏTİCƏ

Beləliklə, innovativ inkişafın maliyyələşdirilməsinin effektivliyi əsasən bir sıra stimullaşdırıcı amillərdən asılıdır:

- dövlət tədqiqat təşkilatları, alimlər və vasitəçilər arasında qonorar gəlirlərinin ədalətli bölgüsü;

- innovativ müəssisələr üçün vergi güzəştləri və üstünlükləri sisteminin tətbiqi;

- innovativ layihələr üçün resursların yaradılmasını və cəlb edilməsini stimullaşdıran mexanizmlərin hazırlanması;

- elmi işlərin kommersiyalaşdırılmasının inkişafına yönəlmiş dövlət büdcəsi vəsaitlərinin səmərəli istifadəsi üçün maliyyə alətlərinin təkmilləşdirilməsi.

Təhlildən görünür ki, dövlət və biznes sahəsində investisiya siyasəti innovasiyalar yönələn investisiya mühitinin daha da yaxşılaşdırılması üçün aşağıdakı tədbirlər tövsiyə oluna bilər:

- xarici investorlar tərəfindən mənfəətin ixracının maksimum səviyyəsini müəyyən etmək. Bu, kapital axınının məhdudlaşdırma və mənfəətin ölkə iqtisadiyyatına yenidən investisiya edilməsini təşviq edə bilər;

- xüsusilə iqtisadiyyatın qeyri-neft sektorlarına, məsələn, maşınqayırma, metallurgiya, kimya, yüngül və yeyinti sənayesi kimi uzunmüddətli investisiyaları stimullaşdıran proqramlar hazırlamaq;

- dövlət büdcəsi üçün riskləri azalda bilən və investisiya resurslarından daha səmərəli istifadəni stimullaşdıran dövlət tərəfindən zamanət verilməyən investisiyaların təşviqi;

- həm yerli, həm də xarici investisiyaların istifadəsi üçün şəraitin təmin edilməsi ilə regionların vahid inkişafına kömək etmək;

- investisiya sahəsində mövcud qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsi;

- kommersiya banklarının AR Milli Bankının yenidən maliyyələşdirmə mexanizmindən ilk növbədə investisiya məqsədləri üçün istifadə edilməsi;

- elmə, təhsilə və kadrların yenidən hazırlanmasına investisiyaların artırılması yolu ilə milli intellektual potensialın qorunması və inkişafı;

- investisiyaların səmərəliliyinin artırılması üçün iqtisadiyyatın struktur və texnoloji yenidən qurulmasının aparılması.

Bununla belə, qeyd etmək lazımdır ki, Azərbaycanın innovasiyaya yönələn investisiya əsaslı ekosistem hələ inkişaf mərhələsindədir. Ölkədə qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsi, infrastrukturun inkişafı və innovasiya fəaliyyətinin stimullaşdırılması istiqamətində işlər davam etdirilir.

TƏKLİF

Azərbaycanın “Dövlət satınalmaları haqqında” Qanunu innovasiyaların formalaşması və tətbiqi üçün bir neçə stimullaşdırıcı mexanizm təqdim edirik:

– müasir texnologiyaları cəlb edə bilən innovativ həllərə yönəlmiş tenderlərdə xüsusi qiymətləndirmə meyarlarının tətbiq edilməsi;

– dövlət satınalmalarının bir hissəsi kimi innovativ xidmətlər göstərən şirkətlər üçün müsabiqədə üstünlüklərin, iştirak prosedurlarının sadələşdirilməsi təmin edilməsi, onlara dəstək olmaq üçün mentorluq proqramlarının yaradılması;

– dövlət satınalmaları vasitəsilə təklif oluna bilən yeni məhsul və xidmətlərin inkişafını dəstəkləmək üçün akseleratorlardan istifadə.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. “Azərbaycan Respublikasında innovativ inkişaf sahəsində koordinasiyanın təmin edilməsi haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı 10 yanvar 2019-cu il
2. “Dövlət-özəl tərəfdaşlıq haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu,
3. “Dövlət-özəl sektor tərəfdaşlığının inkişafı ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı, 2016-cı il
4. “Dövlət-özəl tərəfdaşlıq layihələrinin hazırlanması və həyata keçirilməsi Qaydalarının təsdiq edilməsi haqqında” Nazirlər Kabinetinin Qərarı, 2017-ci il
5. “Dövlət-özəl tərəfdaşlıq layihələri üzrə özəl tərəfdaşın seçilməsi üzrə müsabiqənin keçirilməsi qaydası haqqında” Əsasnamə
6. Nadirov A.A. (2013). Heydər Əliyevin Azərbaycanın iqtisadiyyatında müəyyən etdiyi inkişaf strategiyası böyük uğurla davam etdirilir. Audit №2.
7. Qasimov İ., Cəbiyev F. (2017). İnnovasiya sahibkarlığı və texnoparklar, Bakı
8. İnnovasiya və sahibkarlıq: startup ekosistemi. (2023). V.Qasımının elmi redaktorluğu ilə, Bakı, s.8.
9. Hüseynova A. (2015). Azərbaycanda innovasiya fəaliyyətinin inkişaf yolu. Azərbaycanın Vergi Jurnalı, 4(124)
10. Mazzucato, M. (2013). The Entrepreneurial State: Debunking Private vs. Public Sector Myths. Anthem Press: London, UK, ISBN 978-0857282521.
11. Atakişiyev M., Süleymanov Q. (2004). İnnovasiya menecmenti, Bakı.
12. <https://stat.gov.az/source/industry>
13. <https://www.startup.az/startup.html>

О.С.Шукюров

диссертант, Азербайджанский Государственный Экономический Университет
ORCID 0009-0006-3680-7676

Влияние инвестиционных ресурсов бизнеса на формирование инновационной экономики

Резюме

Цель исследования - влияние инвестиционных ресурсов бизнеса на формирование инновационной экономики подлежит анализу. В исследовательской работе использованы методы статистического, сравнительного анализа и группировки.

Теоретическая значимость исследования заключается в расширении научного подхода к влиянию инвестиционных ресурсов бизнеса на формирование инновационной экономики.

Прикладное значение исследования заключается в том, что выводы об инновационной деятельности могут иметь значение при использовании инвестиционных ресурсов бизнеса в построении инновационной экономики в Азербайджане.

Полученный в ходе исследования результат позволил оценить влияние инвестиционных ресурсов бизнеса на формирование инновационной экономики. Также было установлено, что в законодательстве имеются пробелы.

В качестве научной новинки в исследовательской работе были выдвинуты предложения по закону о закупках, проведен анализ реальной ситуации влияния инвестиционных ресурсов бизнеса на формирование инновационной экономики.

Ключевые слова: *инновации, инвестиции, национальная экономика, иностранные инвестиции, законодательство.*

O.S.Shukurov

*PhD student, Azerbaijan State University of Economics
ORCID 0009-0006-3680-7676*

The impact of business investment resources on the formation of an innovative economy

Abstract

The purpose of the study is to examine the impact of business investment resources on the formation of an innovative economy subject to analysis. The research work uses statistical, comparative analysis and grouping methods.

The theoretical significance of the study lies in expanding the scientific approach to the impact of business investment resources on the formation of an innovative economy. The applied significance of the study lies in the fact that the conclusions about innovative activities can be important when using business investment resources in building an innovative economy in Azerbaijan.

The result obtained during the study made it possible to assess the impact of business investment resources on the formation of an innovative economy. It was also found that there are gaps in the legislation.

As a scientific novelty, proposals were put forward in the research work on the procurement law, an analysis of the real situation of the impact of business investment resources on the formation of an innovative economy was conducted.

Key words: *innovation, investment, national economy, foreign investment, legislation.*

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-167-174>

UOT 330:01

P.A.Mahmudov
doktorant, Azərbaycan Kooperasiya Universiteti
ORCID 0000-0003-4903-6568

Məqalə redaksiyaya daxil olub 08.10.2024

The article was received by editorial board on 08.10.2024

Статья принята к печати 08.10.2024

İŞĞALDAN AZAD EDİLMİŞ ƏRAZİLƏRƏ XARİCİ INVESTİSİYALARIN CƏLB EDİLMƏSİ POTENSİALI

Xülasə

Tədqiqatın məqsədi – İşğaldan azad edilmiş ərazilərə xarici investisiyaların cəlb edilməsi potensialının öyrənilməsindən ibarətdir.

Tədqiqat metodologiyası - tədqiqat işində qruplaşdırma, ümumiləşdirmə və təhlil metodlarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın təbiiqi əhəmiyyəti – işğaldan azad edilmiş ərazilərə xarici investisiyaların cəlb edilməsi potensialının inkişafı ilə bağlı, onun dayanıqlı inkişafının təmin edilməsi, Qarabaq və Şərgi Zəncəzur iqtisadi inkişafının elmi təsirlərinin və araşdırılmasından qaynaqlanır.

Tədqiqatın nəticələri – İşğaldan azad edilmiş ərazilərə xarici investisiyaların cəlb edilməsinin perspektiv istiqamətləri müəyyən edilib.

Tədqiqatın orijinallığı və elmi yeniliyi – Müharibədən sonrakı ərazilərin inkişafı və bərpasında dünya təcrübəsinin əsas təbiiqi yolları təklif edilib.

Açar sözlər: azad olunmuş ərazilər, bərpa prosesi, BMT, Qarabaq və Şərgi Zəncəzur, investisiyalar, “Marşal Planı”.

GİRİŞ

Müharibədən sonrakı dövrdə Qarabağın işğaldan azad edilmiş ərazilərinin bərpası istiqamətində əsasən dövlət şirkətlərinin səyləri ilə intensiv iş aparılırdı. Dövlət işğaldan azad edilmiş ərazilərdə müasir infrastruktur yaratmaqla yanaşı, Qarabağın bəzi rayonlarında “Ağıllı şəhər” və “Ağıllı kənd” pilot layihələrinin həyata keçirilməsinə başlayıb. Lakin işğaldan azad edilmiş ərazilərin tezliklə kütləvi şəkildə məskunlaşdırılması üçün - ilk növbədə, kəndlərdə işləmək və fərdi təsərrüfatlar yaratmaq istəyən, o cümlədən xarici sərmayələr cəlb etmək istəyən, əksəriyyəti üstünlük təşkil edən bütün məcburi köçkünlərin öz doğma yurdlarına qayıtması yolu ilə, prioritet əhəmiyyətə malikdir.

Qarabağ ərazisinin bərpası zamanı xarici sərmayələrin cəlb edilməsinin özünəməxsus prinsiplər fərqləri var ki, bunlardan da başlıcası bu ərazidə hər hansı sahibkarlıq fəaliyyəti əlamətlərinin olmamasıdır. Əslində işğaldan azad edilmiş yaşayış məntəqələrinin heç də hamısında yaşayış binaları, yol-kommunal infrastruktur, sosial-iqtisadi dəstək obyektləri və s. hazır deyil. Üstəlik, 30 il ərzində bir çox əkin sahələri becərilməyib və eroziyaya məruz qalıb, çünki onlarda meliorativ və gübrələmə prosedurları aparılmayıb. Odur ki, bu müddəalara əsaslanaraq işğaldan azad edilmiş ərazilərin inklüziv (hərtərəfli) inkişafının və Qarabağın işğaldan azad edilmiş kəndlərinin innovativ inkişaf prinsipləri əsasında sürətlə bərpası üçün sərmayələrin intensiv cəlb edilməsinin vacibliyi və aktuallığı göz qabağındadır.

Qarabağa və Şərqi Zəngəzura xarici investisiyaların müasir vəziyyəti

Qarabağ bölgəsində tarixi torpaqlar azad edildikdən sonra Azərbaycan hökuməti Ermənistan tərəfindən işğal olunmuş və dağıdılmış ərazilərin bərpası ilə bağlı planlar irəli sürüb. Prezident İlham Əliyev bildirib ki, Dağlıq Qarabağ və Şərqi Zəngəzur bölgəsinin bərpası Azərbaycan üçün xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Rəsmi məlumatlara görə, 1991-2020-ci illərdə 700 tarix və mədəniyyət abidəsi, 927 kitabxana, 808 mədəniyyət ocağı, 85 muzey və incəsənət məktəbi, 100 muzey, 22 mindən çox eksponat, dörd rəsm qalereyası, dörd teatr, iki konsert salonu fəaliyyət göstərmişdir. Ağdam, Füzuli, Cəbrayıl, Zəngilan və Qubadlı rayonlarında onlarla ev və tikili zədələnmiş və ya dağılmış, demək olar ki, bütün infrastruktur dağıdılmışdır. Dağıdılan obyektlərin ümumi dəyəri on milyardlarla dollar həcmində qiymətləndirilir [11].

Cəbrayıl, Füzuli, Zəngilan, Qubadlı və Şuşa qəsəbələri də daxil olmaqla 300-dən çox yaşayış məntəqəsi işğaldan azad edildikdən sonra dəymiş ziyan və dağıntıların müfəssəl hesablamaları aparılmışdır [4]. Artıq Azərbaycan hökuməti işğaldan azad edilmiş torpaqların bərpası üçün “Böyük Qayıdış” adlı genişmiqyaslı kampaniyaya başlayıb. Artıq bu ərazilərin bərpası və yenidən qurulması üçün Füzulidə və Zəngilanda yeni yol və hava limanları tikilib. Talış və Suqovuşan kəndlərində Tərtər rayonunda yeni yolların tikintisinə başlanılıb.

Bu il Qarabağ bölgəsinin müxtəlif yerlərində silsilə iqtisadi və mədəni tədbirlərin təşkili təklif olunur. Hökumət müharibədən zərər çəkmiş bölgəni bərpa etmək üçün həm milli, həm də xarici investisiyalara ümid edir. Hüquqi prosedurları asanlaşdırmaq üçün hökumət qanunvericiliyə dəyişiklik etmək və sifarişlə tikilən tikinti materiallarının baza qiymətlərini yaxşılaşdırmaqla regionun yenidən qurulması üçün birbaşa xarici investisiyaları cəlb etmək niyyətindədir. Tikinti tenderlərində baza qiyməti podratçının təklif etdiyi Türkiyə modelindən istifadə ediləcəyi bildirilir. Bir çox ölkələr, o cümlədən Türkiyə də, işğaldan azad edilmiş Qarabağ və Şərqi Zəngəzur torpaqlarının bərpasında fəal iştirak etmək niyyətindədir. Əvvəl qeyd edildiyi kimi, Türkiyə şirkətləri Qarabağın yenidən qurulmasında xüsusi rola malikdir və oynamaqda davam edir. Onlar əsasən tikinti sektoruna sərmayə qoyurlar və investisiyaların miqyasını daha da genişləndirərək digər sahələrə də sərmayə qoymağa başlayıblar. Türkiyə Şuşada “Ziraat Bank”-ın filialını açmaq planlarına daxil edib [5].

Bildirilib ki, bank ölkə rəhbərliyindən lazımi icazələri aldıqdan sonra dərhal Şuşada fəaliyyətə başlayacaq. Bankın işə başlama tarixi təsdiqlər alındıqdan sonra elan ediləcək. İtaliya şirkətləri də Qarabağın bərpasına öz töhfələrini veriblər. Genuya şəhərində yerləşən İtalyan şirkəti “Ansaldo Genuya”da Qarabağ zonasındakı dörd yarımstansiya üçün avadanlıqların tədarükü məqsədilə 6 milyon dollar dəyərində müqavilə imzalayıb [6]. 110 kilovat gücündə yarımstansiyalar işğaldan azad edilmiş Ağdam, Füzuli, Qubadlı və Kəlbəcər kimi ərazilərdə yerləşdiriləcək. Macarıstan dövləti və şirkətləri də Qarabağın tikintisində fəal iştirak edir. Macarıstan dövləti Qarabağın yenidən qurulmasında iştirak etmək istəyən şirkətlər üçün geniş kredit imkanları yaradıb. Macarıstanın “Eksimbank” işğal olunmuş Qarabağ zonasının bərpasında iştirak etmək niyyətində olan Macarıstan şirkətlərinə 100 milyon dollar məbləğində kredit ayırıb [7].

Ümumilikdə, təkcə 2021-ci ildə Qarabağ iqtisadi rayonunda 146, bu ilin əvvəlinə isə daha 32 kiçik və orta sahibkarlıq subyekti yaradılıb. Şərqi Zəngəzur iqtisadi rayonunda bunlar müvafiq olaraq 44 və 7 yaradılmış müəssisədir. Artıq yeni iqtisadi rayonlarda, əsasən kənd təsərrüfatı, xidmət və ticarət sahələrində minlərlə fərdi sahibkar fəaliyyət göstərir və bu iş uğurla davam edir.

Bu günə kimi Qarabağda biznes qurmaq istəyən sahibkarlardan 1300-ə yaxın müraciət qeydə alınıb ki, onlardan da 460-dan çoxu 40 ölkədən xarici şirkətlərdəndir. KOBİA-nın məlumatına görə, xarici müraciətlərin yarısından çoxu Türk Dövlətləri Təşkilatına üzv olan ölkələrdən gəlir. Burada liderlər Qarabağ bölgəsinin mineral ehtiyatlarını, o cümlədən qızıl və mis yataqlarını işlətməyi, o cümlədən turizm, kənd təsərrüfatı emalı, geyim və istehlak mallarının istehsalı, tikinti materiallarının istehsalı, təbii qazla təminat sahələrini inkişaf etdirməyi planlaşdıran Türkiyə şirkətləridir. Qarabağda

biznes fəaliyyətini həyata keçirmək istəyən Qazaxıstan şirkətlərindən 65-ə yaxın müraciət daxil olub, Macarıstan və Özbəkistandan olan sahibkarlardan da bir sıra təkliflər var.

İşğaldan azad edilmiş ərazilərin sənaye inkişafı perspektivlərindən danışarkən xatırlatmaq yerinə düşər ki, rayonda avqust ayından Ağdam Sənaye Parkının sakinləri burada 15-ə yaxın istehsalat layihəsinin həyata keçirilməsi istiqamətində ilkin işlərə başlayıblar. Biznesin tətbiqi sahələrinə ventilyasiya, yanğınsöndürmə avadanlıqları və metal məmulatlarının istehsalı, beton istehsalı, ağır texnikaya texniki qulluq, o cümlədən bəzi metal hissələrin bərpası və istehsalı, ortopedik döşəklərin və yumşaq mebellərin, kanalizasiya borularının və içməli suyun istehsalı daxildir. Öz növbəsində, Azərbaycan hakimiyyəti sahibkarlara texniki yardım göstərməyə və Ağdamda dəri, eləcə də kafel istehsalı və tikinti materialların emalı müəssisələrinin tikintisinə sərmayə qoymağa hazırdır. “Hazırda Ağdamda “ Sənaye parkında 9 rezident qeydiyyatdan keçib və onların bu klasterə 50 milyon manatdan çox sərmayə qoyaraq 1000-dən çox iş yerinin yaradılması gözlənilir ” [8].

Ötən ilin sonundan etibarən Cəbrayıl rayonunun gələcək iqtisadi zonasında ilkin infrastrukturun yaradılması istiqamətində işlərə başlanılıb , 200 hektar sahədə sənaye parkının formalaşdırılması üçün layihələndirmə və tikinti işləri aparılıb. Burada, 1,5 hektar sahədə artıq servis mərkəzinin – Gəncə Avtomobil Zavodu ilə Rusiyanın “KamAZ” ASC arasında birgə müəssisənin yaradılmasına başlanılıb, burada yük maşınlarına və kənd təsərrüfatı texnikalarına texniki qulluq və təmir işləri aparılacaq. “KamAZ” servis mərkəzinin 2022-ci ilin sonuna kimi istifadəyə veriləcəyi gözlənilir. Uzunmüddətli perspektivdə isə bu sənaye zonasında “İveco” şirkətinin yük maşınları və avtobusların texniki xidmət mərkəzinin və yığıma zavodunun təşkili istisna edilmir [9].

Araz sənaye zonasının ərazisində logistika və ticarət mərkəzlərinin, müxtəlif xidmət şöbələrinin, soyuducu kompleksin, gömrük anbarlarının yaradılması nəzərdə tutulur . Şəxsi kapitalın üzlük, izolyasiya və tikinti materialları, müxtəlif əlavələr, tikinti üçün metal konstruksiyaların istehsalı müəssisələrinin tikintisinə yönəldilməsi nəzərdə tutulur. Planlara həmçinin kənd təsərrüfatı məhsullarının qablaşdırılması, meyvə-tərəvəz, süd və ət məhsulları, şərab, yem, gübrə istehsalı və emalı fabriklərinin, o cümlədən ipək və pambıq xammalının emalı üzrə sexlərin yaradılması daxildir [9].

Qeyd etməliyə ki, azad edilmiş ərazilərdə alternativ enerjilərin istifadəsi üçün tutmuşdur. Bu baxımdan həmin ərazilərə xarici investisiyaların artırılması, bu strateji sahəyə yönəldilməlidir. Artıq 9 yanvar 2020-ci il tarixində Azərbaycanın Energetika Nazirliyi ilə “ACWA Power” (Səudiyyə sahəsində) və “Masdar” (BƏƏ) şirkətləri arasında bərpa olunan enerji üzrə pilot layihələrin həyata keçirilməsinə dair layihələr imzalanıb.

Alternativ enerjidən istifadənin strukturunda regionun özəlliyindən asılı olaraq bu və ya digər mənbə üstünlük təşkil edir. Məsələn, İslandiya, Danimarka və ABŞ-ın bəzi ştatlarında alternativ enerji istehsalında üstünlük geotermal resurslara verilir. Norveçdə, əsasən, kiçik gücə malik hidroenergetik qurğulardan istifadə edilir.

Cənub bölgələrində günəş batareyalarından, düzən ərazilərdə külək elektro-stansiyalarından istifadə edilir. Biokütlənin yanma texnologiyasından sonra mağaza ehtiyatlarına malik quraşdırma istifadə edilir.

Qarabağda də külək enerjisi istehsal etmək mümkün olacaq. Belə ki, regionun dağlıq hissəsində 100 metr hündürlükdə küləyin orta illik sürətinin saniyədə olduğu 7-8 metr geniş ərazilər mövcuddur. Kəlbəcər və Laçın rayonlarının Ermənistanla sərhədləri küləyin orta illik sürətli sürətdə 10 metrə çatır. Ümumilikdə, Qarabağın dağlıq ərazilərində külək enerjisinin potensialı 300-500 meqavat kimi. Bütün bunlardan başqa, Kəlbəcərdə və Şuşada termal su ehtiyatları var.

Termal mənbələrdən enerji məqsədli istifadənin mümkünlüyü tədqiq etmək qarşıda duran vəzifələrdən biridir. Yer təbəqəsinin altında həm planetin orijinal əmələ gəlməsindən, həm də mineralların radioaktiv çürüməsindən qaynaqlanan ümumi istilik enerjisi var. İsti bulaqlar üçün olan

geotermal enerji insanlar üçün minilliklər boyu istifadə olunur və hal-hazırda elektrik enerjisi istehsalında tətbiqi tapır. Təkcə Amerikada yeraltı enerjiden 10 dəfə çox elektrik enerjisi istehsal edəcək qədər enerji var. Məhz geotermal mənbələrin istismarı üçün elektrik enerjisinin istehsalı üçün geniş istifadə edilir. Qarabağ bölgəsində əlavə daş kömür yataqları mövcuddur. Ki, Tərtər rayonunun Belə Çardaqlı kəndi 8,5 milyon ton daş kömür ehtiyatına malikdir və bütün bu resurslardan azad edilmiş rayonlarımızda yeni enerji layihələri həyata keçirməyə imkan verir. Bu baxımdan tədqiq olunan genişmiqyaslı işlər saxlanılır və onlar belə şəkildə yerinə yetirilir.

Külək enerjisindən istifadə edilməsində sürətli bir inkişaf var. Aparılan araşdırmalar və elmi tədqiqatlar bu güclü potensiala sahib olduğunu göstərir.

Yeni enerji mənbəyinin aşkara çıxarılması və istifadəsi bəşəriyyətin qarşısında duran ən aktual məsələdən biridir. Respublikamızda da bu sınaq tədqiqatları aparılır. Belə ki, Qarabağın yaxın bölgəsində “yaşıl enerji” zonasına çevrilməsi işğaldan azad edilmiş ərazilər üzrə 6 rayonda perspektiv ərazilərə bölünür. Qarabağın bərpaolunan enerji istehsalı üçün potensialı böyükdür. Yer hesabına düşən günəş radiasiyasının köməyinə görə Qarabağın cənub düzənlik hissəsi - Füzuli, Cəbrayıl, Zəngilan rayonları Naxçıvan Muxtar Respublikası ərazisindən sonra ikinci yerdədir. Burada bir kvadratmetr üfqi səthə düşən günəş radiasiyası 1600-1700 kilovat/saat təşkil edir və həmin ərazilərin ümumi günəş enerjisi potensialı 3000 -4000 meqavattır.

Bildiyimiz kimi, enerji resurslarından başqa bir çox enerji mənbələri də məlumdur və belə enerji mənbələri alternativ enerji mənbələridir. Alternativ enerji mənbələrini əsasən aşağıdakı kimi təsnif etmək olar:

- günəş enerjisi;
- külək enerjisi;
- biokütlə enerjisi;
- dalğa enerjisi;
- qradient-temperatur enerjisi (təbii yolla mühitin temperaturunun dəyişdirilməsi əldə edilən enerji);
- qabarma-çəkilmə enerjisi (okeanlarda qabarma və çəkilmə vaxtı hərəkətdə olan suyun enerjisi);
- geotermal ehtiyatların enerjisi.

Çünki, digər alternativ enerji mənbələrinin bütün məlumatlarından asılı olaraq məlumat və sabit deyildir. Günəş enerjisi olaraq yerüstü məhsullardan asılı deyildir və ondan Yer kürəsinin istifadəsi mümkündür. Günəş enerjisinin alınması üçün tükənməz mənbə olub, ekoloji təsirdən təmizdir və onun əsas qurulmuş enerji perspektivli sahədir. Günəş sabiti adlandırılan kəmiyyətdən istifadə istifadəsi Yer kürəsinin Günəşdən aldığı enerji enerjisinin 1 astronomik vahidi Günəşdən Yer kürəsinə qədər olan orta məsafədir və dəqiq ölçmələr qiymətləndirmək üçün seçilmişdir. Qeyd edək ki, günəş sabitinin $70 \text{ So} \sim 13 \text{ Wt/m}^2$ -dir. Günəşin qiymətini tam olaraq, mərkəzində günəşdir və radiusu 1 astronomik vahidə bərabər olan sferanın tam ondan çıxarılan günəş enerjisinin artımını hesablamaq olar.

Günəş enerjisi ilə işləyən qurğuların ətraf mühitə mənfi təsirləri praktiki olaraq yoxdur və ya cüzi məsələdir [10].

Günəş enerjisindən istifadənin əsas üstünlükləri aşağıdakılardır:

- yenilənməsi və bərpa edilməsi;
- ehtiyatının çox olması;
- yer kürəsinin hər nöqtəsindən əldə edilə biləcəli;
- ekoloji təmizliyi;
- səsizlik;
- iqtisadi səmərəliliyi;
- tətbiq sahələrinin genişliyi;

- yeni texnologiyalarının tətbiq edilməsi.

Təhlükəsizlik üstünlükləri ilə yanaşı eyni zamanda günəş enerjisindən istifadə etmək mümkün çatışmayan cəhətləri də mövcuddur və onlar əsasən aşağıdakılardır:

- maya dəyərinin yüksək olması;
- zaman meyarı üzrə kəsilməsi;
- cüzi də olsa ətraf mühiti çirkləndirilməsi;
- enerjinin güc sıxlığının az olması .

Müharibədən sonrakı ərazilərin inkişafı və bərpaşında dünya təcrübəsi

Müharibədən sonra ərazilərin bərpasının əsas nümunələrindən biri Avropanın İkinci Dünya Müharibəsindən sonra “Marşal Planı” adlanan plana uyğun olaraq bərpa edilməsidir [12]. Avropa hərbi teatrında infrastruktur və sənaye əhəmiyyətli dərəcədə dağılmışdır. Müharibədən sonra Avropada kənd təsərrüfatı istehsalı 1938-ci il səviyyəsinin 83%-ni, sənayenin 88%-ni, ixracın cəmi 59%-ni təşkil etmişdir. Bu dövrdə əksər iqtisadi əlaqələr kəsilmişdir. Beş milyon ev dağılmışdır, milyonlarla insan doyunca yemək tapmırdı.

Dirçəliş vasitələrindən biri 1948-ci ildə həyata keçirilməyə başlanan “Avropa Bərpa Proqramı” (ümumiyyətlə “Marşal Planı” kimi tanınır) çərçivəsində ABŞ-dan maliyyə yardımları idi. Dörd il ərzində 17 milyard dollardan çox vəsait ayrılmışdır ki, bu da hazırkı qiymətlərlə təxminən 210 milyard dollar təşkil edir. Ucuz kreditlər maliyyə yardımların ümumi həcmnin 20 faizini təşkil etmişdir, onlardan 80 faizi isə təmənnasız maliyyə yardımı şəklində köçürülmüşdür [12] .

“Marşal planı” ilk növbədə sənayeni bərpa etməyə yönəlmişdi. Avropa təqə 1945-ci ildən 1947-ci ilə qədər infrastrukturun bərpası üçün 14 milyard dollar almışdır. Bu vəsaitlər “Marşal Planının” bir hissəsi deyildi.

On altı dövlət üçün maliyyə təmin edildi. Lakin əsas yardım alanlar Böyük Britaniya, Fransa, İtaliya, Qərbi Almaniya və Hollandiya olub. Bu dörd ölkəyə ayrılan bütün vəsaitin 2/3-ni təşkil edirdi. Pullar birbaşa ölkələrin büdcələrinə daxil olmayıb, sənaye və kənd təsərrüfatı məhsullarının məqsədli alınmasına ayrılmışdır. Məsələn, ilk fəaliyyət ilində yardımın 60%-i ərzaq məhsullarına yönəlmişdir.

ABŞ hökuməti dollarla kreditlər verməklə debitor ölkələrə mal və xidmətlər təqdim edirdi. Hökumətlər daha sonra malları müəssisələrə və fiziki şəxslərə satırdılar. Malların dollar dəyəri yerli valyuta ilə ödənilirdi. Daha sonra əldə olunan vəsait ölkələrin ehtiyaclarına sərf edilirdi.

Vəsaitlərin böyük hissəsi ABŞ-dan gələn mallara xərclənmişdir:

- xammal və yarımfabrikatların idxalı üçün 3,4 milyard dollar;
- ərzaq, heyvan yemi və gübrə üçün 3,2 milyard dollar;
- nəqliyyat vasitələri və avadanlıqlar üçün 1,9 milyard dollar;
- yanacaq üçün 1,6 milyard dollar.

Vəsaitlərə nəzarət resipiyent ölkələrin və ABŞ-ın hakimiyyət orqanlarının birgə idarəsi altında olan fondlara həvalə edilib. Bu vəsaitlər vəsaitləri toplayıb paylayır, həm də ölkənin ehtiyaclarının uçotunu aparır, xərclərinə nəzarət edilirdi.

Plan qarşılıqlı fayda daşıyırdı. ABŞ-ın marağı Qərbi Avropada yeni təsir dairəsi vasitəsilə öz maliyyə sistemini dəstəkləmək və genişləndirmək idi. Resipiyent ölkələr inkişaf üçün ciddi təkan aldılar, onsuz bərpa işləri onilliklər boyu davam edə bilərdi. Nəticədə resipiyent ölkələrin iqtisadiyyatı müharibədən əvvəlki dövrlərlə müqayisədə 30% artı bəzi.

Nəticələrin geniş diapazonu qismən onunla bağlıdır ki, davamlı olmaqla yanaşı, kənar yardımdan səmərəli istifadə etmək effektiv yerli idarəetməni tələb edir. Xarici yardım, o zaman daha effektiv ola bilər ki, o, müharibədən sonrakı dövrün ilk illərinə - resipiyent ölkənin öz resurslarının məhdudlaşa biləcəyi iqtisadiyyatın dirçəlişinin açarına yönəldilsin. Kreditlərdən daha çox subsidiyalardan istifadə dövlət borcunun daha da artımını məhdudlaşdırı bilər. Məsələn, “Marshall Planı”nın xərclərində subsidiyalar 90 faiz təşkil etmişdir.

Digər təcrübə misalı Yaponiyadır. II-ci Dünya müharibəsindən sonra Yapon sənayesinin bərpası Amerika işğal administrasiyası tərəfindən həyata keçirilən institusional islahatlar fonunda həyata keçirilirdi: iqtisadiyyatın sabitləşdirilməsi, qiymətlərin tənzimlənməsi və xarici ticarətin idarə edilməsi üzrə qərargahın yaradılması. Büdcə, maliyyə və pul dövriyyəsi Yaponiya hökumətinin nəzarəti altında qalırdı. İşğal administrasiyası polis, məhkəmə, prokurorluq, səhiyyə və xalq maarifinə nəzarət edirdi, beləliklə, 1946-1960-cı illər dövrünü Yaponiyada “işğalçı dövlət altında keçid dövrü” kimi müəyyən edilmişdir. Almaniyada olduğu kimi, bərpa dövründə Yaponiyanın da sənaye siyasəti ciddi dövlət tənzimləmə prinsiplərinə əsaslanırdı, onun alətlərinə “ plan-bazar ” alətləri daxil idi: istehsal fəaliyyətinin bir sıra əsas iqtisadi əsaslara uyğun olaraq birbaşa tənzimlənməsi formasında. Digər tərəfdən bu alətlərə - bərpa maliyyə bankı vasitəsilə aşağı qiymətli dövlət kreditlərinin verilməsi; istehlakın məhdudlaşdırılması və antiinflasiya tədbirlərinin həyata keçirilməsi (“sabit qiymətlər” və “qiymət subsidiyaları” siyasəti); resursların “prioritet istehsal zənciri” düsturu üzrə birbaşa bölüşdürülməsi (məsələn, elektrik stansiyaları və metallurgiya üçün kömür - dəmir yolları üçün relslər - kimya sənayesi üçün avadanlıq və s.); həyati əhəmiyyət kəsb edən sənaye sahələrinin büdcədən maliyyələşdirilməsi; idxalın məhdudlaşdırılması və ixracdan gələn valyuta gəlirlərinin vahid hesabda toplanması kimi tədbirlər daxil olunmuşdur.

1947-1950-ci illər müddətində torpaq, büdcə və vergi islahatları aparıldı, şəhərlərin ərzaq təminatı quruldu; iqtisadiyyatın inhisardan çıxarılması və hərbi müəssisələrin yenidən profiləşdirilməsi həyata keçirilirdi. Amerikanın Yaponiya iqtisadiyyatına yardımının məbləği (yanacaq, dərman, ərzaq və s.mallar üzrə) 2,2 milyard dollar qiymətləndirilir. Onun istifadəsinin özəlliyi ondan ibarət idi ki, mallar pulsuz paylanmır, əhaliyə satılırdı. Alman vəsaitlər 1950-ci illərin əvvəllərində istifadə olunan xüsusi yaradılmış “ekvivalent fond”a daxil oldu. milli sənayenin inkişafı üçün mühüm daxili maliyyə mənbəyi formalaşdırdı. Bunun nəticəsidir ki, 1951-1960-cı illər üçün. Yaponiyanın ÜDM-nin orta illik artım tempi müharibədən əvvəlki dövrdəki (1930-1938-ci illər) 3,6%-lə müqayisədə 8,1% təşkil etmişdir. Ölkənin dünya ÜDM-də payı 1960-cı ildə 3,9%-ə (1950-ci ildə 2,9%), dünya sənaye istehsalında isə müvafiq olaraq 3 və 1,7%-ə çatmışdır. Almaniyada olduğu kimi , Yaponiya da maliyyə sektorunda islahatlar apardı və sənayedə kapital toplamaq üçün güzəştli kreditləşdirmə alətlərindən istifadə etdi . Bu proses, əsasən 1961-1970-ci illərdə ÜDM-in yüksək orta illik artım templərini müəyyən etmişdir. (“iqtisadi qısa” dövrü) 10,7% təşkil edib. Bu dövr sənaye sahələrinin sıralanması (“ İkusei ” metodu) əsasında həyata keçirilən sənayenin sahə strukturunun transformasiyası və sənaye sektorunda sektoral prioritetlərə dövlət dəstəyi ilə xarakterizə olunur. İstifadə olunan transformasiya prinsiplərinə uyğun olaraq bütün sənayelər inkişafın mütərəqqiliyindən asılı olaraq qruplara bölünürdü : 1) “aşağı sənayelər” - yenidən təyinatlı və ya ləğv edilməli olan kapital tutumlu , material tutumlu və enerjitutumlu sənayelər. Onlar əmək və investisiya resurslarını “gələcək” və “əsl liderlər” sahələrinin xeyrinə azad etməlidirlər, ona görə də onlara dövlət dəstəyi praktiki olaraq yox idi; 2) “çiçəklənən sənayelər”. Onların məhsulları bazar tərəfindən tələb olunurdu və müvafiq olaraq inkişaf tələbin müsbət dinamikasına əsaslanırdı; 3) “yaratmaq” mərhələsində olan və buna görə də aktiv dövlət dəstəyi tələb edən perspektivli sahələrdən ibarət olan “yüksələn sənayelər”.

Qeyd etməliyik ki, posr müharibə dövründə ərazilərin bərpası sahəsində beynəlxalq təşkilatların, və xüsusilə də BMT-nin rolu və təcrübəsi əvəzsizdir. Belə ki, sabiq BMT Baş katibinin K.Ananın fikrincə, münaqişədən sonra uğurlu sülh quruculuğu “hərtərəfli sülh quruculuğu ” adlandırılan sülh prosesinin həyata keçirilməsini tələb edir . Söhbət münaqişədən sonrakı yenidənqurma və siyasi, sosial və iqtisadi institutların və proseslərin islahatlarının geniş sxemindən gedir [2].

Fikrimizcə, terminologiya ilə bağlı alimlərin və təcrübəçilərin fikirlərindəki çox geniş fərqlərə baxmayaraq, bəşəriyyət başa düşür ki, müharibə nəticəsində məhv edilmiş cəmiyyətin əsaslı transfor-

masiya tələb olunur. Bu transformasiyanı istifadə etmək baxımından çoxölçülü yanaşmalar mövcuddur [1].

Bir sıra alimlər qeyd edirlər ki, silahlı münaqişədən sonra bərpa və davamlı sülhə nail olma prosesi uzun bir prosesdir, əgər müharibənin sonu bütün problemləri ilə dövlət quruculuğu dövrü başlayarsa, bu daha mürəkkəb olur və ləngiyir [3]. Yenidənqurma ilə məşğul olan alimlər və praktiklər münaqişədən sonrakı dövrdə həll edilməli olan əsas vəzifələri tərtib ediblər. Bu vəzifələr aşağıdakılardır: zorakılıq mədəniyyətinin transformasiyası; insan hüquqlarına hörmət və vətəndaş cəmiyyətinin inkişafı da daxil olmaqla yaxşı idarəetmə ənənəsinin tətbiqi; sabit uzunmüddətli makroiqtisadi strategiyaların və idarəetmə üsullarının tarazlığa gətirilməsi; psixo-sosial travmaların aradan qaldırılması və uzunmüddətli barışıqın təmin olunması.

NƏTİCƏ

Fikrimizcə, münaqişədən sonrakı yenidənqurma işləri münaqişəli vəziyyətlərin nəticələrini yaşayan bir ölkənin əhalisinə yardım göstərmək üçün hərtərəfli, sistemli fəaliyyət kimi qiymətləndirilməlidir. Münaqişədən sonrakı yenidənqurma ölkəyə və onun əhalisinə siyasi, sosial-iqtisadi, sosial-mədəni və psixoloji sahələrdə hərtərəfli yardım göstərmək üçün uzunmüddətli proqramların işlənilib hazırlanması məqsədi daşıyır .

Beləliklə, münaqişədən sonrakı yenidənqurmaya sistemli-struktur yanaşmanın inkişafı , müəyyən səviyyələr, komponentlər və zaman mərhələləri nəzərə alınmaqla bütün istiqamətlərin sistemli təhlili təkcə nəzəri deyil, həm də böyük praktiki əhəmiyyət kəsb edir. Bu onunla bağlıdır ki, həmin bərpa istiqamətləri bizə imkan verir ki, yardımın göstərilməsinin müxtəlif növlərini və üsullarını müəyyən edək, habelə bərpa strategiyalarını və məqsədlərini dəqiqləşdirək və xüsusiləşdirək. Fikrimizcə, vacib məqam ondan ibarətdir ki, sistem-struktur yanaşma üç səviyyədə münaqişədən sonrakı yenidənqurma xüsusiyyətlərinin təhlilini əhatə etməlidir: fərdi, mikro və makro sistemi. Bu proses, əslində, müxtəlif növ tələb olunan gücün təmin edilməsinin növlərini və üsullarını müəyyən edəcəkdir. Ümumiyyətlə, fərdi səviyyədə münaqişədən sonrakı bərpa prosesi fərdlərlə işləməyi nəzərdə tutur. Bu cür iş isə fərdin siyasi, iqtisadi və psixoloji dəstəklənməsi məqsədi ilə istər uzunmüddətli, istərsə də qısamüddətli ola bilər .

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Abakumova İ., Kruteleva L, Ryadinskaya E. (2016). Silahlı Münaqişə Mühitində Şəxsin Həyat Hissləri Strategiyalarının Transformasiyası: Nəzəri Tədqiqatlar. Barselona : 6-cı. Ümumdünya Psixologiya və Davranış Elmləri Konqresi (Menecment, Psixologiya, Siyasi və Sosial Elmlər) (WCPBS 2016), S. 1-6.

2. Münaqişədən sonrakı dövlətlərdə qanunun aliliyinin təmin edilməsi alətləri . Doğrulama: təcrübə üçün çərçivə / Birləşmiş Millətlər. NY; Cenevrə, 2006. 25 s.

3. Ryadinskaya. Y. (2016). Silahlı münaqişə şəraitində fərdin həyat mənasının strategiyalarının öyrənilməsinə sistemli tematik yanaşmanın nəzəri təhlili // Avrasiya elmi inkişafı üzrə Onuncu Beynəlxalq Konfrans. Konfransın materialları (02 sentyabr 2016-cı il). "Şərq Qərb" Qabaqcıl Araşdırmalar və Ali Təhsil GmbH Assosiasiyası. Vyana , P. 40-43.

4. <https://azerforum.com/az/qarabaga-sermaye-qoymaq-isteyen-olkeler-neler-nezerde-tutulur>

5. <https://report.az/ru/finansy/krupnejshij-bank-turcii-otkryvaet-filial-v-shushe>

6. <https://report.az/ru/energetika/italyanskaya-kompaniya-podderzhit-stroitelstvo-podstancij-v-4-rajonah-karabaha/>

7. https://azertag.az/xeber/macaristan_xin_baschisi_budapest_azerbaycanin_suverenliyini_ve_beynelxalq_birlik_terefinden_taninmis_serhedler_cherchivesinde_erazi_butovluyunu_destekleyir-1733349

8. Şuşada Biznes Forumun “Qarabağ və Şərqi Zəngəzur iqtisadi rayonlarının investisiya imkanları” mövzusunda xüsusi sessiyada materialları, 2021
9. <https://report.az/ru/biznes/kompaniya-iveco-truck-bus-hochet-investirovat-v-azerbajdzhan>
10. <http://plusminusi.ru/plyusy-i-minusy-solnechnoj-energetiki/>
11. <https://science.gov.az/ru/news/open/15789>
12. https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/51563/1/barahvostov_Sbornik9_tom1.pdf

P.A.Makhmudov

doctoral student, Azerbaijan Cooperation University
ORCID 0000-0003-4903-6568

The potential of attracting foreign investment to the liberated territories

Abstract

The purpose of the study - is to study the potential for attracting foreign investment in territories liberated from occupation.

Research methodology - the research work used methods of grouping, generalization and analysis.

The practical value of the research consists of the provisions put forward in the article, which can be used in developing the potential for attracting foreign investment to the territories liberated from occupation, ensuring their sustainable development, resulting from scientific effects and research on the economic development of Karabakh and Eastern Zangezur.

The results of the study - promising directions for attracting foreign investment to the territories liberated from occupation have been identified.

Originality and scientific novelty of the research - the main ways of applying world experience in the development and restoration of post-war territories are proposed

Key words: liberated territories, restoration process, UN, Karabakh and Eastern Zangezur, investments, Marshall Plan.

П.А.Махмудов

докторант, Азербайджанский Университет Кооперации
ORCID 0000-0003-4903-6568

Потенциал привлечения иностранных инвестиций на освобожденные территории

Резюме

Цель исследования - заключается в изучении потенциала привлечения иностранных инвестиций на территории, освобожденные от оккупации.

Методология исследования - в исследовательской работе использовались методы группировки, обобщения и анализа.

Практическая ценность исследования - состоит из положений выдвинутых в статье, которые могут быть использованы в развитии потенциала привлечения иностранных инвестиций на освобожденные от оккупации территории, обеспечения их устойчивого развития, вытекающего из научных эффектов и исследований экономического развития Карабаха и Восточного Зангезура.

Результаты исследования - определены перспективные направления привлечения иностранных инвестиций на освобожденные от оккупации территории.

Оригинальность и научная новизна исследования – предложены основные пути применения мирового опыта в освоении и восстановлении послевоенных территорий

Ключевые слова: освобожденные территории, процесс восстановления, ООН, Карабах и Восточный Зангезур, инвестиции, «План Маршалла».

UOT 330.101

P.S.Cəfərli
doktorant, Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti
parvin.jafarli@hotmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 24.09.2024

The article was received by editorial board on 24.09.2024

Статья принята к печати 24.09.2024

İSTEHLAKÇI TƏLƏBATININ ÖDƏNİLMƏSİ ASPEKTLƏRİNİN MÜƏYYƏN EDİLMƏSİ

Xülasə

İstehlakçı tələbatının ödənilməsi onların fəallığı ilə birbaşa əlaqəlidir. İqtisadi inkişafın müasir şərtləri istehlakçıların məhsula, onun keyfiyyətinə və çeşidinə xüsusi tələbləri haqqında yanaşmalara əsaslanır. İstehlakçı tələbi çərçivəsində əsas tələbatın müəyyən edilməsi mürəkkəb proses olub, müxtəlif aspektləri özündə birləşdirir. Eyni zamanda, tələbin təhlili müxtəlif coğrafi əraziləri, bazar segmentlərini, məhsul və ya məhsul qruplarını və istehlakçı qruplarını əhatə edə bilər. Tələbə bir sıra iqtisadi və sosial amillər təsir edir. Tələbin vəziyyəti onların bütün səviyyələrdə öyrənilməsinə nəzərdə tutur. Bu parametrlər tələbi təkcə keyfiyyətə deyil, həm də kəmiyyətə qiymətləndirməyə imkan verir.

Açar sözlər: istehlakçı, tələbat, məhsul çeşidi, istehsal, keyfiyyət, qiymət.

GİRİŞ

İstehlakçı tələbatının ödənilməsi iqtisadiyyatının təməl hədəflərindən hesab olunmaqla alıcıların davranışı, zövqü, mövcud ehtiyacları və tələbatın ödənilməsinə təmin edəcək ehtiyatlarla bilavasitə bağlıdır. İstehlakçılar üçün tələbatın ödənilməsinin üç əsas motivasiya sahəsi fərqləndirilir. İlk istiqamət istehlakçının fiziki və mənəvi tələbatlarının ödənilməsi yolu ilə onun yüksək fəallığının azaldılması ilə əlaqəlidir. Digər istiqamət yenilik, dəyişiklik, qeyri-sabitlik, risk və s. kimi amillər vasitəsilə aktivləşmənin aşağı səviyyəsinin artması ilə özünü göstərir. İstehlakçıların motivasiya edilməsinin növbəti istiqaməti stimullaşdırma adlanır. Motivasiyanın qeyd edilən istiqamətləri məhsullara tələbatın formalaşması üçün mümkün model növlərini müəyyən edir.

İqtisadi inkişafın müasir şərtləri çeşid siyasəti baxımından xüsusi əhəmiyyət kəsb edir, çünki hazırda istehlakçıların məhsula, onun keyfiyyətinə və çeşidinə, eləcə də görünüşünə xüsusi tələbləri haqqında spesifik təsəvvürləri var. Məhsul çeşidləri aşağıdakı istiqamətlərlə genişləndirə bilərlər:

- məhsul çeşidinin artırılması. Bu, o zaman baş verir ki, mövcud məhsul çeşidindən kənarda məhsul istehsalı planlaşdırılır;

- məhsul çeşidinin tamamlanması. Yəni artıq mövcud olan yeni mal modelləri yaratmaqla çeşid artırılır. Məhsul çeşidi aşağıdakı səbəblərə görə tamamlanmış hesab edilir: əlavə mənfəət əldə etmək istəyi; istifadə olunmamış istehsal gücündən istifadə etmək imkanı; boşluqları yaxşılaşdırmaq və aradan qaldırmaq istəyi və s.

Yeni bir məhsul yaratmaq üçün onun yeni olduğuna və artıq mövcud olan modellərdən əhəmiyyətli fərqlərə malik olduğuna xüsusi diqqət yetirilməsi vacibdir. Çeşid strukturu balanslı olmadıqda mənfəətin azalması müşahidə edilir və rəqabət üstünlükləri itirilir, nəticədə həmin məhsul növü üzrə iqtisadi dayanıqlıq azalır. Qeyd etmək lazımdır ki, optimal məhsul çeşidi sərbəst manevr etməyə və oxşar məhsullarla rəqabət aparmağa imkan yaradır. Ona görə də ərzaq məhsullarının spesi-

fikliyi istehlakçının ehtiyac duyduğu məhsulların keyfiyyət və kəmiyyətini qiymətləndirməyə şərait yaradır [Quliyev, E.A., 2020].

Çeşid siyasətinin formalaşdırılması istehlakçı tələbatının ödənilməsinin mühüm elementidir. Belə ki, tələbat bazar tərəfindən idarə olunan zaman müəssisələri üçün çeşid siyasətinin formalaşdırılması xüsusilə vacibdir. Ona görə tələbi daha səmərəli şəkildə təmin etmək istehsal fəaliyyəti ilə məşğul olan müəssisələrin əsas vəzifələrindəndir. “Məhsulların istehsalı təbiətin təbii qanunlarına müqavimət göstərməməli, yalnız insan ehtiyaclarını təmin etməlidir” [Quliyev E.A., 2020]. Bu isə optimal çeşidin müəyyən edilməsinin əhəmiyyətini daha qabarıq şəkildə təsdiq edir. Məhsulların istehlakçıların tələbatına cavab verməsi üçün strateji həllərin istiqamətlərinə aşağıdakılar daxildir:

- məhsullar üçün ünvanlı bazar ölçüsünün müəyyən edilməsi;
- potensial istehlakçıların tələbinin müəyyən edilməsi;
- məhsulun yaradılması üçün zəruri resurslar və onlardan səmərəli istifadə;
- bazar payının maksimum səviyyəyə çatdırılması.

1. İstehlakçı tələbatının ödənilməsi meyarları

Məhsulları inkişaf etdirmək və uğurla həyata keçirmək üçün gəlirliliyin təhlili ən vacib məsələlərdəndir. Bu məqsədlə aşağıdakı üsullara üstünlük verilir:

- real dəyərin müəyyən edilməsi. Məlumdur ki, məhsul istehsalının maya dəyərini hesablayarkən bir çox amilləri nəzərə alınır: inventar; kommunal xidmətlər; əmlak icarəsi; avadanlıqların icarəsi; kreditin qaytarılması; işçilərin əmək haqqı;

- bazar sınağı. İstehlakçıların məhsulun gəlirli olması üçün kifayət qədər pul ödəməyə hazır olub-olmamasına qərar vermək üçün məhsulun bazar qiymətini bilmək vacibdir. Bu, artıq istehsalda olan yeni məhsullara aiddir. Məhsulun bazar qiymətini effektiv şəkildə qiymətləndirmək üçün rəqabətli qiymətlərin, pərakəndə qiymətlərin, bazarın doyması səviyyəsinin; iqtisadi meyllərin təhlili əsas məsələlərdən hesab edilir;

- qiymətləndirmələrin tərtib edilməsi. Davamlı qiymətləndirmələr hansı məhsulların mənfəət gözləntilərinə cavab verdiyini müəyyən etməyə imkan verir;

- sahələr haqqında anlayış.

İstehsalın nəticələri sifariş vermə prosesinin optimallaşdırılması, xərclərin azaldılması, istehsalın mexanikləşdirilməsi və avtomatlaşdırılması, istehsalın texniki səviyyəsinin yüksəldilməsi, xammalın keyfiyyətinin yüksəldilməsi, əmək standartlarının yüksəldilməsi və xidmət sahələrinin genişləndirilməsi, idarəetmənin, istehsalın və əməyin təşkilinin təkmilləşdirilməsi, istehsalın ixtisaslaşması səviyyəsi, istehsalda struktur dəyişiklikləri, əməyin intensivliyi və s. kimi məsələlərlə sıx bağlıdır.

Məhsulun çeşidi və kəmiyyəti meyarlarına nəzərdən keçirilən müddət ərzində istehsal resurslarının məhsul çeşidinə və satış həcminə təsiri daxildir. Keyfiyyət meyarı hər bir məhsul növü üzrə istehlakçı tələbatının keyfiyyət baxımından, yəni onun istehlakçı tələblərinə uyğunluğu baxımından ödənilməsi imkanını nəzərə alır [Горбунгов В.К., 2015]. İstehsalçılar tərəfindən təklif olunan məhsullar keyfiyyət səviyyəsindən asılı olaraq və texniki-iqtisadi göstəricilərinə görə fərqləndirilir. İstehsalçı bu halda həm məhsullara daha yüksək qiymətlər müəyyən etməklə, həm də bazar payını artırmaqla öz mənfəətini əhəmiyyətli dərəcədə artırmaqla bilər. Məlumdur ki, rəqabət qabiliyyətli məhsullar yüksək keyfiyyət səviyyəsinə malikdir, lakin onlar müəyyən bazarda oxşar məhsullar arasında orta keyfiyyət səviyyəsinə də malik ola bilər. Keyfiyyət səviyyəsi aşağı olan məhsullar, bir qayda olaraq, əksər rəqiblərin məhsullarından daha aşağı istehlak xüsusiyyətlərinə malikdir. İstehsalçının bazar mövqeyinin sabitliyinin qorunması belə məhsulların qiymətlərinin aşağı salınması strategiyasından istifadə etməklə baş verə bilər [Qafarov, N.C., 2017].

Vaxt meyarı hər bir məhsul növü üzrə bazara çatdırılma müddətinə nisbətən istehlakçı tələbatını ödəmək qabiliyyətini xarakterizə edir. Qiymət meyarı orta bazar qiymətindən kənara çıxma səbəbin-

dən istehlakçıların imtinalarının sayını nəzərə alır. Əvvəlki meyar kimi, kənarlaşmaların “limiti” müəyyən olunur. Xidmətin göstərilməsinin etibarlılığı meyarı qəbul edilmiş sifarişin vaxt, kəmiyyət və keyfiyyət baxımından icrasının ehtimal qiymətləndirilməsini nəzərdə tutur. Bu zaman aşağıdakı məsələlər diqqət mərkəzində saxlanılır: məhsulun tələb olunan keyfiyyətə uyğun gəlməməsi səbəbindən uğursuzluqlar ehtimalı; məhsulların həcm baxımından mümkün tədarükü ilə tələb olunan həcm arasında uyğunsuzluq səbəbindən uğursuzluqlar ehtimalı; vaxt xüsusiyyətlərinə görə sifarişlərin yerinə yetirilməsinin qeyri-mümkün olması səbəbindən uğursuzluqlar ehtimalı. Ümumiyyətlə, istehlakçı tələbatını ödəmək üçün xidmət səviyyəsinin mənfəətə təsiri optimal xidmət səviyyəsini müəyyənləşdirə bilər.

İstehlakçı tələbi iqtisadiyyatın fundamental kateqoriyalarından olub insanların həyat səviyyəsini müəyyən etməyə imkan verir. Həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi və istehlak mədəniyyətinin inkişaf etdirilməsi iqtisadiyyatın istehlak sektorunun inkişafını prioritet istiqamətlərindən birinə çevirir. İstehlak sahəsi təkrar istehsal prosesinin tərkib hissəsidir. Tələb istehsal, bölgü və mübadilə ilə birlikdə təkrar istehsalı təşkil edən bütün istehlak prosesinin ilkin və son həlqəsidir. İstehsal istehlakçıya ona görə təsir edir ki, o, onun üçün məhsul istehsal edir, istehlak üsulunu müəyyənləşdirir, yeni məhsullara ehtiyac yaradır. İstehlak da öz növbəsində istehsala təsir edir, onun strukturunu və həcmi formalaşdırır. Yeni istehsala ehtiyacı göstərən istehlak istehsalın həcmi və strukturunun formalaşmasında iştirak edir. Bu istiqamətdə qarşılıqlı əlaqənin formalaşması üçün ilkin şərt həm mikro, həm də bütövlükdə cəmiyyət səviyyəsində ehtiyaclar hesab olunur. Qeyd etmək lazımdır ki, təkrar istehsal prosesində fərdi tələbat iqtisadiyyatın inkişafının əsasıdır.

Tələbin iqtisadi sistemlərə təsirinin tədqiqi tələbat və istehlak tələbinin qarşılıqlı əlaqələrinin nəzərə alınmasına əsaslanır [Ламбен Жан-Жак, 1996.]. Tələbat istehlakçının istək və ehtiyacları sferasından maddiləşmə sferasına keçdikdə, onun formalarında mücərrəddən real dəyişiklik baş verir, istehlakçının ödəmə qabiliyyətli tələblərində ifadə olunur. Bu da öz növbəsində istehlakçının ödəmə qabiliyyətinə malik tələbatını təmin edir. İstehlakçı tələbi istehlakçı ilə istehsalçı arasındakı əlaqənin mərkəzi həlqəsidir və cəmiyyətdə ehtiyacların mövcud inkişaf vəziyyətini əks etdirir.

2. İstehlakçı tələbatının ödənilməsi meyarları

İqtisadi ədəbiyyatda ehtiyac insanın mədəni səviyyəsinə və şəxsiyyətinə uyğun olaraq spesifik forma almış ehtiyac, ehtiyac isə insan tərəfindən hiss edilən çatışmazlıq kimi müəyyən edilir. İnsanların ehtiyacları praktiki olaraq qeyri-məhduddur. Bu problemlərə insanların müəyyən kombinasiyada əmtəə almaq və xidmətlərə görə ödəniş etməklə öz ehtiyaclarını maksimum dərəcədə ödəməyə cəhd etməsi, rəşional davranış fərziyyəsinə əsaslanan istehlakçı seçimi nəzəriyyəsi çərçivəsində müəyyən edilir. İstehlakçı ehtiyaclarının ödənilməsi marjinal faydalılıq və istehlakçı büdcəsi ilə əlaqəlidir. Ən yüksək səviyyəyə faktiki ehtiyaclarla cəmiyyətin mütləq istehlak gücü daxildir. İstehlak, özlüyündə cəmiyyətinin potensial imkanlarını xarakterizə edir. Zəruri ehtiyacların ən aşağı həddi yaşayış vasitələrinin fiziki minimumu ilə xarakterizə olunur. Ehtiyac fərdi tələblə ayrılmaz şəkildə bağlıdır, çünki tələb müəyyən mallara olan tələbatdır, onları almaq istəyi və qabiliyyəti ilə ifadə olunur. Tələb və ehtiyaclar sıx əlaqədə olmaqla təkcə məzmun baxımından deyil, həm də həcm baxımından üst-üstə düşür. Tələb müəyyən pul ekvivalenti ilə təmin edilən mövcud ehtiyacların yalnız müəyyən hissəsini əhatə edir.

Cəmiyyətdə tələb ehtiyaclardan daha çox differensiallaşdırılır. Tələb yalnız bazar vasitəsilə, yəni mövcud alıcılıq qabiliyyətinə uyğun olaraq ödənilən ehtiyacların bir hissəsi kimi çıxış edir. Tələblə tələbat arasındakı kəmiyyət fərqi onlar arasında ziddiyyətə çevrilir. Eyni zamanda, effektiv tələb effektiv tələbatdan fərqlənir. Effektiv tələb spesifikdir, o, həmişə konkret məhsul və ya xidmətin alınmasına yönəlir. Ehtiyacın ödənilməsi istehlak prosesi ilə əlaqələndirilir. İstehlak tələbdən fərqli olaraq bazardan kənar və təkrar istehsal prosesinin son mərhələsini təmsil edir. İstehlak ehtiyacları ödəmək üçün məhsulların istifadə edilməsi prosesi kimi müəyyən edilir.

Məhsullara istehlakçı tələbi iki böyük qrupa ayırır: funksional və qeyri-funksional. Funksional tələb malların və ya xidmətlərin özünə xas olan istehlak xüsusiyyətləri ilə müəyyən edilən tələbin bir hissəsidir. Qeyri-funksional tələb iqtisadi əmtəənin özünəməxsus keyfiyyətləri ilə birbaşa əlaqəli olmayan amillərin səbəb olduğu tələbin bir hissəsidir. Qeyri-funksional tələbdə, müəyyən dərəcədə konvensiya ilə, sosial və irrasional amillər müəyyən edilə bilər [Горбунгов В.К., 2014].

Bunlardan birincisi alıcıların məhsula münasibəti ilə bağlıdır. Digərləri nəzərəcərpacaq istehlakın mühüm aspektə çevrildiyi bir həyat səviyyəsinə çatdırlar. Qeyri-rasional tələb, ani istək, əhval-ruhiyyənin dəyişməsi ilə yaranmış planlaşdırılmamış tələbdir.

Qeyd etmək lazımdır ki, əhalinin effektiv tələbatının xüsusiyyətləri mütləq mənada obyektiv ehtiyaclar sisteminin əks olunmasının sübutundan uzaqdır. Problemin həlli istehsal imkanları və insanın və cəmiyyətin ehtiyaclar sisteminin təkmilləşmə qabiliyyəti ilə bağlıdır.

NƏTİCƏ

İqtisadi cəhətdən əsaslandırılmış qiymətlər ehtiyacların ödənilməsi formalarını seçmək üçün bərabər imkan yaradır və buna görə də tələbin öyrənilməsinə yanaşmalar onun funksional məqsədini - tələbatların inkişaf proseslərinin əks etdirilməsinin adekvatlığını əks etdirir. Bu baxımdan tələbatın ödənilmə dərəcəsi və məzmunu real istehlak və bazar konyukturasının meyarlarının formalaşması baxımından böyük əhəmiyyət kəsb edir [Məmmədov E.Y., 2019].

Bu xüsusiyyətdən asılı olaraq əhalinin tələbatı üç əsas növə bölünür: faktiki, reallaşdırılan və ödənilməyən tələb.

Faktiki tələb bazarda faktiki təmsil olunan əhalinin bütün effektiv tələbidir. Faktiki tələbin ödəmə qabiliyyətli ekvivalenti əhalinin pul vəsaitlərinin malların alınması və xidmətlərin ödənilməsi məqsədilə faktiki olaraq bazara göndərilən hissəsidir. Reallaşdırılmış tələb bazarda alınmış mal və xidmətlərə real tələbatın bir hissəsidir.

Bazarda təklif olunan mallar kəmiyyət, çeşid və keyfiyyət baxımından alıcıların tələblərinə tam cavab verdikdə reallaşmış tələb faktiki tələblə tam üst-üstə düşür. Belə uyğunluq olmadıqda faktiki tələbin reallaşmamış hissəsi təmin olunmamış tələbatə çevrilir. Ödənilməmiş tələb bazarda satıla bilməyən müəyyən məbləğdə pul şəklində əmələ gələn tələbdir. Əhalinin ödənilməmiş tələbinin səciyyəvi xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, o, həmişə pulla təmsil olunur və lazımi mal və xidmətlər bazara çıxdıqda dərhal dövrüyyəyə buraxıla bilər.

Qeyd edildiyi kimi, tələb növlərinin təsnifatının ən ümumi əlaməti onun məzmunudur. Tələbin olmaması istehlakçının xidmətlə maraqlanmadığı və ya ona biganə qaldığı bir vəziyyətdir. Məhsula olan laqeyd münasibətini dəyişmək üçün məhsulun faydalarını potensial istehlakçıların ehtiyac və maraqları ilə əlaqələndirmək lazımdır. Çünki zəruri tədbirlər görülmədikdə istehsalçı istehsal həcmi azaltmalı və ya bazarı tərk etmək məcburiyyətində qalır.

Bazara vaxtında daxil olmağa imkan verən tədbirlər müxtəlif növ məhsullara olan tələbatın həcmi daha dəqiq proqnozlaşdırmağa imkan verir.

Tam tələb müəssisənin tələb və təklif səviyyələrinə malik olduğu bir vəziyyətdir. Həddindən artıq tələb tələb səviyyəsinin təklif səviyyəsindən yüksək olduğu vəziyyətdir. Bu zaman neqativ bazar hadisələrini aradan qaldırmaq üçün tələbin müvəqqəti və ya daimi olaraq azaldılması yolları müəyyənləşdirilir. Bu təsnifatlara əsaslanaraq ənənəvi ehtiyacların qorunub saxlanmasını xarakterizə edən tələbin daimi və dəyişən hissəsini fərqləndirmək olar.

Müxtəlif növ bazarların subyektlərinin gəlirlərinin azalması bazarda istehlakçı davranışının dəyişməsinə əks etdirir, çünki onların gəlirlərinin qeyri-sabitliyi zövq və üstünlüklərdə dəyişikliklərə səbəb olur və tələbin həcmi azaldır. Beləliklə, müəyyən növ məhsullara tələbatın təhlili və öyrənilməsi zamanı qeyd edilən ümumiləşdirmələrdən istifadə edilməsi vacibdir.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Quliyev, E.A. (2020). Qida təhlükəsizliyi problemləri və strateji istiqamətləri / E.A.Quliyev. – Bakı: Kooperasiya, – 467 s.
2. Qafarov N.C. (2023). “Aqrar istehlak bazarının formalaşması və inkişafının iqtisadi problemləri”. Monoqrafiya. Bakı, Kooperasiya” nəşriyyatı, 320 s.
3. Qafarov, N.C. (2017). İstehlak malları bazarının formalaşmasına sistemli yanaşmanın prinsipləri // – Bakı: AMEA İqtisadiyyat İnstitutu, Elmi əsərlər, – №-6 – s. 203-209.
4. Məmmədov E.Y. (2019). İstehlak bazarının idarə edilməsi. Dərslik. Bakı: “İqtisad Universiteti” Nəşriyyatı. - 204 s.
5. Горбунов В.К. (2015). Потребительский спрос. Аналитическая теория и приложения. Горбунов Владимир Константинович; Издательство: Едиториал УРСС.
6. Горбунов В.К. (2004). Математическая модель потребительского спроса: Теория и прикладной потенциал. Издательство: Экономика, 174 с.
7. Ламбен Жан-Жак. (1996). Стратегический маркетинг: европейская перспектива / Пер. с франц. - СПб.: Наука.

P.S.Jafarli

PhD Candidate, Azerbaijan State Agrarian University

Determining the aspects of meeting consumer demand

Abstract

The satisfaction of consumer demand is directly related to their activity. The current conditions of economic development are based on approaches regarding consumers' specific requirements for the product, its quality, and variety. Identifying the main demand within the framework of consumer needs is a complex process that encompasses various aspects. At the same time, the analysis of demand can cover different geographical areas, market segments, product or product groups, and consumer groups. A number of economic and social factors influence demand. The state of demand implies the study of these factors at all levels. These parameters allow for the evaluation of demand not only in qualitative but also in quantitative terms.

Key words: consumer, demand, product variety, production, quality, price.

П.С.Джафарли

докторант, Азербайджанский Государственный Аграрный Университет

Определение аспектов удовлетворения потребительского спроса

Резюме

Удовлетворение потребительского спроса напрямую связано с их активностью. Современные условия экономического развития основываются на подходах, касающихся особых требований потребителей к продукту, его качеству и ассортименту. Определение основной потребности в рамках потребительского спроса - сложный процесс, включающий различные аспекты. В то же время анализ спроса может охватывать различные географические районы, сегменты рынка, продуктовые группы и группы потребителей. На спрос влияет ряд экономических и социальных факторов. Состояние спроса подразумевает изучение этих факторов на всех уровнях. Эти параметры позволяют оценивать спрос как качественно, так и количественно.

Ключевые слова: потребитель, спрос, ассортимент продукции, производство, качество, цена.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-180-188>

S.B.Quluzadə
i.ü.f.d., dosent, Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti
ORCID 0000-0002-3827-9081
sa.quluzade066@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 21.06.2024

The article was received by editorial board on 21.06.2024

Статья принята к печати 21.06.2024

AZƏRBAYCANDA GƏLMƏ TURİZMİNİN İNKİŞAFI ÜÇÜN EFEKTİV MARKETİNG STRATEGİYALARI

Xülasə

Azərbaycanda gəlmə turizminin inkişafı üçün marketing strategiyaları vacibdir. Onlar ölkənin unikal mədəni irsini, müasir şəraitini və müxtəlif mənzərələrini nümayiş etdirməklə ölkənin görmə qabiliyyətini və cəlbediciliyini artırır. Müxtəlif hədəf auditoriyalarına uyğunlaşdırılmış effektiv marketing kampaniyaları Azərbaycanın əsas görməli yerlərini və hadisələrini vurğulaya, marağı və turist gəlişini artırma bilər. Rəqəmsal marketingdən, təsir edən tərəfdaşlıqdan və beynəlxalq səyahət yarmarkalarında iştirakdan istifadə turizmi əhəmiyyətli dərəcədə artırma bilər. Bu strategiyalar təkcə ziyarətçilərin sayını artırmır, həm də turizm sektorunda iqtisadi artımı, iş yerlərinin yaradılmasını və davamlı inkişafı dəstəkləyir.

Açar sözlər: turizmin inkişafı strategiyası, rəqəmsal marketing, SMM, gəlmə turizmi, qlobal turizm tendensiyaları.

GİRİŞ

Azərbaycanda gəlmə turizmin inkişafı üçün effektiv marketing strategiyalarının hazırlanması bir neçə əsas komponenti əhatə edir. Birincisi, hədəf bazarı anlamaq çox vacibdir. Buraya müxtəlif bölgələrdən gələn potensial turistlərin demoqrafik xüsusiyyətlərini, maraqlarını və üstünlüklərini müəyyən etmək daxildir.

Azərbaycan öz təbliğat məzmununda UNESCO-nun siyahısına salınmış Bakının İçərişəhəri və Şəki Xan Sarayı kimi unikal mədəni irsindən istifadə etməlidir. Maraqlı hekayələr vasitəsilə bu attraksionları vurğulamaq potensial ziyarətçiləri cəlb edə bilər.

Rəqəmsal marketing bu strategiyada güclü vasitədir. Sosial media platformalarından, axtarış sisteminin optimallaşdırılmasından (SEO) və klik başına ödəniş (PPC) reklamlarından istifadə ölkənin onlayn mövcudluğunu artırma bilər. Səyahət təsir edənlər və bloggerlərlə əməkdaşlıq da daha geniş auditoriyaya çatmağa kömək edə bilər.

Azərbaycanın mənzərələrini, mədəniyyət festivallarını və müasir attraksionları əks etdirən yüksək keyfiyyətli foto və videolar da daxil olmaqla vizual cəlbedici məzmunun yaradılması diqqəti cəlb edə bilər. Virtual turlar və immersiv təcrübələr potensial turistlərə nə gözlədiklərinin dadını verə bilər.

Beynəlxalq səyahət yarmarkalarında və turizm sərgilərində iştirak etmək başqa bir effektiv strategiyadır. Bu tədbirlər səyahət agentləri, turoperatorlar və media nümayəndələri ilə əlaqə qurmaq imkanları təklif edir. Beynəlxalq hava yolları və səyahət agentlikləri ilə əməkdaşlığın inkişafı daha asan giriş və səyahət paketlərini asanlaşdırma bilər.

Marketing söyləri həmçinin Azərbaycanın təhlükəsizliyini, qonaqpərvərliyini və Naftalan neft spaları və Xəzər dənizi kurortları kimi unikal təcrübələrini vurğulamalıdır. Bakı Caz Festivalı və Novruz Bayramı kimi mövsümi tədbirlərin təşviqi unikal mədəni təcrübələr axtaran turistləri cəlb edə bilər.

Effektiv marketing strategiyaları müxtəlif auditoriyaları əhatə etmək üçün bir çox dillərdə lokaşdırılmış məzmunu da əhatə etməlidir. Məqsədli e-poçtlar və xüsusi təkliflər kimi fərdiləşdirilmiş marketing kampaniyaları marağı faktiki ziyarətlərə çevirməyə kömək edə bilər.

İstifadəçilər üçün əlverişli və məlumatlandırıcı rəsmi turizm veb-saytının yaradılması həyati əhəmiyyət kəsb edir. Sayt attraksionlar, yaşayış yerləri, səyahət tövsiyələri və marşrutlar haqqında hərtərəfli məlumat təqdim etməlidir. Asan onlayn sifariş sistemləri və müştəri dəstəyi istifadəçi təcrübəsini artırır.

Rəy və məlumatların təhlili marketing strategiyalarının dəqiqləşdirilməsində mühüm rol oynayır. Turistlərin rəylərini və səyahət meyllərini təhlil etmək nəyin işlədiyi və nəyin təkmilləşdirilməsi lazım olduğu barədə məlumat verə bilər.

Yerli icmalar və maraqlı tərəflərlə əlaqə turizmin inkişafı faydalarının geniş və davamlı olmasını təmin edir. Ekoturizmin və məsuliyyətli səyahət təcrübələrinin təşviqi qlobal turizm tendensiyaları ilə uyğunlaşır və ətraf mühitə qarşı şüurlu səyahətçiləri cəlb edir.

Qonaqpərvərlik sənayesi üçün təlim və inkişafa sərmayə qoymaq turistlərin müsbət təcrübəyə malik olmasını təmin edir, təkrar ziyarətləri və müsbət söz-söhbətləri təşviq edir. Dövlət-özəl tərəfdaşlıq resurs bölgüsü və marketing imkanlarını da artırır.

Ümumilikdə marketing hərtərəfli, çoxşaxəli yanaşma Azərbaycanı arzuolunan və müxtəlif turizm məkanı kimi göstərəcək. Bazar tendensiyalarına davamlı uyğunlaşma və əks əlaqə bu strategiyaların uzunmüddətli uğurunu təmin edəcəkdir.

Azərbaycanda gəlmə turizm sənayesinin inkişaf problemləri və perspektivləri

Azərbaycana gəlmə turizm sənayesinin inkişafı həm çətinliklərlə, həm də perspektivli perspektivlərlə üzləşir. İnkişafın əsas problemlərindən biri infrastrukturun təkmilləşdirilməsinə ehtiyacdır. Bakı kimi böyük şəhərlərdə əhəmiyyətli investisiyalar görülsə də, kənd yerləri və ikinci dərəcəli şəhərlər çox vaxt turizmi dəstəkləmək üçün lazımi şərait və nəqliyyat əlaqələrindən məhrumdur.

Əlçatanlıq başqa bir məsələdir. Viza siyasətlərindəki təkmilləşdirmələrə, o cümlədən ASAN viza sisteminin tətbiqinə baxmayaraq, bəzi beynəlxalq səyahətçilər üçün hələ də giriş maneələri mövcuddur. Daha çox ölkəyə birbaşa uçuş əlaqələrinin genişləndirilməsi bu problemi azalda bilər.

Marketing və təşviqat da çətinliklər yaradır. Azərbaycan özünü turizm məkanı kimi tanıtmada irəliləyişlər əldə etsə də, hələ də ölkənin təklifləri ilə bağlı qlobal məlumatlılıq yoxdur. Yaxşı qurulmuş turizm istiqamətləri ilə rəqabət güclü və davamlı marketing söylərini tələb edir.

Dil maneələri turist təcrübəsinə mane ola bilər. Turist bölgələrində ingilis dili getdikcə daha çox danışılrsa da, beynəlxalq ziyarətçilərə daha yaxşı xidmət göstərmək üçün xidmət təminatçıları arasında daha geniş dil təliminə ehtiyac var.

Digər problem turizmin mövsümliliyidir. Turistlərin gəlişi çox vaxt yay aylarında cəmləşir, bu da mövsümdənkənar vaxtlarda resurslardan kifayət qədər istifadə edilməməsinə səbəb olur. İlboyu attraksionların inkişafı və mövsümi tədbirlərin təşviqi bu problemin həllinə kömək edə bilər.

İqtisadi dalğalanmalar turizm sənayesinə də təsir edir. Neft və qaz gəlirlərindən asılılıq Azərbaycan iqtisadiyyatını qlobal qiymət dəyişikliklərinə qarşı həssas edir və bu, turizmin inkişafı layihələrinin maliyyələşdirilməsinə təsir göstərə bilər.

Siyasi və regional sabitlik turizm üçün çox vacibdir. Azərbaycanda nisbi sabitlik olsa da, regional münaqişələr potensial turistləri çəkindirə bilər. Turizmin davamlı inkişafı üçün təhlükəsiz və təhlükəsiz mühitin təmin edilməsi vacibdir. [11]

Ətraf mühitin davamlılığı başqa bir narahatlıqdır. Turizm infrastrukturunun sürətli inkişafı təbii landşaftların və mədəni irs obyektlərinin qorunması zərurəti ilə tarazlaşdırılmalıdır. Davamlı turizm təcrübələrinin həyata keçirilməsi uzunmüddətli uğur üçün çox vacibdir. [4]

Bu çətinliklərə baxmayaraq, Azərbaycana gəlmə turizm sənayesinin inkişafı üçün çoxsaylı perspektivlər mövcuddur. Ölkənin zəngin mədəni irsi turizmin inkişafı üçün güclü zəmin yaradır. Bakının İçərişəhəri, Qobustan Milli Parkı və Şəki Xan Sarayı kimi yerlər tarix həvəskarlarını və mədəniyyət turistlərini cəlb edir.

Azərbaycanın müxtəlif mənzərələri turizmin müxtəlif növləri üçün imkanlar yaradır. Qafqaz dağları macəra turizmi, o cümlədən yürüyüş və xizək sürmək üçün idealdır, Xəzər dənizi sahili isə çimərlik turizmi üçün potensial təklif edir.

Hökumətin turizmin inkişafına sadıqlığı əhəmiyyətli bir üstünlükdür. “2016-2025-ci illər üçün Turizmin İnkişafı Strategiyası” kimi təşəbbüslər sektorun inkişafı üçün aydın məqsədlər və çərçivələri əks etdirir. Dövlət-özəl tərəfdaşlıq resursların ayrılmasını və layihənin icrasını daha da təkmilləşdirə bilər.

İnfrastruktura investisiya qoyuluşu prioritet olaraq qalır. Heydər Əliyev Beynəlxalq Aeroportunun genişləndirilməsi və yeni yol şəbəkələrinin inkişafı kimi layihələr turistlərin səyahətlərini asanlaşdırır. Yerləşdirmə və qonaqpərvərlik xidmətlərinin təkmilləşdirilməsi də ümumi ziyarətçi təcrübəsini artırır.

Qonaqpərvərlik sektoru beynəlxalq mehmanxana şəbəkələrinin daxil olması ilə vəd göstərir. Azərbaycanda fəaliyyət göstərən Four Seasons, Hilton və Marriott kimi brendlər ölkənin turizm potensialına inamdan xəbər verir. Bu müəssisələr qlobal xidmət və qonaqpərvərlik standartlarını gətirir.

Mədəni tədbirlər və festivallar turistlərin cəlb edilməsində həlledici rol oynayır. Bakı Caz Festivalı, Beynəlxalq Muğam Mərkəzinin tədbirləri və Göyçayda keçirilən Nar Festivalı kimi tədbirlər Azərbaycanın zəngin mədəni ənənələrini nümayiş etdirir və beynəlxalq ziyarətçiləri cəlb edir.

Gastronomiya turizmi inkişaf etməkdə olan bir perspektivdir. Azərbaycan mətbəxi özünəməxsus ləzzətləri və plov, dolma və kabab kimi yeməkləri ilə yemək həvəskarları üçün kulinariya macərası təqdim edir. Yemək turlarının və kulinariya festivallarının təşviqi daha çox turist cəlb edə bilər.

Sağlamlıq və sağlamlıq turizmi digər perspektivli sahədir. Müalicəvi xüsusiyyətləri ilə tanınan Naftalan neft spaları müalicə və sağlamlıq müalicəsi axtaran ziyarətçiləri cəlb edir. Daha çox sağlamlıq istirahətinin inkişafı bu niş bazarından faydalana bilər.

Ekoturizm və davamlı turizm təcrübələri ekoloji cəhətdən şüurlu səyahətçiləri cəlb edə bilər. Quş müşahidəsi, təbiət yolları və eko-lojalar kimi fəaliyyətlərin təşviqi Azərbaycanı dayanıqlı səyahət üçün bir məkan kimi yerləşdirə bilər.

Kənd turizminin inkişafı turizm təkliflərini şaxələndirə və yerli icmalara fayda verə bilər. Aqroturizm və qonaq evləri turistlərə Azərbaycanın kənd həyatının orijinal təcrübəsini təqdim edir, turizmin iqtisadi faydalarını daha bərabər şəkildə yayır.

Marketing strategiyaları bu perspektivlərdən istifadə etmək üçün vacibdir. Rəqəmsal marketing, sosial media və təsir edənlərdən istifadə etmək, əməkdaşlıq Azərbaycanın qlobal turizm profilini əhəmiyyətli dərəcədə artırmağa bilər. Xüsusi hazırlanmış marketing kampaniyaları xüsusi demografik və maraqları hədəfləyə bilər.

Beynəlxalq səyahət yarmarkalarında və sərgilərdə iştirak səyahət agentləri, turoperatorlar və media ilə əlaqələr qurmağa kömək edir. Beynəlxalq aviaşirkətlər və səyahət agentlikləri ilə əməkdaşlığın inkişafı asan girişi asanlaşdırmağa və cəlbedici səyahət paketləri yarada bilər.

İstifadəçilər üçün əlverişli və məlumatlandırıcı rəsmi turizm veb-saytının yaradılması vacibdir. Veb sayt attraksionlar, yaşayış yerləri, səyahət tövsiyələri və marşrutlar haqqında hərtərəfli məlumat

təqdim etməlidir. Onlayn rezervasiya sistemləri və çoxdilli müştəri dəstəyi istifadəçi təcrübəsini artırma bilər.

Rəy və məlumatların təhlili marketing strategiyalarını dəqiqləşdirmək üçün çox vacibdir. Turistlərin rəyi və səyahət tendensiyalarının təhlili nəyin işlədiyi və nəyin təkmilləşdirilməsi lazım olduğu barədə məlumat verir. Məlumat əsaslanan bu yanaşma marketing söylərinin effektiv və məqsədyönlü olmasını təmin edir.

Qonaqpərvərlik sənayesində təlim və inkişaf yüksək xidmət standartlarını qorumaq üçün çox vacibdir. Təhsil proqramları və beynəlxalq qurumlarla əməkdaşlıq turizm sahəsində çalışanların bacarıqlarını təkmilləşdirərək, ziyarətçilərin müsbət təcrübəyə malik olmasını təmin edə bilər.

Yerli ictimaiyyətin iştirakı davamlı turizmin inkişafı üçün çox vacibdir. Yerli icmaların turizm layihələrinə cəlb edilməsi onların iqtisadi və sosial baxımdan fayda əldə etmələrini təmin edir, turizmin inkişafı üçün dəstəkləyici mühit yaradır. [9]

Dövlət-özəl tərəfdaşlıq resurs bölgüsü və marketing imkanlarını artırma bilər. Özəl sektorla əməkdaşlıq turizm sənayesinin ümumi inkişafına töhfə verərək investisiya, innovasiya və təcrübə gətirir.

Azərbaycanın İpək Yolu boyunca strateji yerləşməsi unikal satış nöqtəsidir. İpək Yolu ilə əlaqəli tarixi və mədəni turizmin təşviqi tarix və irsə maraq göstərən turistləri cəlb edə bilər.

Qlobal turizm tendensiyalarına davamlı uyğunlaşma Azərbaycanın turizm strategiyalarının aktuallığını və effektivliyini təmin edir. Sənaye inkişaflarından xəbərdar olmaq turistlərin dəyişən seçimlərini qabaqcadan görməyə və onlara cavab verməyə kömək edir.

Nəticə olaraq, Azərbaycana gəlmə turizm sənayesi infrastrukturun inkişafı, marketing və davamlılıq da daxil olmaqla bir sıra problemlərlə üzləşsə də, inkişaf üçün əsaslı perspektivlər mövcuddur. Strateji planlaşdırma, investisiya və keyfiyyətə və davamlılığa diqqət yetirməklə Azərbaycan öz turizm sektorunu daha da inkişaf etdirə, daha çox beynəlxalq ziyarətçi cəlb edə və iqtisadiyyatını gücləndirə bilər. Bu perspektivlərin reallaşdırılmasında və Azərbaycanın turizm sənayesinin uzunmüddətli uğurunun təmin edilməsində hökumətin, özəl sektorun və yerli icmaların birgə söyləri mühüm əhəmiyyət kəsb edəcəkdir. [10]

Azərbaycana gəlmə turizmi üçün rəqəmsal marketing kampaniyaları

Azərbaycana gəlmə turizmi üçün rəqəmsal marketing kampaniyaları qlobal auditoriyaya çatmaq və ölkənin unikal turistik yerlərini nümayiş etdirmək üçün vacibdir. Effektiv kampaniya hədəf auditoriyanın müəyyən edilməsi, yaş, maraqlar və coğrafi yer kimi demoqrafik göstəricilərə diqqət yetirməklə başlayır.

Güclü onlayn mövcudluq yaratmaq çox vacibdir. Buraya attraksionlar, yaşayış yerləri, səyahət tövsiyələri və marşrutlar haqqında hərtərəfli məlumat təqdim edən yaxşı dizayn edilmiş, istifadəçi dostu rəsmi turizm veb saytı daxildir. Veb sayt müvafiq axtarış nəticələrində görünməsini təmin etmək üçün axtarış motorları (Search engine optimization-SEO) üçün optimallaşdırılmalıdır.

Instagram, Facebook, Twitter və TikTok kimi sosial media platformaları potensial turistləri cəlb etmək üçün güclü vasitədir. Azərbaycanın görməli yerləri, mədəni tədbirləri və təbii gözəlliklərini əks etdirən yüksək keyfiyyətli şəkillər və videolardan ibarət müntəzəm paylaşımlar diqqəti cəlb edə və marağı artırma bilər.

Əhəmiyyətli izləyiciləri olan səyahət təsirliləri və bloggerlərlə əməkdaşlıq kampaniyanın əhatə dairəsini artırma bilər. Bu təsir edənlər Azərbaycanda öz orijinal təcrübələrini bölüşsə, izləyiciləri ilə şəxsi əlaqə yarada bilərlər.

Video marketingdən istifadə də effektivdir. Bakının İçərişəhəri, Flame Towers, Xəzər dənizi sahilı və Qafqaz dağları kimi Azərbaycanın müxtəlif aspektlərini işıqlandıran qısa, cəlbedici videoların yaradılması tamaşaçıların marağına səbəb ola bilər. Bu videolar YouTube, Instagram və Facebook kimi platformalarda paylaşılma bilər. [7]

Virtual turlar və 360 dərəcəlik videolar kimi interaktiv məzmun potensial turistlərə Azərbaycanın cazibədar yerləri haqqında immersiv təcrübə təqdim edir. Bu texnologiya istifadəçilərə ölkəni virtual olaraq kəşf etməyə imkan verir, onların şəxsən ziyarət etmək istəklərini artırır.

Əvvəlki ziyarətçilərə və maraq göstərən potensial turistlərə yönəlmiş e-poçt marketing kampaniyaları təsirli ola bilər. Xüsusi təkliflər, səyahət marşrutları və yeni attraksionlar haqqında yenilikləri özündə əks etdirən fərdi e-poçtlar rezervasiyaları təşviq edə bilər.

Axtarış motorlarında və sosial media platformalarında klik başına ödəmə (Pay Per Click) reklamı reklamların axtarış davranışı və maraqlarına əsaslanaraq konkret auditoriyaya çatmasını təmin edir. Bu reklamlar birbaşa turizm veb-saytına və ya xüsusi tanıtımlar üçün nəzərdə tutulmuş açılış səhifələrinə apara bilər.

Bloqlar və məqalələr vasitəsilə məzmun marketingi başqa bir əsas strategiyadır. Bloqu səyahət tövsiyələri, təyinat məqamları və mədəni anlayışlarla müntəzəm olaraq yeniləmək SEO-nu təkmilləşdirir və potensial turistlərə dəyərli məlumat verə bilər.

Səyahət forumları və icmalarla əlaqə Azərbaycan haqqında məlumatlılığın artırılmasına kömək edə bilər. Müzakirələrdə iştirak etmək və Azərbaycana səyahətlə bağlı faydalı məlumatları bölüşmək etibar və maraq yarada bilər.

Rəqəmsal kampaniyalar vasitəsilə mövsümi tədbirlər və festivalların təşviqi ilin müəyyən vaxtlarında turistləri cəlb edə bilər. Bakı Caz Festivalı, Novruz Bayramı və Nar Festivalı kimi tədbirlərin vurğulanması ziyarətçiləri mədəni təcrübələrə maraq göstərə bilər.

Bir neçə dildə lokallaşdırılmış məzmun kampaniyanın daha geniş auditoriyaya çatmasını təmin edir. İngilis, rus, ərəb və çin kimi dillərdə məzmun yaratmaq müxtəlif turist demoqrafiklərinə cavab verə bilər.

İstifadəçi tərəfindən yaradılan məzmunundan istifadə kampaniyanın həqiqiliyini artırır. Turistləri öz fotolarını və təcrübələrini sosial mediada xüsusi hashtaglarla paylaşmağa həvəsləndirmək icma hissi yarada və real həyat təcrübələrini nümayiş etdirə bilər.

Azərbaycan turizmi üçün mobil proqramın hazırlanması turistlərin məlumatlara, rezervasiya seçimlərinə və interaktiv xəritələrə asan çıxışını təmin edə bilər. Tətbiq həmçinin onların səfərini yaxşılaşdıran genişlənmiş reallıq (AR) təcrübələrini təqdim edə bilər.

Məlumatların təhlili rəqəmsal marketing strategiyalarını dəqiqləşdirmək üçün çox vacibdir. Veb sayt trafikini, sosial media cəlbini və kampaniya performansını təhlil etmək nəyin işlədiyi və nəyin təkmilləşdirilməsi lazım olduğu barədə məlumat verir.

Yenidən hədəfləmə kampaniyaları əvvəllər veb sayt və ya sosial media kanalları ilə qarşılıqlı əlaqədə olan, lakin rezervasiya etməmiş potensial turistləri çevirməkdə təsirli ola bilər. Bu reklamlar onlara Azərbaycanın görməli yerlərini və xüsusi təkliflərini xatırladır.

Onlayn səyahət agentlikləri (OTA) və bron platformaları ilə əməkdaşlıq əhatə dairəsini genişləndirir və potensial turistlər üçün asan rezervasiya variantlarını təmin edə bilər. Bu platformalarda qeyd olunan promosyonlar və paketlər daha çox rezervasiyaya səbəb ola bilər.

Rəqəmsal marketing kampaniyasına hekayələrin daxil edilməsi potensial turistlərlə emosional əlaqə yarada bilər. Yerli adət-ənənələr, tarixi yerlər və şəxsi təcrübələr haqqında hekayələrin paylaşılması Azərbaycanı daha çox əlaqəli və cəlbəedici edə bilər.

Sosial media müsabiqələrindən və hədiyyələrdən istifadə əlaqəni artırır və yeni izləyicilər cəlb edə bilər. Mükafat kimi pulsuz səyahətlər və ya təcrübələr təklif etmək həyəcan yarada və paylaşmağı təşviq edə bilər. [10]

Sosial media hesablarında influencerin ələ keçirilməsi yeni perspektivlər təqdim edir və təsir edən izləyicilərini turizm hesabına cəlb edə bilər. Bu strategiya görmə qabiliyyətini və əlaqəni artırır.

Rəqəmsal kampaniyalar vasitəsilə davamlı turizm təcrübələrini təşviq etmək ətraf mühitə şüurlu səyahətçiləri cəlb edə bilər. Ekoloji cəhətdən təmiz yaşayış yerləri, təbiəti mühafizə səyləri və

davamlı səyahət tövsiyələrini vurğulamaq Azərbaycanı məsuliyyətli səyahət məkanı kimi göstərə bilər. [10]

Veb sayt və sosial media platformaları vasitəsilə e-poçt siyahısının yaradılması potensial turistlərlə davamlı ünsiyyətə imkan verir. Səyahət ilhamı, məsləhətlər və xüsusi təkliflərdən ibarət müntəzəm xəbər bülletenləri Azərbaycanı diqqət mərkəzində saxlayır.

Sosial media və veb sayt performansını izləmək üçün analitik vasitələrdən istifadə izləyicilərin davranışını və seçimlərini başa düşməyə kömək edir. Məlumat əsaslanan bu yanaşma rəqəmsal marketing strategiyasının davamlı optimallaşdırılmasına imkan verir.

Səyahət ekspertləri və təsir edənlər ilə vebinarların və canlı sual-cavab sessiyalarının keçirilməsi potensial turistlərə dəyərli məlumat verə və onların suallarını real vaxtda həll edə bilər.

Qafqaz dağlarında macəra turizmi və ya Naftalan neft spalarında sağlamlıq turizmi kimi spesifik attraksionlar və ya turizm növləri ətrafında temalı kampaniyaların inkişafı niş bazarları effektiv şəkildə hədəfləyə bilər.

TripAdvisor və Google Reviews kimi platformalarda keçmiş ziyarətçilərin onlayn rəylərini və rəylərini həvəsləndirmək etibarlılıq yarada və potensial turistlərin qərarlarına təsir göstərə bilər. [10]

Nəhayət, səyahətin planlaşdırılması və sifariş üçün smartfonların artan istifadəsini nəzərə alaraq, bütün rəqəmsal marketing söylərinin mobil üçün uyğun olmasını təmin etmək vacibdir. Mobil optimallaşdırma istifadəçi təcrübəsini və əlçatanlığı artırır.

Nəticə olaraq, Azərbaycana gəlmə turizminin təşviqi üçün hərtərəfli və çoxşaxəli rəqəmsal marketing strategiyası vacibdir. Müxtəlif rəqəmsal alətlər və platformalardan istifadə etməklə Azərbaycan global auditoriyaya effektiv şəkildə çatmağa və cəlb etməyə, marağı və turist gəlişini artırmağa bilər.

Azərbaycan turizm məkanı kimi - sinerji əlaqələrin qurulması və tətbiqi imkanları

Azərbaycanı turizm məkanı kimi tanımaq üçün sinerjik əlaqələrin qurulması və tətbiqi imkanlarını başa düşmək üçün müxtəlif statistik amilləri nəzərə almaq vacibdir. [18]

- 2023-cü ildə Azərbaycana 187 ölkədən 2 milyon 085,8 min nəfər və yaxud 2022-ci illə müqayisədə 30,2 % çox əcnəbi və vətəndaşlığı olmayan şəxs gəlib. Azərbaycanda son illər turizmdə sabit artım müşahidə olunub.

- Ölkədə turizm xərcləri də artıb, 2019-cu ildə ümumi turizm xərcləri 2,4 milyard dollara çatıb.

- Azərbaycan tarixi yerlər, təbii landşaftlar və mədəni təcrübələr də daxil olmaqla müxtəlif turistik yerlər təklif edir.

- Ölkə həm də infrastrukturun inkişafına sərmayə qoyub, nəqliyyatın, yerləşdirmənin və turizm obyektlərinin yaxşılaşdırılması üzrə davam edən layihələr. [17]

- Bazar potensialı baxımından Azərbaycanda Rusiya, Gürcüstan, Türkiyə və Avropa İttifaqı kimi əsas mənbə bazarlarından gələn ziyarətçilərin sayında artım müşahidə olunub.

- Aviaşirkətlər, turizm agentlikləri, mehmanxanalar və digər turizm maraqlı tərəfləri ilə əməkdaşlıq Azərbaycanı bir destinasiya kimi tanıtmaya və daha çox ziyarətçi cəlb etməyə kömək edə bilər.

- Sinerjetik əlaqələr və tərəfdaşlıqlardan istifadə etməklə Azərbaycan marketing söylərini artırma, brend şüurunu artırma və müxtəlif hədəf bazarlar üçün uyğunlaşdırılmış təcrübələr yarada bilər.

- Məlumat analitikası və bazar araşdırması həmçinin strateji qərarların qəbul edilməsi və hədəf auditoriyaya xas təşviqatların aparılması üçün istehlakçıların seçimləri, davranış meylləri və rəqəbat mənzərələri haqqında dəyərli fikirlər təqdim edə bilər.

Bu ilin birinci rübündə Azərbaycana dünyanın 171 ölkəsindən 513,5 min və ya əvvəlki ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə 39,2 % çox əcnəbi və vətəndaşlığı olmayan şəxs gəlib.

Məlumatla görə, gələnlərin 28,7 %-i Rusiya Federasiyası, 19,3 %-i Türkiyə, 10,3 %-i İran, 7,2 %-i Hindistan, 4,8 %-i Gürcüstan, 3,2 %-i Qazaxıstan, hər birindən 2,4 % olmaqla Səudiyyə Ərəbistanı və Pakistan, 2,1 %-i Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri, 1,8 %-i Özbəkistan, hər birindən 1,5 %

olmaqla Türkmənistan və Küveyt, 1,4 %-i Ukrayna, 1,2 %-i Belarus, 12,2 %-i digər ölkələrin vətəndaşları olub.

Ötən ilin eyni dövrü ilə müqayisədə Çindən gələnlərin sayı 3,7 dəfə, Hindistandan - 2,4 dəfə, Qazaxıstandan - 2,4 dəfə, Bəhreyyindən - 2,1 dəfə, Səudiyyə Ərəbistanından - 2 dəfə, Qırğızıstandan - 2 dəfə, İspaniyadan - 1,9 dəfə, Filippindən - 1,9 dəfə, İtaliyadan - 1,8 dəfə, Omandan - 1,7 dəfə, Tacikistandan - 1,7 dəfə, Cənubi Koreyadan - 1,6 dəfə, İrandan - 1,6 dəfə, Türkmənistandan - 1,6 dəfə, İordaniyadan - 1,5 dəfə, Almaniyadan - 49,5 %, Özbəkistandan - 47,5 %, Küveytdən - 42,4 %, Yəməndən - 38,6 %, Polşadan - 37,7 %, ABŞ-dan - 32,1 %, Ukraynadan - 26,1 %, Fransadan - 25,7 %, Türkiyədən - 25 %, Pakistandan - 24,3 %, Rusiya Federasiyasından - 23,8 %, Misirdən - 22,5 %, Gürcüstandan - 19,3 %, Niderlanddan - 17,8 %, Böyük Britaniyadan - 14,2 % artıb.

Ötən ilin yanvar-mart ayları ilə müqayisədə Avropa İttifaqına üzv ölkələrdən gələnlərin sayı 1,6 dəfə artaraq 18,6 min nəfər, körfəz ölkələrindən gələnlərin sayı 1,5 dəfə artaraq 91,4 min nəfər, MDB ölkələrindən gələnlərin sayı 31 % artaraq 198,3 min nəfər olub.[16]

Bütövlükdə, sinergetik əlaqələrin gücündən və məlumatlara əsaslanan strategiyalardan istifadə etməklə, Azərbaycan özünü global səhnədə inkişaf edən turistik məkan kimi daha da tanıtmmaq potensialına malikdir.

NƏTİCƏ

Yekun olaraq qeyd edək ki, Azərbaycana gəlmə turizminin inkişafı üçün marketing strategiyaları ölkənin böyük turizm potensialının üzə çıxarılması üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Hərtərəfli və çoxşaxəli yanaşma sayəsində Azərbaycan zəngin mədəni irsini, heyratəmiz təbiət mənzərələrini və müasir imkanlarını global auditoriyaya effektiv şəkildə nümayiş etdirə bilmişdir.

Azərbaycanın marketing strategiyalarının əsas güclü tərəflərindən biri onların geniş auditoriyaya çatmaq üçün rəqəmsal platformalardan istifadə etmək bacarığındadır. Sosial medianın gücündən, axtarış sisteminin optimallaşdırılmasından (SEO) və hədəflənmiş reklamdan istifadə etməklə Azərbaycan potensial turistləri cəlb edə və onları ölkəyə səfər etməyə ruhlandıra bildi.

Səyahətə təsir edənlər, bloqçular və media qurumları ilə əməkdaşlıq Azərbaycanın turizm mesajını daha da gücləndirərək, dünya üzrə səyahət edənlər arasında rezonans doğuran orijinal və əlaqəli məzmun təqdim edib. Bu əməkdaşlıqlar Azərbaycan haqqında məlumatlılığın turizm məkanı kimi artırılmasında və onun görməli yerlərinə marağın artırılmasında mühüm rol oynamışdır.

Beynəlxalq səyahət yarmarkalarında, sərgilərdə və mədəni tədbirlərdə iştirak Azərbaycana öz turizm təkliflərini nümayiş etdirmək və səyahət sənayesinin əsas maraqlı tərəfləri ilə əlaqələr qurmaq üçün dəyərli imkanlar təmin etmişdir. Bu platformalar təkcə istirahət üçün səyahət edənlərin cəlb edilməsinə kömək etmədi, həm də Azərbaycanı işgüzar səyahət edənləri və konfrans iştirakçılarını cəlb edərək, MICE-in etibarlı məkanı kimi yerləşdirdi.

Bundan əlavə, infrastruktura, o cümlədən hava limanlarına, yollara və yaşayış yerlərinə investisiyalar Azərbaycana gəlmə turizminin inkişafını dəstəkləmək üçün mühüm rol oynamışdır. Lüks mehmanxanalar, kurortlar və butik yaşayış yerləri kimi yüksək keyfiyyətli qonaqpərvərlik obyektlərinin inkişafı ziyarətçilərin ümumi təcrübəsini artırdı və müxtəlif üstünlüklərə və büdcələrə cavab verdi.

Davamlılıq, həmçinin məsuliyyətli turizm təcrübələrini təşviq etmək və ölkənin mədəni və təbii irsini qorumaq səyləri ilə Azərbaycanın marketing strategiyalarının əsas diqqət mərkəzində olmuşdur. Təbiəti mühafizə layihələri və icma əsaslı turizm təşəbbüsləri kimi ekoloji cəhətdən təmiz təşəbbüsləri vurğulamaqla Azərbaycan özünü ətraf mühitə mühafizə və davamlı inkişafa dəyər verən bir məkan kimi göstərmişdir.

Gələcəyə baxsaq, Azərbaycanın global turizm bazarında rəqabətə davamlı qalmaq üçün marketing strategiyalarını təkmilləşdirməyə davam etməsi vacibdir. Buraya rəqəmsal marketingdə yaranan tendensiyalardan xəbərdar olmaq, hədəflənmiş tanıtım kampaniyalarına sərmayə qoymaq və

ziyərətçilər üçün unikal və yaddaqalan təcrübələr təqdim etmək üçün davamlı olaraq yeniliklər daxildir.

Güclü tərəflərinə əsaslanaraq, problemləri həll etməklə və dayanıqlı turizm təcrübələrinə sadıq qalmaqla Azərbaycan regionda aparıcı turizm məkanı kimi mövqeyini daha da möhkəmləndirmək potensialına malikdir. Strateji marketing söyləri ilə ölkə daha çox sayda beynəlxalq turisti cəlb edə və turizm sənayesində davamlı artım və rifahı təmin edə bilər.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

Azərbaycan dilində:

1. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Azərbaycan Respublikası regionlarının 2014-2018-ci illərdə sosial-iqtisadi inkişafı Dövlət Proqramının təsdiq edilməsi haqqında 27 fevral 2014-cü il tarixli 118 sayılı Fərmanı.
2. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il dekabr tarixli fərmanı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi”.
3. Azərbaycan 2020: Gələcəyə baxış İnkişaf Konsepsiyası URL:[https:// president. az/ fil es / future _az.pdf](https://president.az/fil/es/future_az.pdf) .
4. Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi. Turizmin davamlı inkişafı yerli planlaşdırılması üzrə mütəxəssislər üçün vəsait. Bakı: 2012, 59s.
5. Ağaliyeva D.A. (2017). “Azərbaycan Respublikasında turizm fəaliyyətinin hüquqi tənzimlənməsinin beynəlxalq və milli hüquqi problemləri” mövzusunda (avtoreferat), Bakı. s.25-37
6. Aslanov E.İ., (2010). Azərbaycanda turizm sektoru: imkanlar, problemlər və perspektivlər, yekun hesabat. Bakı, 75 s.
7. Aslanov E.İ., (2011). “Azərbaycanda turizm sektoru: tarixi, müasir vəziyyəti və inkişaf perspektivləri” (monoqrafiya), “Turizm və Qonaqpərvərlik” jurnalının 1-ci nömrəsi, Bakı
8. Bəhərçi T., Mehdiyeva V. (2012). Azərbaycan Respublikasının təbii şəraiti, təbii ehtiyatları, onların iqtisadi – ekoloji qiymətləndirilməsi. Dərslik. “İqtisad Universiteti” nəşriyyatı, Bakı , 304 s.
9. Cəfəri C. Turizm modelləri: sosial-mədəni aspektlər // “Turizm və qonaqpərvərlik tədqiqatları” elmi jurnalı, 2013, s. 5-24.
10. İqtisadi və Sosial İnkişaf Mərkəzi (CSED) – Vüqar Bayramov (2017). “Azərbaycan Turizm Sektorunun İnkişafı Perspektivləri” (avtoreferat), Bakı.
11. Mahmudov M.M., Mahmudov İ.M. (2001). Region iqtisadiyyatının tənzimlənməsi, Bakı, 75-90 s.
12. Mirzəyev A.F., (2016). “Azərbaycanda turizm potensialından istifadənin səmərəliliyinin artırılması istiqamətləri” mövzusunda monoqrafiya, Bakı.
13. Soltanova H. (2015) “Azərbaycan Respublikasında turizm və onun inkişafı” (monoqrafiya), Bakı, 160-352 s. 83
14. Алексин Э.В. (2011). Управление региональной экономикой. Москва, 222 с.
15. Биржаков М.Б.(2014). Введение в туризм. М–СПб: Издательский Дом ГЕРДА, 544 с.
16. <http://stat.gov.az> – AR Dövlət Statistika Komitəsi
17. <http://mct.gov.az/az> - AR Mədəniyyət Nazirliyi
18. <https://economy.gov.az>

С.Б.Гулузаде

д.ф.но э., доцент, Азербайджанский Университет Туризма и Менеджмента
ORCID 0000-0002-3827-9081

Эффективные маркетинговые стратегии развития въездного туризма в Азербайджане

Резюме

Маркетинговые стратегии важны для развития въездного туризма в Азербайджане. Они повышают известность и привлекательность страны, демонстрируя ее уникальное культурное наследие, современные удобства и разнообразные ландшафты. Эффективные маркетинговые кампании, адаптированные к различным целевым аудиториям, могут подчеркнуть основные достопримечательности и события Азербайджана, повысить интерес и увеличить количество туристов. Использование цифрового маркетинга, партнерских отношений с влиятельными лицами и участия в международных туристических ярмарках может значительно увеличить туризм. Эти стратегии не только увеличивают число посетителей, но и поддерживают экономический рост, создание рабочих мест и устойчивое развитие в туристическом секторе.

Ключевые слова: *стратегия развития туризма, цифровой маркетинг, социальные сети, въездной туризм, мировые туристические тенденции.*

S.B.Quluzade

PhD in economics, associate professor,
Azerbaijan University of Tourism and Management
ORCID 0000-0002-3827-9081

Effective marketing strategies for the development of incoming tourism in Azerbaijan

Abstract

Marketing strategies are important for the development of inbound tourism in Azerbaijan. They enhance the country's visibility and appeal by showcasing its unique cultural heritage, modern amenities and diverse landscapes. Effective marketing campaigns tailored to different target audiences can highlight Azerbaijan's main attractions and events, increase interest and tourist arrivals. Using digital marketing, influencer partnerships and participation in international travel fairs can significantly increase tourism. These strategies not only increase visitor numbers, but also support economic growth, job creation and sustainable development in the tourism sector.

Key words: *tourism development strategy, digital marketing, social media, inbound tourism, global tourism trends.*

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-189-200>

JEL A1, L26, L25, M13 O12, O25

T.H.Kishizada
PhD student, Azerbaijani State Economics University (UNEC)
ORCID 0009-0009-8340-840X
turalkishizada@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 10.10.2024

The article was received by editorial board on 10.10.2024

Статья принята к печати 10.10.2024

ANALYSIS OF THE BUSINESS ENVIRONMENT OF LOCAL BUSINESS ENTERPRISES IN AZERBAIJAN: CERTAIN LEADENINGS DERIVED FROM THE ANALYSIS OF THIRTY TWO IN-DEPTH INTERVIEWS WITH SME TOP MANAGERS AND CEOS

Abstract

This scholarly work is based on field data collected through 32 qualitative research interviews with CEOs and top managers of SMEs across different sectors in Azerbaijan. The study focuses on the local business environment, examining the key economic, regulatory and technological factors affecting SMEs. The study explores the current, unique challenges faced by SMEs in this context and provides insight into how these businesses can overcome such obstacles. A detailed analysis of the experience of Azerbaijani SMEs highlights the main approaches used to overcome these problems. The findings contribute to a better understanding of how SMEs adapt and thrive in the local market. In addition, the study offers recommendations for improving strategic business practices. Overall, the study increases the current understanding of Azerbaijan's SME landscape and informs future business developments.

Key words: *SMEs, Azerbaijan, business environment, economic challenges, technological adaptation.*

INTRODUCTION

SMEs are widely known to play the significant role for the economic development of Azerbaijan that giving the job to a lot of people and plays an important role for GDP of the country (Bayramov et al., 2017) . Consequently, it is worth to notice that SMEs are present in almost all the possible fields such as agriculture, oil and gas, construction and manufactures, retail, and tourism, ICT and finance, etc., occupying, respectively an essential position in the stimulation of innovations as well as a meeting of the community needs (Aliyev, 2019). This is so because their consideration as important in economic policy and research enhances local entrepreneurship and building of more adequate economic resilience.

According to the Mammadov (2024), the geography of the country, the oil and the natural gases and the variegation of the economy other than the oil and the natural gases define the economic structure of the Azerbaijan. However, these strategies have their strengths and weaknesses, making the operating environment of SMEs unpredictable due to economic risks, complex regulations, and constraints, as suggested by Amalia et al. (2019). The global oil prices plus the repercussions that they have on the rest of the economy influence SMEs in a more indirect manner, and for this reason the literature must pay greater attention to them and their experiences (Guliyev, 2020)

Current economical shifts registered in Azerbaijani relate to the easing of business environment by raising simple registries, decreasing the number of requirements, and enhancing the clarity of the legal requirements (Ahmadov & Valiyev, 2019). Nonetheless, some problems are associated with the regulation, for instance, the challenges the SMEs have in comprehending and applying taxation laws; or apathetic to the constant alterations in the regulation (Vagif, 2021). Global adjustment and changes in the modern world are influencing the competition in which the SMEs are in and require the use of ICTs, electronic commerce and new forms of work (Nejadirani et al., 2011). As such, the usage of these technologies allows organisations to exploit new opportunities and effectively improve their performance, but it is also important to understand the threats connected with such as investment costs and other factors that insist on the need for innovation (Lewandowska et al., 2021). Also the factors of the market show alterations in the needs of the customers and overall economy that SMEs needs to adapt to quickly in order to stay relevant (Koporcic et al., 2024)

The purpose of this research is to provide some degree of understanding of the business environment in Azerbaijan from the views of the SME leaders who participated in this study All interviews involved top managerial employee and CEOs of 32 SMEs operating in Azerbaijan. Since this research confining to the qualitative approach purposeful to actualizing experiential homogeneity of these business magnates, the present study offers understanding on the potentialities and antagonism of SMEs. The work has implications for policy makers, managers and other stakeholders to offer ever support for policy stability that is appropriate for sustainable business relations (Chakabva & Tengeh, 2023)

METHODOLOGY

Therefore, the method applied in the given research is qualitative analysis as a result of which the character of the environment of SMEs in Azerbaijan will be defined. The study relied on use of qualitative research methods, and piece of emphasis was the face-to-face interviews that were conducted on 32 high ranking managers and CEOs from different industries. This approach was used because it enabled the researcher to get thick description of the potential experiences, challenges and management among the SME leaders.

Sampling and Participant Selection

Participants were screened to ensure that they captured as many relevant industries across Azerbaijan's economy as possible. Target participants were defined based on the following criteria: the individuals have to be at the decision-maker thrust level of the relevant organization. The sectors represented in this study include: The categories of sectors that reported their liabilities in this study has shown in Table 1:

Table 1

Sector	Number of Respondents	Fields
Agriculture	6	Crop growing, rearing of livestock
Oil and Gas	5	Exploration, production, service provision
Construction	4	Infrastructure, real estate development
Manufacturing	4	FMCG, Industrial Machinery, Material Science
Retail	3	Small to medium retail shops, large retail chains
Tourism	2	Travel, hotel, related subsectors
IT	4	Software development, digital solutions, tech services
Financial Services	4	Banking, insurance, financial consulting

The sources of the respondents in the study were identified and sampled by snowball technique whereby the sources from the directories of business and the recommendation of the various associations in the industry were used. All possible effort was made in order to ensure that participants were from all over Azerbaijan, and from various project size and sector.

Data Collection

The process of data collection was through administering qualitative research interviews from July to August 2024. These interviews were used as the study's data collection method because of the flexibility which enables the interviewee to give his or her views freely while at the same time it is guided enough to explain different topics that are of interest (Belina, 2023). All interviews were qualitative based and they lasted between 60-90 minutes Interviews were face-to-face or through online interfaces based on the convenience of the participants.

The interview protocol was designed to explore various aspects of the business environment, including: The interview protocol was designed to explore various aspects of the business environment, including:

- economic Challenges: Concerning the economic influences to the business, participants were asked about inflation, fluctuations in currency, and the issue of finance;
- regulatory Impact: The areas of concern during the discussion were those to do with regulatory factors such as licensing, taxes, and additional compliance measures;
- technological Adaptation: Respondents explained more about the technology adoption, digital change, and innovations;
- market Trends and Competition: During interviews, the analysis of the current trends, the competition, and changes in the industry were discussed;
- strategic Responses: From the interviews participants talked about the measures they have put in place to deal with the challenges and maximize on the opportunities.

Data Analysis

The interviews were conducted in Azerbaijani and were recorded and transcribed exactly as given by the participants. The collected data were analyzed using thematic analysis, a method of analyzing and making patterns (themes) of the data (Braun & Clarke, 2023). The analysis process included the following steps: The analysis process included the following steps:

1. familiarization with Data: The researcher read through the transcripts many times in order to get an objective of the content and its context;
2. initial Coding: First, tentative code names were derived from phrase and essential themes of discursing participants. In this process, certain statements were emphasized whilst other were divided into various categories;
3. Theme Development: Themes were developed from codes that captured more general ideas pertained to the research questions being addressed. Themes were discussed and analyzed in order to check consistency in the context of the data collected;
4. Thematic Mapping: The matters identified of the themes were connected to give out the interaction between several elements of the business environment and SME experience;
5. Interpretation and Reporting: In analysing the final themes, reference to the research objectives was used and the results were presented in a tabular format with important insights and implications.

Ethical Considerations

The research stuck to ethical practices getting informed consent from everyone involved. We told each person about the study's goal, what the interviews would be like, and that they could stop at any time. We kept things private by making the data anonymous and storing the transcripts. We did the study following ethical rules for this kind of research making sure we respected everyone's privacy and rights throughout (Erdmann & Potthoff, 2023).

Limitations

This research offers perspectives on the business practices of small and medium enterprises in Azerbaijan; however it is important to acknowledge its limitations too. Since this is a study focusing on a specific set of SMEs in Azerbaijan alone and not a comprehensive representation of all SMEs in the region and, beyond. , Although our sample covers significant sectors, its size is limited which could potentially constrain our analysis capabilities. Subsequent studies could expand upon our discoveries by delving into a range of businesses and examining different sectors and regions.

Findings and Discussion

Overview of Businesses and Their Role in the Local Market

To reach an adequate degree of generalization, the interviewed SMEs represent different sectors that point to the polydynamic structure of the Azerbaijani economy. Such broad representation ensures that one has a feel of how different sector play their part and how they fit within the local market.

Agriculture: Three are in the agriculture sector while the remaining three are into crop production and livestock production. Agriculture stands as one of the core sectors that shape Azerbaijan's economy, with extensive connections with the country's rural areas and its population's daily needs. As it has been observed, these agricultural SMEs are essential smallholders that help in maintaining the local food basket, regional diet, and promoting rural business to build a robust regional economy. Among the threats identified the interviewees described various and unpredictable climate conditions, instability of the prices on agricultural productions, and requirement in the usage of innovative methods of farming. They also spoke of how they were committed to change and embracing these issues, specifically with the use of technologies and a sustainability approach aiming to increase production and implementing robustness.

Oil and Gas: Five participants cover the Oil and Gas sector, which is one of the main actors within the framework of economy in Azerbaijan. It encompasses activity such as exploration and production through to supply of essential support services. The oil and gas industry is not only a major source of the economy but is has impacts on national economic policies, employment opportunities, and development of the regions. Interlocutors observed that the sector has been continuously adjusting to fluctuating oil prices in the world market and diversifying the sector's business in the light of market requirements. They also covered business operational concerns and the need for the company to adopt efficiency and attain the basic industrial needs for technological upgrades in the globally competitive market.

Construction: The construction industry is well described by four participants whose companies are engaged in different constructions activities. These are mainly housing units, office and business complexes, as well as factories that are essential for growth of the urbanization and infrastructure status of a city. SMEs in construction are very strategic in the local economy since it is a source of employment, a catalyst for associated industries, and an enriching force within the construction arena. Hurdles including change in regulatory environments, variability of material costs and project control issues emerged from the interviews. They also focused on their contribution to the formation of urbanization and providing economic development through construction and infrastructure.

Retail: Three of the interviewees belong to the retail sector which currently manages both small individual outlets and large chain stores. Retail SMEs play a vital role in meeting everyday customer demand and boosting community purchasing practices. The sector is very competitive, with both local and external companies, necessitating the adoption of innovative strategies. People discussed the changes that are occurring in the retail business as a result of digital transformation, with e-commerce being cited as one of the most significant components of its current operations for increasing the efficiency of consumer communication. They also emphasized the social benefit of

these retail SMEs, which foster engagement with local communities and revitalize economies (Yusifov, 2023).

All of these sectors have equal and distinct roles in their respective markets, with implications for employment prospects, market stability, and overall wellbeing. The businesses interviewed represent SMEs from almost every sector in Azerbaijan, providing a diverse approach to reviewing how different types of SMEs deal with industry-specific opportunities and threats, as well as how they contribute to the country's economic development (Aliyev, 2020; Jafarova & Rustamov, 2019).

Business Climate and Economic Factors

When contemplating the business environment in Azerbaijan the methodologically derived concerns reflect much of what the respondents in this research expressed. The economic environment remains unstable and unpredictable in most regions thus has a great influence on SMEs and their strategies. These economic conditions reveal challenges that organizations operate within making it arduous to undertake business in the area.

Economic Challenges: Again, interview findings recognizable four broad groups of economic factors, namely; inflation and currency fluctuations were stated by 21 out of the 32 interviewees as significant factors threatening their cost structure. This has been due to inflationary pressures that have raised the price of a range of inputs, for instance, raw materials, employee remunerations, and overheads. The instability of the currency values hampers these difficulties aspire, it intensifies the instability of financial situations of the companies. For example, 9 respondents cited the problems they face in bearing the additional costs of imported inputs due to depreciation of currency. Besides increasing operation costs, this issue poses concerns regarding pricing formulas and, consequently, the SMEs' profit margins; enhancement of the SMEs' financial stability and market viability becomes even more.

Access to Finance: Credit was identified as a major challenge by 22 participants from whom most complained of inability to secure finance and/or affordable credit. The lack of access to finance is most disruptive for SMEs, as the later often need financing for new expansion, introducing new technologies, or even working with their cash flow. Debt is expensive to access and this adversely affects business expansion and maneuverability capital a very crucial factor to both internal and external business functioning. Some of the challenges mentioned by the respondents were the high credit standards, high cost of funds, and absence of product differentiation and unique products for sme's. These challenges reveal the necessity of the proper financial support instruments' development and the increase of funding access to SMEs in Azerbaijan.

Economic Volatility: Yet, there is an even wider context, typical for Azerbaijan: instabilities of world markets for the resources, political and economic shifts. Global price changes are generally felt in the economy and this changes the business environment for SMEs in most sectors including the oil and gas sector which being a primary commodity is affected by global price changes. Fluctuations in economics create an undesirable environment that cannot be predicted and modeling of any products and services, purchasing patterns, and even investments. Yet again high volatility in these conditions can be very irrational for SMEs and this agility to maneuver through such adverse situations by strategic planning and risk management models forms the success model of SMEs.

Operational Implications: These are operational issues affecting SMEs in aggregate; inflation, Currency Fluctuations and problems related to access to finance make operation complex for SMEs. It is with these economic factors in mind that organizations need to operate while at the same time they need to keep their operations profitable and growing. The ways that SMEs manage such threats include cost control measures, diverse income generating activities, and use of modern technology. However, these efforts have not eliminated the risks arising from fluctuating economic conditions which are still present and have to be managed and addressed with great vigilance and flexibility by leaders of organizations.

Economical issues also play an important role in business environment of Azerbaijan and there is a need to develop the special political support and financial ideas to remove these problems and to create a more suitable environment for the SMEs.

Regulatory Impact and Primary Challenges

The effects of some regulations can be seen to have a positive influence on SMEs in Azerbaijan, while others have a negative effect, and there is still a significant amount of complexity in the business climate. Currently, there are several reforms in the regulatory environment as an effort to enhance the business environment for companies but they have brought some positive impact and at the same time posed some challenges to local firms.

Government Reforms: Thus, 19 from 32 interviewees recognized the tough actions of the government to improve the business environment through the changing of the regulations. Some of the reforms that have previously been implemented are: Changes in the business licenses and permits system; diminution of bureaucratic entanglement; easier compliance mechanisms. For instance, some of the emerging policies such as cutting the time and cost to start and manage a business have been welcomed by many SMEs. These endeavors aimed at improving the business environment for the growth of enterprises and to attract foreign investors through easing reforms, to make them clearer and less time-consuming.

Unpredictability and Complexity: However, 14 participants were unhappy with the unpredictability and complexity of the regulations noting that it can only get worse. Due to changes frequently made to the regulations, and the constant introduction of a new set of requirements, operating has become very difficult for SMEs. This unpredictability can raise questions for certain areas of business and law planning that is always disadvantageous for businesses especially small-scale businesses with little capital to spare. First, common concerns like the updating of regulations, the lack of guidelines and the variability in enforcement, make compliance difficult and the risk of non-adherence higher.

Tax Law Complexities: As for the concerns highlighted by 7 respondent, one of them is the unspecified nature of new tax laws that were launched in 2024. With these new regulations, there have been so many changes in the tax compliance that require much more changes in planning and accounting. There are various problems associated with complexity of these tax laws and their implementation such as greater administrative pressure and various compliance risks as far as SMEs are concerned. Companies have had to incur more cost, for example in performance of accounts and training in order to adapt to change. The existence of such tax law complications calls for simplicity and enhancements, thus calling for support from the regulatory authorities to ease on the changes (Hasanova & Mammadov, 2021).

Regulatory Navigation: SMEs must be in a position to overcome the challenges due to the existence of regulatory systems in their activities, and hence the significance of the above external factor. Some of the received comments were quite revealing in the sense that respondents agreed on the need to read more on the changes in the regulations to adhere to to seek help where necessary. Some approaches to dealing with regulation risks can be membership in industries' organizations, attending business meetings, the use of legal and compliance professionals. From these approaches, SMEs are in a position to be informed on any new changes in the legal [regulatory requirements and standards to ensure that , at all times, they are in compliance.

Overall Impact: Pre and post regulatory changes show that although there have been great improvements in the SMEs, they are still experiencing various challenges. Despite the enhancement of reforms in the regulation of the business environment there is still the issue of complexity and unpredictability of regulations. Some of these challenges can be overcome only with the concerted action of the businesses, regulators, and policy-makers, in order to establish conditions that are more predictable and more conducive to the development of SMEs.

Competition and Emerging Trends

Intensity and prospects of the Azerbaijani SMEs depend on the industry and other factors connected with the concrete peculiarities of the Azerbaijani market. The answers received from the 32 participants in one-on-one interviews provide business insights into the ways in which competition affects companies' strategies and the five major trends for SMEs.

Competition Levels Across Industries: Industry conditions affect the perceived levels of competition in distinctive manners. Out of the 32 respondents, twelve those belong to the retail and manufacturing said they are experiencing high levels of competition. In these sectors, operators face many competitors either domestic and foreign hence the need to look for ways to set themselves ahead of the rest. For instance, retail SME must be ready to cope with the fast changing consumers' behavior and have to rely on factors such as price rivalry, increase in product quality, and better or efficient customer care services in order to retain consumers' patronage. In the same way, manufacturing SMEs are pressured to innovate, especial on the area of product offering and production. This high level of competition requires a continuous improvement approach to operation practices and the quest to create differentiated value propositions (Yusifov, 2023).

Sector-Specific Competition: On the other hand 8 out of the respondents from the oil and gas sector said they felt less competitive pressure. This is mainly due to the agglomeration of the industry structure which is characterized by a few giant players who own large shares of the market. There are a number of factors which differ the oil and gas industry from other industries this include high entry barriers, high fixed investment, and bureaucratic factors that restrict the entrance of many players. Therefore it emerged that smaller players experience relatively little competitive pressure, however, they work in the market that depends on the fluctuation in the global commodity prices and regulatory changes. Although competition may not be very fierce, sector strategy continues to focus on running efficiently and effectively, and managing shift on global market.

Emerging Trends: One of the common trends that are observed across various industries is that the organisations are going digital. Of the 15 employees interviewed, 10 of them said that investment on e-commerce and digital platforms are now a necessity for sustained competitiveness. The trend is in line with a more general digitisation process, where companies and organisations use digital tools to improve their workflows, find new clients, and interact with those clients in a manner that is more efficient and satisfying to the latter. Bigger markets mean that e-commerce platforms allow SMEs to conquer markets beyond the current geographical location; CRM and data analytics to shape consumer behaviors, as well as the performance of business entities. The emphasis on the technologies implies the importance of innovation and the use of technologies as vectors of business success, which is supported by the analysis presented by.

Innovation and Adaptation: This desire to grow and innovate is something that is seen over and over again when it comes to the SMEs no matter the line of business. Ventures are consequently spending more on the research and development function with the aim of introducing new products and or services to fit markets. Also, the concentration is on operational improvement by implementing IT solutions and automated tools, rationalization of work procedures, implementation of effective cooperation with partners and suppliers. Dealing with pressure is important for SMEs in order to respond timely to innovation opportunities and changes within the market environment.

Future Outlook: As competition evolves and technology advances, the business landscape for Azerbaijan's SMEs will change. The ability to successfully respond to competitive forces and embrace emerging trends is critical for long-term growth and profitability. Small and medium-sized enterprises (SMEs) that invest proactively in technology, support innovation, and remain responsive to market changes are better positioned to thrive in an increasingly dynamic and competitive world.

Adapting to market changes and technological integration

Adaptation to market changes is crucial for SMEs' survival and success, particularly in a dynamic economic climate such as Azerbaijan's. The capacity to properly adjust to changing consumer tastes and technology improvements is critical for staying competitive and growing.

Market Adaptation: Of the 32 respondents who participated in the survey, 19 have restructured their line of goods or services in a considerable manner or have extended their product ranges in order to satisfy the changing needs of the customers. Such flexibility typically involves product line extension, the activities of changing the designs of certain aspects of available services, or developing further services to fix the gaps resulting from changed market conditions. Retailers and manufacturers, for instance, have adjusted what they offer to be in better alignment with emerging customer patterns and preferences, including increased interest in eco-friendly and local products. Within the same industry, also for services businesses, companies have changed the way they provide their services in order to meet more customers' expectations and to meet new wants. This proactive adaptation approach allows companies to continue having relevance and to succeed in a market which is always experiencing change.

Technological Integration: Responding to 16 respondents integration, the technological integration forms one of the main strategies for maximizing operational efficiency and getting higher interaction from customers. In the emerging digital age, integration of technology helps to streamline operations, increase the efficiency of operations as well as offering an enhanced experience to the customer. For instance, 7 respondents from the IT sector have diversified their portfolios by providing digital services geared towards the local target market. Such include tailor made software, social networking sites aimed at the peculiarities of the region in question and other e-commerce solutions. Application of technology in business activities enhances the capabilities of SMEs with enhanced utilization of data analytics, possibility of automating routine work and increasing productivity.

Operational Efficiency: The importance of utilizing technology for purposes of improving operational efficiency is apparent in most industries. Organizations are acquiring systems and tools that help add value to the internal processes of the organization, cut down operational expenditure, and enhance productivity. For instance, the implementation of different kinds of enterprise resource planning systems, customer management systems and other resource related planning expansion systems and advanced data management systems has encouraged core business service provision as management has made decision based on current available facts. This technological integration not only streamlines operations but also supports strategic planning and competitive positioning.

Customer Engagement: Another area of focus is improving customer engagement using technology. Digital platforms, especially e-commerce websites and social network sites, afford the company various channels to interact with their customers, get feedback, and customize what they offer to meet their customers' needs. Such additional contact improves understanding of the customer's wants and preferences, thus enhancing the services offered, as well as satisfaction among customers. Additionally, the implementation of modern strategies, such as digital marketing, customer self-help systems, and other performing targeted marketing strategies assists a lot in getting the intended audience.

Challenges and Opportunities: There is a lot of advantages associated with technology integration but there are equally some downside risks that include some hefty costs and the likelihood of failure to avoid technical hitches. In this regard, businesses have to tame these threats by adopting right, relevant technologies incorporating the correct processes and reconstructing continuous processes so as to keep up and compete regarding technology. Considering all the negatives billing into these aspects makes smooth sailing for businesses hard, efforts should be directed towards employing technology to enhance and engage with customers as the advantages outweigh the risks involved.

Future Directions: It is evident that as the operating circumstances of the markets and technological developments continue to grow, the SMEs must remain flexible and adaptable. Adapting to the changing environments and embracing the new technologies will be integral in maintaining fast growth and success in the future. Firms that are willing to make these changes and make the most out of technology are well placed to take advantage of opportunities as well as face the challenges posed by the current business environment.

Collaboration, Resources, and Supply Chain Management: The successful and continued performance of SMEs requires active collaboration, efficient resource management, and effective supply chain strategies. These aspects help to mitigate operational issues as well as optimize for growth. The experiences of the 32 interviewees highlight the importance of these elements in navigating the complexities of the business environment in Azerbaijan

Categorizing Networks: About 13 out of the 32 interviewees have stated the importance of interacting with other companies and associations within the industry. Active participation in local business networks and industry groups provides for SMEs several advantages such as availability of common resources, exchange of knowledge as well as possibilities. . For example, engaging with industry associations can offer valuable insights into market trends, regulatory updates, and best practices. Networking with other businesses also facilitates partnerships and collaborations that can lead to new business opportunities and shared initiatives. This collaborative approach helps SMEs build strong relationships within their industries and enhances their ability to respond to market demands and challenges effectively.

Resource Availability: Among the problems mentioned, constraints in the availability of resources mainly skilled labor has been identified as a major challenge by 11 respondents. Recruitment and retention of qualified workforce with the required skills and experience is a major concern to SMEs meaning the organizations' operational efficiency and the attainment of business goals and objectives. It can be seen that the shortage of skill essential workforce can affect nearly all areas of business execution and value chain, be it in manufacture, assembly or service provision, research and development or support services, and strategic customer interaction. Some of the measures being employed by SMEs include introducing employee training and development programs or courses, collaborating with education institutions or providing employees with competitive remunerations so as to support their acquisition of the skills required in particular fields. It is important to guarantee the availability of skilled employees that will help keep operations efficient and sustain business development.

Supply Chain Management: Supply chain has become an important concern for 14 participants, especially because of the crises that affect the whole world and lead to the delays and higher costs. Various crises such as the COVID-19 outbreak as well as other crises around the world have brought to light various other risks in the supply chain which results in availability and the cost of the raw material, the components, and finally the products. There are key supply chain risks that affect SMEs, such as; The recent following issues have been a concern to most SMEs; In order to avoid these risks, 8 of the respondents have implemented this countermeasures including a diversification of suppliers, building up inventories, and looking for alternatives for sourcing. All these measures assist in mitigating risks such as reliance on a single source of supply, creates supply chain reliability and organizational business continuity.

Strategic Approaches: Besides diversification and inventory management, other techniques which are being adopted by the SMEs to improve their supply chain are: This involves spending on systems which make the supply chain more efficient ranging from inventory management systems to logistics systems. The other ways of supply management include improving working relationships with the important suppliers, and maintaining back up strategies. Therefore, through the anticipation

of the supply chain related issues, the SMEs will be in a better position to control risks, and ensure that the operations are stable.

Overall Impact: The interaction between collaboration, resources and supply chain has profound implication on the overall performance and robustness of SMEs. Thus, the companies that have better chances in reacting to challenges and responding to opportunities are those that seize collaboration opportunity, control the resources and develop efficient supply chain. This is because the capacity to relocate and address such factors is crucial if the business has to kick-start the necessary growth processes and, therefore post decent success in a highly volatile business environment.

As key areas of development, sustainability, networking, as well as government support, were also identified in the modern development of animation.

This paper identifies the main factors affecting the performance and prospects of SMEs in Azerbaijan, namely such aspects as sustainability, networking, and government support. They all have their importance in designing business models and in creating the proper climate for enterprise formation.

Sustainability and corporate social responsibility (CSR) are the most popular issues in today's business environment. Of the respondents 32 percent have gone further to embrace change that practice sustainable programs in their business. These practices may compose of measures to improve efficiency of energy usage, cutting of wastage, and the modalities of conducting business that is ecological. For instance, there are SMEs that have installed energy efficient gadgets like LEDs and energy efficient gadgets and equipment; and managing wastes. Further, some organizations have adapted to reporting on sustainability and are interested in having certifications to showcase their commitment on sustainability. Integrating of CSR best practice also assists SMEs to achieve legal comprehensiveness while reducing their negative impact on the environment, besides building a good brand image among the environmentally conscious consumers.

Government Support: The findings concerning the levels of support rendered by government to SMEs are inconclusive among the respondents. According to 14 respondents, they are satisfied with the recent governmental actions toward sponsoring the small and medium-sized businesses. Such measures are usually in form of funding schemes, provisions of tax reliefs as well as measures relating to ease of doing business that aim at stimulating business development and creativity. For instance, government loans and subsidies enable business to seek capital for expansion and growth while tax credits for the reduction of operating costs.

Strategic Adaptation and Innovation: Therefore, the future prospects of the SMEs increases in the emerging international markets by considering its capabilities to manage changes in the emerging market as an innovation success factors. Some of the factors that will help companies to perform better include; ability to adopt advanced technology, commitment in research and development and the ability to use new strategies that fit in the market. They will also facilitate SMEs' ability to respond to new opportunities and manage change that is at the core of the competitive environment that is increasing in turbulence and volatility.

CONCLUSION

The findings of this investigation should be useful for understanding the present business conditions in Azerbaijan through the opinions of 32 SMES' top managers/CEOs at least. The study further reveal organizational struggle such as economic issues, regulatory issue and competitive forces that affect local business. That said, it is clear that SMEs are in a process of recovery from the impact of economic downturn, and forward-looking factors are optimistic, based on innovation, sustainability, and being collaboration-oriented. The study therefore suggests that there is need for the government and the business community to continue supporting SMEs in Azerbaijan.

References:

1. Bayramov, V., Hasanov, R., Aghayarli, L., Kadyrov, Z., Aghahasanli, I., & Isayev, S. (2017). A comparative study on development of small and medium enterprises (SMEs) in Azerbaijan. SSRN. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3485576>
2. Aliyev, S. (2019). Problems and opportunities for leveraging SME finance through value chains in Azerbaijan (No. 973). ADBI Working Paper Series. <https://www.adb.org/publications/problems-opportunities-sme-finance-azerbaijan>
3. Mammadov, H. (2024). The trend and sustainability of SMEs: The case of Azerbaijan. In Place based approaches to sustainability volume II: Business, economic, and social models (pp. 63-78). Springer Nature Switzerland.
4. Amalia, M. M., Sipayung, B., & Rustiawan, I. (2023). Business risk management using strengths, weaknesses, opportunities, and threats in small businesses. *Journal of Management Science (JMAS)* , 6(1), 125-131. <https://doi.org/10.1234/jmas.v6i1.12345>
5. Guliyev, M. (2020, July). Accelerating economic diversification in Azerbaijan: Challenges, shaping prospects. In 56th International Scientific Conference on Economic and Social Development–Aveiro. https://www.esd-conference.com/paper_abstracts.php
6. Ahmadov, F., & Valiyev, J. (2019). The evaluation of small and medium enterprises' role in the economic development of Azerbaijan. *Economic and Social Development: Book of Proceedings* , 397-408. https://www.esd-conference.com/book_of_proceedings.php
7. Vagif, J. H. (2021). An analysis of SMEs' market in the history of Azerbaijan. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 129, p. 09006). EDP Sciences. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202112909006>
8. Nejadirani, F., Behraves, M., & Rasouli, R. (2011). Developing countries and electronic commerce: The case of SMEs. *World Applied Sciences Journal*, 15(5), 756-764. <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2011.15.5.2925>
9. Lewandowska, A., Bilan, Y., & Mentel, G. (2021). The impact of financial innovation investment support on SME competitiveness. *Journal of Competitiveness*, 13(1), 60-77. <https://doi.org/10.7441/joc.2021.01.04>
10. Koporcic, N., Sjödin, D., Kohtamäki, M., & Parida, V. (2024). Embracing the “fail fast and learn fast” mindset: Conceptualizing learning from failure in knowledge-intensive SMEs. *Small Business Economics*, 1-22. <https://doi.org/10.1007/s11187-023-00712-0>
11. Chakabva, O., & Tenenge, R. K. (2023). The relationship between SME owner-manager characteristics and risk management strategies. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1), 100112. <https://doi.org/10.3390/joitmc9010112>
12. Braun, V., & Clarke, V. (2023). Toward good practice in thematic analysis: Avoiding common problems and becoming a knowing researcher. *International Journal of Transgender Health*, 24(1), 1-6. <https://doi.org/10.1080/26895269.2023.1234567>
13. Erdmann, A., & Potthoff, S. (2023). Decision criteria for the ethically reflected choice of a member check method in qualitative research: A proposal for discussion. *International Journal of Qualitative Methods*, 22, 16094069231177664. <https://doi.org/10.1177/16094069231177664>

T.H.Kişizada

doktorant, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
ORCID 0009-0009-8340-840X

**Azərbaycanda yerli biznes müəssisələrinin biznes mühitinin təhlili:
KOB rəhbərləri ilə aparılan 32 dərin müsahibənin təhlilindən
əldə edilən müəyyən nəticələr**

Xülasə

Bu elmi iş Azərbaycanda müxtəlif sektorlar üzrə KOB-ların baş menecerləri və icraçı direktorları ilə 32 keyfiyyət tədqiqatı müsahibələri vasitəsilə toplanmış sahə məlumatlarına əsaslanır. Tədqiqat KOB-lara təsir edən əsas iqtisadi, tənzimləyici və texnoloji amilləri araşdıraraq yerli biznes mühitinə diqqət yetirir. Tədqiqat bu kontekstdə KOB-ların üzləşdiyi cari, unikal çətinlikləri araşdırır və bu müəssisələrin bu cür maneələri necə aşması barədə fikir verir. Azərbaycan KOB-larının təcrübəsinin təfərrüatlı təhlili bu problemlərin aradan qaldırılması üçün istifadə olunan əsas yanaşmaları vurğulayır. Tapıntılar KOB-ların yerli bazarda necə uyğunlaşdığını və inkişaf etdiyini daha yaxşı başa düşməyə kömək edir. Bundan əlavə, tədqiqat strateji biznes təcrübələrini təkmilləşdirmək üçün tövsiyələr təklif edir. Ümumilikdə, tədqiqat Azərbaycanın KOB mənzərəsi haqqında mövcud anlayışı artırır və gələcək biznes inkişafı haqqında məlumat verir.

Açar sözlər: KOB, Azərbaycan, biznes mühiti, iqtisadi qeyri-müəyyənlik, texnoloji uyğunlaşma.

Т.Г.Кишizada

докторант, Азербайджанский Государственный Экономический Университет
ORCID 0009-0009-8340-840X

Анализ бизнес-среды местных предприятий в Азербайджане: определённые выводы, сделанные на основе анализа 32-х углублённых интервью с руководителями и генеральными директорами МСП

Резюме

Данная научная работа основана на полевых данных, собранных в ходе 32 качественных исследовательских интервью с генеральными менеджерами и исполнительными директорами МСП в различных секторах Азербайджана. Исследование фокусируется на местной деловой среде, изучая ключевые экономические, нормативные и технологические факторы, влияющие на МСП. В исследовании рассматриваются текущие уникальные проблемы, с которыми сталкиваются МСП в этом контексте, и дается представление о том, как эти предприятия могут преодолеть такие препятствия. Детальный анализ опыта азербайджанских МСП выделяет основные подходы, используемые для преодоления этих проблем. Полученные результаты способствуют лучшему пониманию того, как МСП адаптируются и процветают на местном рынке. Кроме того, в исследовании предлагаются рекомендации по улучшению стратегической деловой практики. В целом, исследование расширяет нынешнее понимание ландшафта МСП Азербайджана и дает информацию для будущего развития бизнеса.

Ключевые слова: МСП, Азербайджан, бизнес-среда, экономическая неопределенность, технологическая адаптация.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-201-207>

T.A.Asadova
master student, Azerbaijan State University of Economics (UNEC)
turan.asadova01@gmail.com

Məqalə redaksiyaya təqdim olunub 08.10.2024

The article was submitted to the editorial board on 08.10.2024

Статья передана в редакцию 08.10.2024

WOMEN IN LEADERSHIP: OVERCOMING THE GLASS CEILING

Abstract

The glass ceiling is a pervasive barrier that prevents women from advancing to leadership positions across sectors, despite their qualifications and capabilities. The paper will debate that even on this modern date, multifaceted challenges are still faced by women through cultural stereotyping, workplace discriminations, shortages of mentorship, and difficulties in balancing lives. All these put together give rise to the enabling environment in which women, in pursuit of leadership, experience entrenched gender inequalities. Other topics that were covered under the article include comprehensive strategies on inclusion and diversity, including mentoring programs, family-friendly policies, and training on unconscious bias. The bottom line is that breaking through this glass ceiling is not an issue concerning women alone, but one in regard to society: society needs to wake up to realize that leadership has got to be diverse and representative of the society. The Call to Action is thus unto every citizen, every organization to stand up and remove all obstacles and open the way for women to climb up the ladder of leadership into an enabling future.

Key words: *glass ceiling, leadership, barriers, cultural norms, workplace discrimination, career development.*

INTRODUCTION

Over the last decades so much was done in the name of reaching gender equity in so many spheres, more women than ever received higher education and joined the labor force-with all those steps forward. Yet, one persistent issue remains: the glass ceiling. The term standing for invisible barriers that block women's ways to the positions of leadership however qualified they are or however successful. The concept has struck whereby an increasing number of women claim their rightful place in decision-making roles at all levels of life. Most of them still face systemic inhibitions one or another way. Basically, a glass ceiling is not an individual problem; it is deeply structural in nature-a condition of cultural norms, organizational practices, and general expectations from society. The traditional gender roles have resorted more to trying to ensure the woman stays in the house. Most societies still go ahead to stipulate what females are supposed to behave and aspire towards. Such imbedded perceptions do spill over into the workplace environment, whereby many women can be denied opportunities for promotion or leadership despite their competence and experience.

Other facilitating factors that would relate to the glass ceiling would include all those issues relating to discrimination at the workplace. Generally, various studies have been able to establish that there is discrimination against women right from the time of recruitment or performance appraisal. This may be overtly evident in most overt situations of gender discrimination or subtle, where the woman is assumed to be less dedicated to work simply because she has children. In this manner, not only is a woman's potential being belittled, but beliefs such as those associating leadership with men

are born. Hence the vicious circle: fewer woman managers therefore means fewer examples and role models for potential women managers.

They need to break that glass ceiling, which is provocative not only of equality but also of innovation and creativity, hence progress in its entirety. Such leading teams do need diversity so that decisions and performance are rich through bringing into play new light and ideas from people coming from another background and experience. It is in sharing this potential that the organizations open up opportunities, hence benefiting everybody by creating more opportunities for the women leaders. This struggle with the glass ceiling will only be fully overcome with much effort in many levels: the cultural, organizational, and policy levels. Although these immense benefits have been accrued in the recent past, women still continue to face formidable challenges as far as access to positions of leadership are concerned. Working together to break down such barriers provides a level playing ground upon which the woman can achieve the best as leaders and contributes to individuals, business, and society in general. This is not a 'woman problem' but a societal duty that demands the binding commitment of all stakeholders if positive change is to be enforced.

ANALYSIS

While unprecedented gains have been realized in education and, indeed, the employment of women, obstacles to female advancement remain part of social mores, cultural expectations, and systemic discrimination. Understanding something at its root means to see a greater understanding of how the obstacles on the paths to leadership positions change and how the climate becomes more acceptable to them. This is an argument with which structures of society have clung for a long time—that leadership in whatever form is monopolized by men. It is a question of traditional gender roles, ordaining that for many years' women must put domestic duties ahead of career aspirations and hence restrict opportunities for education and professional work by women. To this has been added the fact that most leadership positions throughout history have been filled by men, a self-reinforcing cycle wherein their capabilities are underestimated. Most cultures are still socializing women in ways that discourage assertiveness and ambition while reinforcing stereotypes of them as less competent or less committed. These cultural attitudes influence perceptions about the place of women in the workplace and, thus, affect decisions on hiring and promotion with consequences of increased friction for the glass ceiling.

Probably reinforcing this phenomenon of the glass ceiling element as the most potent single factor is workplace discrimination. More often than not, women bear the brunt of all sorts of blatant and subtle biases that do much harm to their upward mobility. Features such as recruitment, performance evaluation, and promotion in which women usually find themselves at a disadvantage have been brought out clearly by several studies. Unconscious bias no doubt plays a great role in that dynamic, wherein decisionmakers favor the male candidates unconsciously for deep-seated stereotypes about who should be leading. It could show itself in everything from performance evaluation criteria to assumptions because of family status. They are further to work under the binding factor of being superior to their male counterparts, which factually works as an inhibiting element in accessing higher levels of positions in leadership. For example, targeted in evaluation processes with regard to the same behaviors or performances expected, the case would normally be that women get judged more strictly than men. This is because of the fact that such perception furthers the view that women make worse leaders and hence their oppression would be warranted.

The avenues of mentorship and networking, one of the most important avenues concerning career development for budding leaders; this avenue is most of the time not accessible to many of the women. Unfortunately, most networking opportunities happen to fall in places where men are predominant. They thus manage to establish for themselves an informal network of relationships and contacts which, more than likely, would continue to keep women at a disadvantage. A couple of females at the managerial levels worsen this situation; the affected models, mentorship, and

sponsorship, and most of them lack the requisite skills for effective management of their careers. Insight gained from the journey and topmost echelons of leadership during mentorship will be important in building confidence that may see one aspire to such a lofty career path. It is, therefore, an organizational responsibility to ensure that aspiring women are matched through formal mentorship programs with established mentors who can sponsor their success.

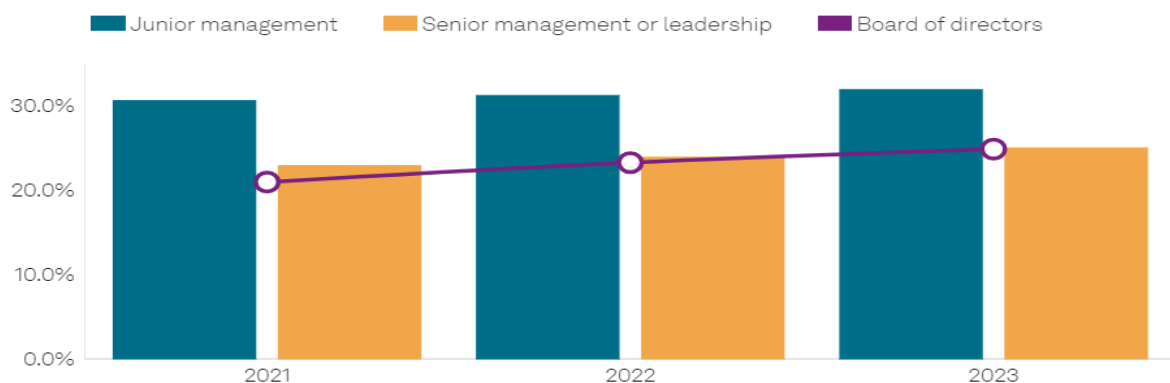
Work-life balance challenges pose major barriers to maintaining the glass ceiling. As family commitments often weigh more heavily on women, balancing career ambitions with domestic responsibilities can be challenging. That puts one between the very hard decision of career development and meeting expectations at the family level. This is the dilemma that an unyielding workplace, which does not consider working parents' needs, helps to build up. It is a fact that more often than not, drives women to take that extra step away from leading positions. That is where the organization has to come in with policies that allow a woman in high-ranking positions of leadership to balance demands at work and in the family. These could be flexible hours, facilities to work from home, or even more comprehensive parental leaves. By addressing institutional barriers-such as inflexible work hours, lack of mentorship, and insufficient support for work-life balance-organizations can create a more equitable environment.

Cultures receiving little value in diversity and inclusion provide less support and value contributions made by the female gender. Challenges on promotion confronted by the women if their equality of gender is incomplete. The equality of gender, therefore, affirms that their wide-based approach to diversity and inclusion strategy focuses on equal opportunities in hiring and promotion. Only setting measurable goals about diversity, and monitoring those things, will keep an organization responsible for the workplace culture of inclusion-let alone say anything about the policies that are important against discrimination in one's workplace. Indeed, to this date, some countries have done much, even to actually write the laws on the books which promote gender equality; enforcement of such laws can be spotty at best. They are, therefore, driven to devise a legal machinery that gives them protection against discrimination, all aimed at equal opportunity for women, whether in leadership positions or those with intentions of holding such offices. Most of the argued questions relate to one important aspect: that of gender diversity within job positions at corporations. What the statistics indicate clearly is that while much effort may be exerted in accommodating inclusiveness, continuous one-gap-in representation occurs as women go up the ladder. This goes to show how barriers make it hard for women to realize positions of higher levels and affirms the need to further promote equality at the workplace.

Chart 1.

Women still hold a small share of corporate leadership positions

Share of women in junior management, senior management and board roles across sectors



Source: [https://www.spglobal.com/esg/insights/featured/special-editorial/women-in-leadership- what-s-the-holdup](https://www.spglobal.com/esg/insights/featured/special-editorial/women-in-leadership-what-s-the-holdup)

Statistics of women in management positions clearly denote one thing: the more senior the positions are the smaller the percentage of women. Again, it depicts the fact that at every higher step further up within an organizational hierarchy, a lesser proportion of women can be seen. Today, globally less than a third-32 percent-of management positions are occupied by women. Even in those industries where junior levels have larger percentage females, leadership positions held by women are fewer. This perhaps might be a foreboding indication of the biases that women face while going up the ladder. Of these, 47% are women entrants while this goes down to 39% at the manager level. These further go down to 36% for senior managers/directors, 34% for vice-presidents, and 28% for senior vice-presidents. That represents only 27% on a full basis at the C-suite level. This would most definitely suggest how much more barriers have yet to be crossed and what advantages are yet to be had inside the corporate ladder in pursuit of gender diversity.

Yet, the percentage of females holding managerial positions varies within the Asia-Pacific region but doesn't reach beyond 50 percent. The countries having the highest number in the management level include: Singapore which is at 42%, Australia at 33%, and India at 18%. Whereas 68% of women constitutes the workforce in the Australian hospitals and health facilities, fewer hold the leadership positions at 52%. Though this is over 50%, this only equates to three-quarters of the total in the sector. Even as differences continue to emerge in the ICT sector of the countries under consideration; Singapore Technology showed that females composed 44% of the workforce, although only 35% held management positions or above.

Whereas the women were 39% in Singapore in the total number of positions that make up the education sector, it comprises only 29% of the leadership in Singapore, while in Australia, the corresponding figures were 57% of all of the roles and 45% of the leadership roles. Priced more succinctly, the same figures showed that in Singapore women held 41 percent of all the positions with 19 percent holding all positions at a leadership level, whereas those in Australia held 44 percent of all the positions and 29 percent of leadership. For example, they hold 63 percent of the positions while for leadership positions they are 34 percent in Singapore. They hold 68% of all the jobs while in Australia and hold 52% while in leadership positions. According to the industry-wise breakup reported by Technology in Singapore, women were holding all the roles at 35%, holding leadership positions at 19%, while for Australia, it goes higher-44% holding all the roles and 27% holding leadership positions. However, again the manufacturing sector takes the lead: women in Singapore take 35 percent of the total and 19 percent in top-echelon posts, 37 percent of the total numbers against 27 percent in Australia. As a matter of fact, it is underlined even more-the very problem of gender equality in top-ranked positions is outlined even in those very industries where women can be well-representative in the general workforce. That is, those policies directed at their career development into the leadership levels become very important.

Of course, any solution for glass ceiling has so many layers and requires contributions on an individual level organizational and policy levels. First and foremost, this would involve challenging and changing those cultural attitudes perpetuating gender-based discrimination. Besides propagating gender equality, it would be an attitudinal change in the approach of society toward the roles of females both at workplaces and in personal life. Education also aids in the process of raising insight into gender bias and its effects that may thus help in bringing up the future generations with more inclusive thinking. Any approach employed in combating the glass ceiling must be able to bring about changes in culture for the understanding of positions that women hold in leadership.

Public creation through campaigns is an important avenue that breaks stereotype and brings awareness on diverse leadership. Open debate created in regard to gender equality at workplaces and society must be in a position to break barriers responsible for glass ceilings. Since men are usually the decision-makers, they can hence contribute a lot to weighing in to an inclusive environment. Such programs target the women in preparing them with relevant skills and confidence needed to progress

by training in leadership styles, negotiations, and strategic thinking. That follows, then, that in those areas where there are shortfalls in skills and what is expected by top leadership positions, it needs bridging of the gap. The battle against the glass ceiling requires a multi-faceted approach. It therefore requires that the playing field must be leveled up by the individual, organizations, and policy makers, leaving no obstacles along the way to women leadership. This opens up the road to development for women, and that attaining gender parity in leadership cadres is not a woman's cause, but everybody's cause. Organizations are also called upon to be more affirmative in developing jobs. This would involve various practices in diversity and inclusion related to hiring and promotion, training to increase awareness about unconscious bias, and formal mentorship programs to help women establish the contacts they need to help them in their careers. It is a fact that these kinds of corporate initiatives benefit not only the women themselves but can indeed enhance organizational performance through the various perspectives brought into a discussion.

Equally important in demolishing these barriers to the glass ceiling are policy changes at the governmental level. Laws that aim at family-friendly workplace practices facilitate on-site child care facilities, parental leaves, and flexibility in work arrangements that would enable them to balance career goals with family responsibilities. Anti-discrimination laws will save them from biases in hiring and promotion by offering them equal employment opportunities.

RECOMMENDATIONS

Recommendations that can be given in terms of overcoming glass ceilings that will help women come into positions of leadership include the following:

Diversity and Inclusion Initiatives: Organizations have to formulate and implement suitable policies regarding diversity and inclusion. While the policies may ensure hiring, they should also ensure retention and promotion of women into the rank, probably by setting targets for diversity and monitoring progress.

Mentorship Programs: Every organization needs to create a formal system where, with the guidance of a mentor or role model, there needs to be a focused plan for the aspiring females towards leadership. These can help them in getting the proper mentoring, networking, and sponsorship, which may be needed in moving ahead in their career.

Family-friendly policies: The company must provide flexibility in work, along with adequate parental leave, to facilitate the male and female employees in maintaining a better life. By doing so, it will keep the atmosphere friendly for all employees.

Legal protection: What are required are more stringent laws against sex discrimination, and equal opportunity for women in commanding positions. These are not only to be enacted but also to be enforced. Scrutiny of organizational practices on a regular basis could serve as a way to hold organizations accountable for their results, including the representation and involvement of women in high ranking positions.

Awareness and Advocacy: Discussing gender equality within the organization will help usher in an inclusive culture. Public campaigns on gender bias and roles of women in leadership might help change the society's attitude towards them.

By the time these recommendations begin to be put into practice, they will rip off the glass ceiling bit by bit and eventually give women a level playing field for participation in decision-making positions. It's not about knocking down the barriers that have long held women back from leadership, but rather bringing in the very valuable perspectives and talents females can give to an organization and society at large. It will be a long journey, but through determination and collaboration, meaningful change finally tears down the glass ceiling once and for all.

CONCLUSION

The glass ceiling is an imposing obstacle, standing often in the way of the advancement of women through sectors representative of interacting historical, cultural, and institutional forces.

While much improvement has taken place at both the educational and participation levels, significant obstacles still confront women in their quest for entry into leadership positions. These are not limited to continuous stereotyping, job-place discrimination, lack of mentorship, and challenges of work-life balance that culminate and make life even more difficult for the ladies in their pursuit of leadership positions. These are not only crucial issues in the interest of gender equality but also in the pursuit of better organizational performance and social welfare. After all, women in leadership positions bring diversity of views, secure innovation, and hence improvement in decision-making both within organizations and society at large. Changes require holistic efforts in questioning organizational restructuring on the lines of diversification and inclusiveness, questioning the cultural way of doing things, and setting up an enabling environment for women. This could be further enabled through mentorship opportunities, a family-friendly policy, and strong legal protection against discrimination in encouraging and empowering more and more women to take up leadership positions. Awareness and frank discussion regarding gender equality would help break down biases enforcing the glass ceiling.

Ultimately, breaking the glass ceiling is not a problem of women, but an imperative commitment by society at personal, organization, and government levels. In so doing, we will be in a better position to bring about a future in which the composition of leadership reflects the makeup of our society and enables everyone, regardless of gender, to bring forth their talents and insights into the decision-making process shaping our world. This is an equality in leadership that may take time but is well worth it for all concerned.

Literature:

1. Parsons, N. E. (2019). "Women Are Creating the Glass Ceiling and Have the Power to End It". Women Speakers Association.
2. Jalalzai, F. (2013). "Shattered, Cracked, Or Firmly Intact? Women and the Executive Glass Ceiling Worldwide". OUP USA.
3. Ferrary, M., & Déo, S. (2023). "Gender diversity and firm performance: when diversity at middle management and staff levels matter". The International Journal of Human Resource Management Volume 34, 2023 - Issue 14.
4. Pereira, E. T., Paoloni, P. (2019). Handbook of Research on Women in Management and the Global Labor Market. IGI Global.
5. Purcell, D., Macarthur, K., & Winterwood, S. (2010). "Gender and the Glass Ceiling at Work". Sociology Compass 4(9):705 – 717.
6. Labate, B., Skinta, M. D., Williams, M. T., Faber, S. (2024). Power, Discrimination, and Privilege in Individuals and Institutions. Frontiers Media SA.
7. Broadbridge, A. M., Fielden, S. L. (2015). Handbook of Gendered Careers in Management. Edward Elgar Publishing.
8. Sunaryoa, S., Rahardiana, R., Risgiyantia, Suyonoa, J. and Ekowat, D. (2024). "Leader-member exchange and glass ceiling: the effects on career satisfaction and work engagement". Cogent Business & Management.
9. Kapoor, D., Sardana, T., Sharma, D. (2021). "Women as leaders: a systematic review of glass ceiling and organisational development". International Journal of Indian Psychology 9(1):572-591.
10. <https://www.spglobal.com/esg/insights/featured/special-editorial/women-in-leadership-what-s-the-holdup>, 2024
11. <https://www.catalyst.org/research/women-in-leadership/>, 2020
12. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/diversity-and-inclusion/women-in-the-workplace>, 2024.

T.A.Əsədova

magistrant, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC)

Liderlikdə qadınlar: “şüşə tavan” maneəsinin öhdəsindən gəlmək

Xülasə

Şüşə tavan - qadınların ixtisas və imkanlarına baxmayaraq, sektorlar üzrə liderlik vəzifələrinə yüksəlməsinə mane olan geniş bir maneədir. Məqalədə müzakirə olunur ki, hətta bu müasir tarixdə belə, mədəni stereotiplər, iş yerində ayrı-seçkiliklər, mentorluq çatışmazlığı və həyatları tarazlaşdırmaqda çətinliklərlə bağlı çoxşaxəli problemlər hələ də qadınlarla üzləşir. Bütün bunlar bir araya toplanmış qadınların liderliyə can ataraq möhkəm gender bərabərsizliyini yaşadıkları əlverişli mühit yaradır. Məqalədə əhatə olunan digər mövzulara hərtərəfli strategiyalar, o cümlədən mentorluq proqramları və şüursuz qərəzliliyə dair təlimlər daxildir. Nəticə budur ki, bu şüşə tavanı sındırmaq təkcə qadınlara aid deyil, bütün cəmiyyətə aid məsələdir. Cəmiyyət ayağa qalxmalı, bütün maneələri aradan qaldırmalı və qadınların əlverişli gələcəyə doğru liderlik nərdivanını qalxması üçün yol açmalıdır.

***Açar sözlər:** şüşə tavan, liderlik, maneələr, normalar, iş yerində ayrı-seçkilik, karyera inkişafı.*

T.A.Асадова

*магистрант, Азербайджанский Государственный Экономический
Университет (UNEC)*

Женщины в лидерстве: преодоление «стеклянного потолка»

Резюме

Стеклянный потолок - это всепроникающий барьер, который мешает женщинам продвигаться на руководящие должности в разных секторах, несмотря на их квалификацию и способности. В статье обсуждаются вопросы о том, что даже в наши дни женщины по-прежнему сталкиваются с многогранными проблемами из-за культурных стереотипов, дискриминации на рабочем месте, нехватки наставничества и трудностей в балансировании жизни. Все это в совокупности создает неблагоприятную среду, в которой женщины, стремясь к лидерству, сталкиваются с укоренившимся гендерным неравенством. Другие темы, которые были затронуты в статье, включают комплексные стратегии по инклюзивности и разнообразию, включая программы наставничества, политику, благоприятную для семьи, и обучение бессознательной предвзятости. Суть в том, что прорыв этого стеклянного потолка - это проблема не только женщин, но и общества: общество должно осознать, что лидерство должно быть разнообразным и репрезентативным для всего общества. Таким образом, статья включает в себя призыв к действию, который обращен к каждому гражданину, каждой организации, чтобы они устранили все препятствия и открыли путь женщинам для восхождения по лестнице лидерства в благоприятное будущее.

***Ключевые слова:** стеклянный потолок, лидерство, барьеры, культурные нормы, дискриминация на рабочем месте, развитие карьеры.*

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-208-213>

N.S.Əliyeva
i.ü.f.d., Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti
ORCID 0000-0001-5845-8565
nigar24-87@mail.ru
F.R.Məmmədova
magistrant, Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti
memmedovafatime149@gmail.com
N.İ.Xanməmmədova
magiatrant, Azərbaycan Dövlət Universiteti
Shamxalkhan@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 03.09.2024

The article was received by editorial board on 03.09.2024

Статья принята к печати 03.09.2024

BİZNESDƏ LOGİSTİKA VƏ TƏHCİZAT ZƏNCİRİNİN İDARƏ EDİLMƏSİ

Xülasə

Logistika tədarükçülərdən son istehlakçılara malların, məlumatların və resursların axınının idarə edilməsidir. Buraya daşınma, anbar, inventar idarəetmə və sənədlərin idarə edilməsi kimi funksiyalar daxildir. Təchizat zəncirinin idarə edilməsi (SCM) xammalın alınmasından hazır məhsulların çatdırılmasına qədər bütün mərhələlərin əlaqələndirilməsidir. SCM təchizatçıların idarə edilməsi, istehsalın planlaşdırılması, tələbin proqnozlaşdırılması, həmçinin risklərin minimuma endirilməsi və innovasiyaları əhatə edir. Səmərəli logistika və SCM xərcləri azaldır, müştəri məmnuniyyətini artırır və müəssisələr üçün rəqabət üstünlüyü təmin edir.

Açar sözlər: logistika, mallar, məlumatlar, idarəetmə, təchizat zənciri, biznes.

GİRİŞ

Logistika və təchizat zəncirinin idarə edilməsi istənilən uğurlu biznes əməliyyatının vacib komponentləridir. Onlar malların, xidmətlərin və məlumatların mənşə nöqtəsindən istehlak nöqtəsinə qədər hərəkətinin planlaşdırılmasını, həyata keçirilməsini və nəzarətini əhatə edir. Bu bölmə logistika və təchizat zəncirinin idarə edilməsi ilə bağlı əsas prinsipləri və əsas elementləri aydınlaşdırmaq məqsədi daşıyır.

Logistika - müştəri tələblərinə cavab vermək üçün malların, xidmətlərin və əlaqəli məlumatların mənşə nöqtəsindən istehlak nöqtəsinə qədər səmərəli və effektiv axınının və saxlanması planlaşdırılması, həyata keçirilməsi və nəzarəti prosesinə aiddir.

Təchizat Zəncirinin İdarə Edilməsi (SCM) - eyni istehlakçıya və ya müştəriyə xidmət göstərmək üçün birbaşa və ya dolayısı ilə bir-biri ilə əlaqəli və bir-birindən asılı olan bütün qurumlar şəbəkəsinin idarə edilməsini əhatə edir.

Onun əsas komponentləri aşağıdakılardır:

- satınalma: təchizatçılardan xammal və ya komponentlərin alınması\$
- istehsal: xammalın hazır məhsula çevrilməsi\$
- paylaşım: məhsulların son istifadəçilərə və ya pərakəndə satış yerlərinə çatdırılması\$
- inventar idarəetmə: müştəri tələbatını ödəmək üçün optimal ehtiyat səviyyələrinin saxlanması.

Onun əsas funksiyaları aşağıdakılardır:

- nəqliyyat: malların daşınması üçün hava, dəniz, dəmir yolu və avtomobil yolu kimi müxtəlif üsulları əhatə edir;
- anbar təsərrüfatı: malların istehsal və ya satış üçün lazım olana qədər saxlanması;
- sifarişin yerinə yetirilməsi: sifarişlərin qəbulu, işlənməsi və müştərilərə çatdırılması prosesi;
- tələbin planlaşdırılması: müştərinin tələb və təklifi effektiv şəkildə tarazlaşdırmaq ehtiyaclarını gözləmək [10, 395].

Effektiv logistika və SCM resurs istifadəsini optimallaşdırmaq və prosesləri sadələşdirməklə əməliyyat xərclərini azaltmağa kömək edir. Vaxtında və dəqiq çatdırılma müştəri məmnuniyyətini və sədaqətini təmin edir. Üstün logistika və SCM əməliyyatları olan şirkətlər bazar dəyişikliklərinə və müştəri tələblərinə daha tez cavab verə bilər. Logistika və təchizat zəncirinin idarə edilməsinin əsaslarını başa düşmək səmərəliliyi artırmaq, xərcləri azaltmaq və bugünkü dinamik bazar mühitində rəqabətə davamlı qalmaq məqsədi daşıyan müəssisələr üçün çox vacibdir. Logistika və SCM-də səmərəliliyi və dəqiqliyi artırmaq üçün Avtomatlaşdırma və AI texnologiyadan istifadə olunur. Davamlı inkişafı təmin etmək üçün, ekoloji cəhətdən təmiz təcrübələrin birləşdirilməsi və karbon izlərinin azaldılmasına diqqət yetirilir. Mürəkkəb qlobal təchizat zəncirlərini səmərəli şəkildə idarə etmək mexanizmləri işlənilib hazırlanır.

1. Müasir biznesdə effektiv logistikanın əhəmiyyəti

Effektiv logistika müasir biznes əməliyyatlarında mühüm rol oynayır. Logistika tədarükçülərdən son istehlakçılara qədər məhsul axınının diqqətli idarə olunmasına diqqət yetirir, həm vaxt, həm də xərclərin səmərəliliyini təmin edir. Optimal logistika menecmenti şirkətin bugünkü sürətli bazarda rəqabət qabiliyyətini gücləndirir. Effektiv logistikanın əhəmiyyətini vurğulayan əsas aspektlərə aşağıdakılar daxildir:

- xərclərin azaldılması: nəqliyyat xərclərinin azaldılması, anbar xərclərinin minimuma endirilməsi və təchizat zənciri əməliyyatlarının sadələşdirilməsi birbaşa şirkətin mənfəətinə təsir göstərir. Effektiv logistika koordinatorları daha yaxşı tariflər üzrə danışıqlar apara və sərfəli nəqliyyat marşrutları hazırlaya bilərlər.

- müştəri məmnuniyyəti: məhsulların vaxtında çatdırılması müştəri məmnuniyyətini qorumaq üçün çox vacibdir. Sürətli və etibarlı çatdırılma xidmətləri etibar yaradır və müştəri təcrübəsini artırır;

- inventarın idarə edilməsi: inventarların düzgün idarə edilməsi sistemləri çoxalma və azlıq ssenariləri riskini azaldır. Effektiv logistika optimal ehtiyat səviyyələrini təmin edir, bağlı kapitalı minimuma endirir və lazımsız xərclərin qarşısını alır;

- qlobal ticarətin asanlaşdırılması: müəssisələr qlobal miqyasda genişləndikcə, səmərəli logistika daha rahat beynəlxalq ticarətə imkan verir. Transsərhəd daşımaların, gömrük prosedurlarının və beynəlxalq qaydalara uyğunluğun səmərəli idarə edilməsi qlobal paylanmanı asanlaşdırır və sürətləndirir [5, 123];

- risklərin idarə edilməsi: effektiv logistika menecmenti potensial pozuntuları müəyyən edir və fəvqəladə hallar planlarını hazırlayır. Təchizat zəncirinin pozulması və ya təbii fəlakətlər kimi riskləri qabaqcadan görmək və azaltmaq əməliyyatların davamlılığını təmin edir və işgüzar nüfuzunu qoruyur;

- davamlılıq: marşrutların optimallaşdırılması və ekoloji cəhətdən təmiz nəqliyyat rejimlərindən istifadə kimi ekoloji cəhətdən davamlı logistika təcrübələri karbon izlərini azaldır. Yaşıl logistika təcrübələrini mənimsəyən şirkətlər təkcə tənzimləmə üstünlükləri əldə etmir, həm də eko-şüurlu istehlakçılara müraciət edirlər;

- texnologiya integrasiyası: GPS izləmə, IoT və süni intellektə əsaslanan analitika kimi qabaqcıl texnologiyalardan istifadə logistikanın səmərəliliyini artırır. Real vaxt rejimində izləmə,

məlumatların təhlili və avtomatlaşdırılmış hesabat daha məlumatlı qərarların qəbul edilməsinə və daha yaxşı resurs bölgüsünə kömək edir [1, 165].

Effektiv logistika idarəçiliyi rəqabət qabiliyyətini qorumaq, müştəri məmnuniyyətini artırmaq və davamlı böyüməyə nail olmaq istəyən müasir müəssisələrin ayrılmaz hissəsidir. Səmərəli logistikanın olmaması əməliyyat səmərəsizliyinə, xərclərin artmasına və bazarda mövcudluğun azalmasına səbəb ola bilər.

2. Təchizat zəncirinin idarə edilməsinin əsas komponentləri

Təchizat Zəncirinin İdarə Edilməsi (SCM) malların və məlumatların fasiləsiz axını təmin edən bir neçə kritik komponentdən ibarətdir. Hər bir komponent əməliyyatları sadələşdirmək, xərcləri azaltmaq və müştəri məmnuniyyətini artırmaq üçün bir-birindən asılı olaraq fəaliyyət göstərir.

✓ Planlaşdırma

- Tarixi məlumatlardan və bazar təhlilindən istifadə edərək gələcək müştəri tələbinin təxmin edilməsi.

- Proqnozlaşdırılan tələbatı ödəmək üçün işçi qüvvəsi, avadanlıq və qurğular daxil olmaqla kifayət qədər resursların təmin edilməsi.

- Saxlama xərclərini minimuma endirərkən tələbatı ödəmək üçün inventar səviyyələrini balanslaşdırmaq [2, 59].

✓ Mənbə

- Xərc, keyfiyyət, etibarlılıq və qabiliyyət kimi meyarlar əsasında təchizatçıların seçilməsi.

- Müqavilələrin müzakirəsi və təchizatçılardan materialların, komponentlərin və xidmətlərin satın alınması.

- Təchizat bazasının performansını optimallaşdırmaq üçün uzunmüddətli, əməkdaşlıq əlaqələrinin qurulması.

✓ İstehsalat

- İstehsal prosesini tələb proqnozlarına, inventar səviyyələrinə və istehsal müddətlərinə uyğunlaşdırmaq üçün planlaşdırmaq.

- İstehsalın keyfiyyət spesifikasiyalarına cavab verməsini təmin etmək üçün standartların və prosedurların həyata keçirilməsi.

- Altı Siqma və Ümumi Keyfiyyət İdarəetmə (TQM) kimi üsullar vasitəsilə istehsal proseslərinin davamlı olaraq təkmilləşdirilməsi [6, 123].

✓ Logistika

- Malların təchizatçılardan istehsal obyektlərinə, anbarlara və müştərilərə hərəkətinin əlaqələndirilməsi.

- Optimal inventar səviyyələrini saxlamaq və sifarişləri səmərəli şəkildə yerinə yetirmək üçün saxlama və paylama mərkəzlərini idarə etmək.

- Sifarişin işlənməsi, qablaşdırılması və göndərilməsini özündə birləşdirərək məhsulların müştərilərə dəqiq və vaxtında çatdırılmasını təmin etmək.

- Məhsulların müştərilərdən satıcılara qaytarılması, çox vaxt təmir və ya təkrar emal üçün geri qaytarılma,

- Müştəri məmnuniyyətini artırmaq və prosesləri sadələşdirmək üçün aydın və müştəriyə uyğun qaytarma siyasətinin hazırlanması [9, 112].

✓ İnformasiya texnologiyaları

- Qərar qəbulunu dəstəkləmək üçün təchizat zənciri məlumatlarının toplanması, saxlanması və təhlili.

- Təchizat zənciri fəaliyyətlərini integrasiya etmək və optimallaşdırmaq üçün Müəssisə Resurslarının Planlaşdırılması sistemlərinin tətbiqi.

- Təchizat zənciri komponentlərinin real vaxt rejimində izlənilməsi və monitorinqini təmin etmək üçün texnologiyadan istifadə.

Təchizat zəncirinin effektiv idarə edilməsi yuxarıda göstərilən komponentlərin dəqiq əlaqələndirilməsini tələb edir. Hər biri əməliyyat səmərəliliyinə nail olmaqda və biznesin uğurunu təmin etməkdə mühüm rol oynayır.

3. Təchizat zəncirinizi sadələşdirməyin faydaları

Təchizat zəncirinin sadələşdirilməsi rəqabət üstünlüyünü qorumaq üçün vacib olan çoxsaylı üstünlüklər təklif edir. Logistika və təchizat zəncirinin idarə edilməsində mürəkkəbliyin azaldılması aşağıdakı faydalarla nəticələnə bilər:

- ✓ Xərclərin azaldılması
 - Proseslərin sadələşdirilməsi tullantıları minimuma endirməklə və səmərəsizliyi aradan qaldırmaqla əməliyyat xərclərini azaltmağa kömək edir.
 - Optimallaşdırılmış inventar idarəetmə artıq ehtiyatların qarşısını alır və saxlama xərclərini azaldır.
 - Konsolidə edilmiş daşımalar və daha səmərəli nəqliyyat marşrutları yükdaşıma xərclərini azaldır.
- ✓ Təkmilləşdirilmiş səmərəlilik
 - Satıcılar, təchizatçılar və müştərilər arasında təkmilləşdirilmiş koordinasiya və kommunikasiya daha rahat əməliyyatları təmin edir.
 - Avtomatlaşdırılmış sistemlər əl ilə müdaxiləni azaldır, prosesləri sürətləndirir və səhvləri minimuma endirir [3, 44].
- ✓ Artan məsuliyyət
 - Daha çevik təchizat zənciri bazar dəyişikliklərinə və müştəri tələblərinə tez uyğunlaşa bilər.
 - Təkmil proqnozlaşdırma və planlaşdırma daha yaxşı resurs bölgüsünə və daha sürətli cavab müddətinə gətirib çıxarır.
 - Daha çox çeviklik məhsulun modifikasiyalarında və yeni məhsulun təqdimatında daha sürətli dönüşə imkan verir.
- ✓ Təkmilləşdirilmiş müştəri məmnuniyyəti
 - Etibarlı və daha sürətli çatdırılma müddətləri müştəri etibarını və sadıqlığını artırır.
 - Təkmilləşdirilmiş məhsul əlçatanlığı və qısaldılmış çatdırılma müddətləri müştəri ehtiyaclarının dərhal ödənilməsini təmin edir.
 - Yüksək xidmət səviyyələri və məhsul keyfiyyəti müştərilərin saxlanma dərəcələrinin artmasına səbəb ola bilər [8, 116].
- ✓ Daha yaxşı Risk İdarəetmə
 - Təkmilləşdirilmiş təchizat zəncirləri daha dəqiq risklərin qiymətləndirilməsi və azaldılması strategiyalarına imkan verir.
 - Hər bir təchizat zənciri bağlantısının görünməsi potensial pozuntuları qabaqcadan görmək və onlara cavab vermək qabiliyyətini artırır.
- ✓ Fövqəladə halların planlaşdırılması daha incə, daha şəffaf sistemlə daha effektiv olur.
- ✓ Davamlılıq
 - Azaldılmış tullantı və optimallaşdırılmış resurs istifadəsi ekoloji davamlılığı dəstəkləyir.
 - Səmərəli logistika təkmilləşdirilmiş nəqliyyat və enerji istehlakı təcrübələri vasitəsilə karbon izlərini azaldır.
 - Davamlı təcrübələr ekoloji cəhətdən şüurlu istehlakçılara müraciət edərək brend reputasiyasını artırır [7, 822].

Bu üstünlükləri biznesin logistika və təchizat zəncirinin idarəçiliyinə daxil etmək onun strateji mövqeyini möhkəmləndirir, uzunmüddətli həyat qabiliyyətini və böyüməsini təmin edir.

4. Logistikada texnoloji tərəqqilər

Sürətlə inkişaf edən logistika sənayesində texnoloji irəliləyişlər mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Avtomatlaşdırma, süni intellekt (AI) və Əşyaların İnterneti (IoT) əməliyyatları dəyişdirir, səmərəlilik yaradır və dəqiqliyi artırır. Şirkətlər rəqabət üstünlükləri əldə etmək və təchizat zəncirinin idarə edilməsini sadələşdirmək üçün bu texnologiyalardan istifadə edirlər.

✓ AI və Maşın Öyrənməsi

- Məlumatların Təhlili Süni intellekt və maşın öyrənmə alqoritmləri böyük həcmdə məlumatları sürətlə təhlil edərək, qərarların qəbulu və proqnozlaşdırılmasına təkan verən təsirli fikirlər təqdim edir.

- Tələb Proqnozu: Bu texnologiyalar tələb meyllərini yüksək dəqiqliklə proqnozlaşdırır, şirkətlərə inventar səviyyələrini optimallaşdırmağa və tullantıları azaltmağa imkan verir.

- Marşrutun Optimizasiyası: Süni intellektə əsaslanan sistemlər çatdırılma üçün ən səmərəli marşrutları müəyyən edərək, yanacaq sərfiyyatını azaldır və vaxtında çatmağı təmin edə bilər [4, 341].

✓ Əşyaların İnterneti (IoT)

- Real-Time İzləmə: IoT cihazları daşınmaların real vaxt rejimində izlənilməsini və şəffaflığı təmin edir, maraqlı tərəflərə malların hərəkətinə nəzarət etməyə imkan verir.

- Proqnozlaşdırılmış baxım: Qoşulmuş sensorlar nəqliyyat vasitələrində texniki xidmətin nə vaxt tələb olunacağını proqnozlaşdırır, dayanma müddətini azaldır və aktivlərin istifadə müddətini uzadır.

✓ Blockchain Texnologiyası

- Blockchain təchizat zəncirlərində şəffaflığı və təhlükəsizliyi artırır. Mərkəzləşdirilməmiş, dəyişməz bir kitabxanı saxlamaqla, blokçeyn əməliyyat məlumatlarının həqiqiliyini təmin edir, fırıldaqçılığı azaldır və uyğunluq proseslərini asanlaşdırır.

✓ Robototexnika

- Avtomatlaşdırılmış anbar: Anbarlarda robototexnika sistemləri yığım, çeşidləmə və qablaşdırma ilə məşğul olur, əmək xərclərini azaldır və səmərəliliyi artırır.

- Drones: Şirkətlər çatdırılma müddətlərini və xərcləri azaltmaq məqsədi ilə son mil çatdırılması üçün dronları sınaqdan keçirir [5, 122].

✓ Bulud Hesablama - Bulud əsaslı platformalar müxtəlif logistik əməliyyatları birləşdirir, genişlənmə və çeviklik təmin edir. Onlar təchizat zənciri üzrə məlumatların fasiləsiz mübadiləsinə imkan verir, əməkdaşlığı gücləndirir və məlumat siloslarını azaldır.

✓ Qabaqcıl analitika - Qabaqcıl analitik alətlər şirkətlərə məlumatlara əsaslanan qərarlar qəbul etməyə imkan verir. Bu alətlər darboğazları müəyyən etməyə, satınalma proseslərini optimallaşdırmağa və logistika iş axınlarını asanlaşdırmağa kömək edir.

Texnologiyanın logistikaya təsiri danılmazdır. Yeni innovasiyalar yarandıqca, onlar logistikanı daha səmərəli, etibarlı və istehlakçı ehtiyaclarına cavab verən hala gətirərək mənzərəni yenidən formalaşdırmaqda davam edirlər.

NƏTİCƏ

Logistika və təchizat zəncirinin idarə edilməsi bizneslərin səmərəli fəaliyyət göstərməsinə, xərclərin azaldılmasına və rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına imkan yaratmaqda mühüm rol oynayır. Bu proseslərin düzgün təşkili şirkətlərə müştərilərə göstərilən xidmətin keyfiyyətini artırmaqla yanaşı, bazardakı dəyişikliklərə çevik uyğunlaşmaq və riskləri idarə etmək imkanı verir. Qloballaşma və rəqəmsal texnologiyaların yüksəlişi ilə logistika və təchizat zəncirlərini optimallaşdırmağa diqqət yetirən şirkətlər biznesin davamlılığı və uzunmüddətli inkişaf imkanları da daxil olmaqla əhəmiyyətli faydalar əldə edirlər.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Autry C.W., Griffis S.E. (2008). Supply chain capital: the impact of structural and relational linkages on firm execution and innovation. *J Bus Logistics* 29 (1): 157–173.
2. Bello D.C., Lohtia R, Sangtani V (2004) An institutional analysis of supply chain innovations in global marketing channels. *Indus Mar Manage* 33(1): 57–64.
3. Bowersox D.J., Closs D.J., Cooper M.B. (2007). Supply chain logistics management. McGraw-Hill, New York.
4. Chapman R.L, Corso M. (2005). Introductory paper from continuous improvement to collaborative innovation: the next challenge in supply chain management. *ProdPlanCon*16(4):339–344.
5. Chen I.J., Paulraj A. (2004). Towards a theory of supply chain management: the constructs and measurements. *J Opera Manage* 22(2):119–150.

N.S.Aliyeva

PhD in Economics, Azerbaijan University of Architecture and Construction
ORCID 0000-0001-5845-8565

F.R.Mammadova

master student, Azerbaijan University of Architecture and Construction

N.I.Khanmammadova

master student, Azerbaijan State University

Logistics and supply chain management in business

Abstract

Logistics is the management of the flow of goods, information, and resources from suppliers to end consumers. It includes functions such as transportation, warehousing, inventory management, and document flow. Supply chain management (SCM) is the coordination of all stages, from the purchase of raw materials to the delivery of finished products. SCM covers supplier management, production planning, demand forecasting, as well as risk minimization and innovation. Effective logistics and SCM reduce costs, increase customer satisfaction, and provide competitive advantages for businesses.

Key words: *logistics, goods, information, management, supply chain, business.*

Н.С.Алиева

д.ф.но э, Азербайджанский Архитектурно-строительный Университет

Ф.Р.Мамедова

магистрант, Азербайджанский Архитектурно-строительный Университет

Н.И.Ханмамедова

магистрант, Азербайджанский Государственный Университет

Логистика и управление цепочками поставок в бизнесе

Резюме

Логистика - это управление потоками товаров, информации и ресурсов от поставщиков до конечных потребителей. Она включает такие функции, как транспортировка, складирование, управление запасами и документооборот. Управление цепочками поставок (УЦП) - это координация всех этапов, от закупки сырья до доставки готовой продукции. УЦП охватывает управление поставщиками, планирование производства, прогнозирование спроса, а также минимизацию рисков и внедрение инноваций. Эффективная логистика и УЦП снижают издержки, повышают удовлетворенность клиентов и обеспечивают конкурентные преимущества для бизнеса.

Ключевые слова: *логистика, товары, информация, менеджмент, цепочка поставок, бизнес.*

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-214-220>

G.E.Mikayılova
magistrant, Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti
mikayılova.gular@mail.ru
ORCID 0009-0006-1381-9471

Məqalə redaksiyaya daxil olub 08.09.2024

The article was received by editorial board on 08.09.2024

Статья принята к печати 08.09.2024

MÜASİR REKLAM STRATEGİYALARININ TURİZM TƏŞKİLATLARININ MÜŞTƏRİ CƏLB ETMƏ QABİLİYYƏTİNƏ TƏSİRİ

Xülasə

Ölkə iqtisadiyyatlarının inkişafında xidmət sektoru daxilində turizm müəssisələri mühüm paya malikdir. Turizm sektoru digər sektorlardan fərqli olaraq ölkə iqtisadiyyatı kontekstində həyata keçirilən innovasiya fəaliyyətlərindən əhəmiyyətli dərəcədə təsirlənir. Turizm sektorunda innovasiya zərurəti son illərdə rəqabətin artırılması, məhsuldarlığın artırılması və bazarda struktur problemlərinin aradan qaldırılması kimi məqsədlər üçün daha da aktuallaşıb. Turizm müəssisələrinin rəqibləri ilə müqayisədə performanslarını artırmağın yolu innovasiya fəaliyyətləri həyata keçirməkdən keçir. Mövcud müştərilərini qoruyan, yeni müştərilər qazanan, sədaqət və sadıqlılığını artıran və müştəriləri üçün dəyər yaradan turizm müəssisələri davamlı rəqabət üstünlüyü əldə edirlər. Xidmət sektorunun davamlı rəqabət üstünlüyü əldə etməsinin ən əsas yolu məhsul və proseslərində innovasiyalar vasitəsilə fərq yaratmaqdır.

Açar sözlər: turizm, müştəri, reklam, məzmun, təşkilat, cəlbətmə, strategiya, innovasiya.

GİRİŞ

Reklam qədim zamanlardan diqqəti cəlb etməyə yönəlmiş ünsiyyət vasitəsi və ya mesaj kimi özlüyündə mövcud olan bir hadisədir. Onun tarixi istehsalın, əmtəə mübadiləsinin, bütövlükdə cəmiyyətin inkişafı ilə sıx bağlıdır. Müasir dünyada reklam möhkəm şəkildə aparıcı mövqe tutmuş və iqtisadi, informasiya-kommunikasiya və ümumi mədəniyyət hadisəsi kimi ön plana çıxır (axı, reklam kütləvi mədəniyyətin ən diqqət çəkən hadisələrindən biridir). Reklam, xüsusən də turizm reklamı, adətən qısa, bədii ifadə olunmuş formada təqdim olunan, emosional yüklənən və potensial istehlakçıların şüuruna turizm məhsulları və turizm müəssisəsi haqqında ən vacib məlumat və faktları çatdıran məlumatları daşıyır.

Reklam, hər hansı digər marketinq kommunikasiya növləri kimi, turizm şirkətinin strategiyasının həyata keçirilməsində mühüm rol oynayır. Cəmiyyətə sosial-mədəni və psixoloji təsir göstərir. Sivil reklam ictimai şüurun manipulyasiyası deyil, özünü inkişaf etdirməyə yönəlmiş müvafiq insan ehtiyaclarının formalaşdırılmasıdır. Reklam istehlakçıya yeni biliklər, təcrübələr verir və alışdan məmnunluğu artırır. Reklamın köməyi ilə turizm müəssisələri yeni bazarlar inkişaf etdirirlər. Reklam rəqabət vasitəsi olmaqla onu gücləndirir, turistlərə göstərilən xidmətlərin keyfiyyətinin yüksəldilməsinə kömək edir.

ƏSAS HİSSƏ

Reklam satışları artırmağa imkan verir. Turizm xidmətlərinin geniş miqyaslı satışı turizm şirkətinə artan gəlir və işçi heyəti üçün layiqli əmək haqqı verir [2].

Marketinq kommunikasiyaları inkişaf etdikcə turizm reklamının strukturlaşdırılması daha mü-

rəkkəb olur. Bu barədə bir çox təsnifat vardır.

Reklamın obyektindən asılı olaraq məhsul reklamı və prestij reklamından danışmaq olar. Əgər məhsul reklamının əsas vəzifəsi turizm məhsuluna tələbat yaratmaq və stimullaşdırmaq, məhsulun üstünlükləri haqqında istehlakçıları məlumatlandırmaqdırsa, o zaman prestijli və ya imic reklamı şirkəti rəqiblərindən müsbət şəkildə fərqləndirən üstünlüklərin reklamıdır. İstiqamətinə görə müəyyən bir ərazidə bir müəssisənin imkanları haqqında hədəf auditoriyaya məlumat çatdırmaq üçün nəzərdə tutulmuş reklam imkanları ilə biznes tərəfdaşlarını bir şeyə olan ehtiyacları haqqında məlumatlandırmaq məqsədi daşıyan ehtiyac reklamını fərqləndirirlər (məsələn, vasitəçilərin cəlb edilməsi, işçilərin iş götürülməsi və s.). Mesajın xarakterindən və xüsusiyyətlərindən asılı olaraq məlumatlandırıcı, inandırıcı və xatırladan reklamlar fərqləndirilir. İnformativ potensial müştərilərə bütövlükdə şirkət haqqında, onun xidmətləri və onların üstünlükləri haqqında məlumat verir. Ən aqressiv reklam növü inandırmaqdır. Onun vəzifəsi müştəriləri reklam olunan məhsulun faydalarına ardıcıl olaraq inandırmaqdır. Nəhayət, xatırlatma reklamı müştəriləri bazarda müəyyən bir məhsulun mövcudluğundan xəbərdar etmək üçün nəzərdə tutulub. Çox vaxt bu, artıq sabit tələbat olan bir məhsuldur. Bundan əlavə, reklam hədəf auditoriyaya təsir üsuluna, müəyyən seqmentdə cəmləşmə dərəcəsinə, əhatə etdiyi əraziyə, maliyyələşmə mənbələrinə və yayım vasitələrinə görə təsnif edilir.

Turizm sahəsində marketinq kommunikasiyalarının əsas vasitələrindən biri kimi reklamın fərqləndirici xüsusiyyətləri həm reklamın xüsusiyyətləri, həm də turizm sənayesinin və onun məhsulunun - turizm məhsulunun xüsusiyyətləri ilə müəyyən edilir, yəni [4]:

- qeyri-şəxsi xarakter. Rabitə signalı potensial müştəriyə şəxsən şirkət işçisindən deyil, vasitəçi (kütləvi informasiya vasitələri, prospektlər, kataloqlar, plakatlar və s.) vasitəsilə çatır;

- təsirin ölçülməsi baxımından qeyri-müəyyənlik. Bu xüsusiyyət əvvəlkinin məntiqi davamıdır. Reklam fəaliyyətində əks əlaqə ehtimal xarakteri daşıyır. Turizm məhsulunun alınması faktı subyektiv xarakter daşıyan və rəsmiləşdirilməsi praktiki olaraq qeyri-mümkün olan çox vaxt reklamla birbaşa əlaqəli olmayan çoxlu sayda amillərdən asılıdır;

- mürəkkəblik. Turistin turist məhsulunu istehlak etdikdən sonra yaratdığı təəssürat bir çox amillərdən, məsələn, xidmətçinin, ofisiyanın və ya qəbul edən tərəfin nümayəndəsinin davranışından təsirlənir. Turizm məhsulunu istehlak etdikdən sonra qalan təəssüratı tamamlayan budur;

- cəlbədicilik və inandırıcılıq. Turizm xidmətlərinin xüsusiyyətləri turistlərin marağına səbəb olan obyekt haqqında ən dolğun təəvvür yaradan əyani vəsaitlərdən istifadəni zəruri edir.

- qeyri-maddi və ya qeyri-maddi təbiət. Səyahət xidmətini almadan əvvəl nümayiş etdirmək, görmək, dadmaq və ya öyrənmək olmaz. Alıcı məcbur olur ki, satıcının sözünü qəbul etsin. Satıcı yalnız xidmət göstərdikdən sonra alıcının əldə edəcəyi faydaları təsvir edə bilər və xidmətlərin özləri də yalnız tamamlandıqdan sonra qiymətləndirilə bilər.

Dünya təcrübəsindən göründüyü kimi, turizm sənayesi ən böyük reklamçılardan biridir. Xarici turizm şirkətlərinin təcrübəsi göstərir ki, onların fəaliyyətindən əldə edilən gəlirin orta hesabla 5-6%-i turist səfərlərinin reklamına sərf olunur [1].

Reklam yaradarkən çox mühüm problem turizm məhsulunun imicinin yaradılmasıdır. Digər istehlak malları və xidmətlərində olduğu kimi, səyahət və ekskursiya modası da daim dəyişir. Buna görə də, hədəf auditoriyanın ehtiyaclarını öyrənərkən, təklifə yenilik və unikalıq bəxş edəcək, onu rəqiblərin təkliflərindən müsbət şəkildə fərqləndirən və potensial istehlakçıların diqqətini cəlb edən məhsulun cəlbədiciləri tərəflərini axtarmaq lazımdır. Bu baxımdan turizm reklamının şüar kimi mühüm elementini qeyd etmək lazımdır.

Şüar diqqəti cəlb edən və şirkətin müəyyən şüarını və ya konkret xidməti xarakterizə edən əsas ideyanı ifadə edən qısa, lakin lakonik ifadədir.

Bir çox turizm mərkəzlərinin təkliflərini nəzərə alsanız, onların çox monoton olduğunu görürsünüz: ekskursiya proqramlarına nümayiş obyektlərinin müəyyən stereotipi daxildir ki, bu da tələbatın azalmasına səbəb olur. Beləliklə, reklam vasitəsilə təbliğ edilən məhsulun, məsələn, kruizin

təsviri onun istehlak xüsusiyyətlərini əks etdirməli və yüksək keyfiyyətli və etibarlı səyahətə inam yaratmalıdır. Eyni zamanda arzuolunandır ki, reklamın arxasında turun yaxşı təşkilində maraqlı olan tərəf - reklamın faktiki vəziyyətə uyğun olmasına zəmanət verən konkret turizm şirkəti görünsün.

Digər tərəfdən, reklam qanunla müəyyən edilmiş bütün standartlara uyğun olmalıdır. Məsələn, ekzotik turların reklamı belə səyahətin bütün spesifik xüsusiyyətlərini təsvir etməlidir. Reklam istehlakçıları xəbərdar etməlidir ki, müəyyən məhdudiyyətlər var və bu, hər kəs üçün əlçatan və ya faydalı deyil. Əgər reklamda və ya videoda belə məlumat göstərilməyibsə, şirkət ilk tələbdə onu müştəriyə təqdim etməlidir. Əks halda, istehlakçılar tərəfindən şikayətlər və hətta məhkəmə iddiaları yarana bilər.

Beləliklə, turizm məhsulu bütün maddi və qeyri-maddi elementlərin ifadəli birləşməsidir. Bazarda mövcud olmaq istəyən turizm müəssisələrinin qeyri-rəsmi vəzifəsi “qonaqpərvərlik” satmaqdır. Bu, öz xidmətlərini potensial müştərilərə satmaq problemini çətinləşdirir və eyni zamanda, reklam, İctimaiyyətlə Əlaqələr və digər kommunikasiya sistemlərinin inkişafı rolunu artırır.

Effektiv turizm reklamını yaratmaq üçün bu sənayenin xüsusiyyətlərini nəzərə almaq və bu cür reklamın bir neçə aspektini vahid kompleksdə birləşdirməyi bacarmaq lazımdır. Bu, müəyyən bir turu və ya xidməti təcəssüm etdirən və gözəl fotoşəkillər (mətbuatda) və ya videolar (televiziya) kimi cəlbedici elementlərin köməyi ilə çatdırılan və müəyyən bir hədəf auditoriyasını cəlb etmək üçün hazırlanmış tam və etibarlı məlumatları uğurla təqdim edən müəyyən bir bədii görüntüdür [3].

Müasir turizm dünyası turizm təşkilatlarının müştərilərlə qarşılıqlı əlaqəsini dəyişdirən yeni reklam strategiyaları sayəsində əhəmiyyətli dəyişikliklərə məruz qalmışdır. Turizm bazarı son dərəcə rəqabətli hala gəlib və ənənəvi reklam üsulları artıq rəqəmsal turist nəslinin ehtiyaclarını ödəyə bilmir. Rəqəmsal qəbul, reklamın fərdiləşdirilməsi və istehlakçı davranışını dəqiq təhlil etmək üçün məlumatlardan istifadə marketing kampaniyalarının effektivliyini artırmaq üçün açardır.

Rəqəmsal əsrdə onlayn platformalar və sosial şəbəkələr müştərilərin cəlb edilməsində əsas rol oynayır. Reklamın rəqəmsallaşması səyahət şirkətləri üçün axtarış sistemləri, sosial şəbəkələr və məzmun saytları vasitəsilə hədəf auditoriyaya çıxış imkanı yaratdı.

Məzmun marketingi reklam kampaniyalarının mühüm elementinə çevrilmişdir. Səyahət şirkətləri potensial müştəriləri cəlb etmək üçün məqalələr, bloqlar, videolar və rəylərdən fəal şəkildə istifadə edirlər. “Ən yaxşı 10 tətilliyi” və ya “ekzotik ölkələrin ən yaxşı otelləri” kimi maraqlı və faydalı məzmunun dərc edilməsi tamaşaçı cəlbini yaradır və üzvi trafik vasitəsilə yeni müştəriləri cəlb etməyə kömək edir.

Video məzmun: YouTube, TikTok və Instagram kimi platformalar üçün yaradılmış qısa videolar səyahət xidmətlərini tanımaq üçün getdikcə daha populyar formata çevrilir. Vizual səyahət hekayələri və cəlbedici videolar səyahətə marağı stimullaşdırır.

Bugünkü müştərilər fərdi təcrübə tələb edir və şirkətlər hədəf auditoriyanın maraqlarına ən uyğun olan reklam mesajları yaratmaq üçün verilənlərdən və süni intellektdən istifadə edirlər. Müştəri davranışına dair böyük məlumatların təhlili üstünlüklərə, sifariş tarixçəsinə və maraqlara əsaslanan fərdi təkliflər yaratmağa imkan verir.

Turizm şirkətləri müştərilərin seçimlərini, onlayn fəaliyyətini və əvvəlki axtarışlarını izləməyə imkan verən vasitələrdən istifadə edirlər. Bu məlumatlara əsasən, müəyyən bir müştəri segmentini cəlb etməyə yönəlmiş fərdiləşdirilmiş reklam kampaniyaları yaradılır.

Müştəri məlumat bazanızı segmentləşdirmək sizə fərdi təkliflər göndərməyə imkan verir ki, bu da təkrar alışların ehtimalını artırır və sədaqəti artırır.

İnfluencerlər müasir reklam strategiyalarında mühüm rol oynayır. Bloqlar, məşhur səyahətçilər və mikro-təsir göstərənlər öz auditoriyaları arasında yüksək etimad səviyyəsinə malikdirlər və onların tövsiyələri səyahət xidmətlərinə marağı effektiv şəkildə stimullaşdırı bilər. İstifadəçilər ekspert hesab etdikləri insanların şəxsi rəylərinə və tövsiyələrinə etibar edirlər.

Turizm şirkətləri müştəriləri öz səyahət təcrübələrini bölüşməyə təşviq edirlər. Turistlər tərəfindən yaradılan foto və videolar çox vaxt pulsuz reklam rolunu oynayır, çünki potensial müştərilər real xidmətlərin və istiqamətlərin nümunələrini görürlər.

AR və VR texnologiyaları turizm xidmətlərinin reklamında getdikcə populyarlaşır. Onların köməyi ilə şirkətlər müştərilərə tur almazdan əvvəl virtual olaraq mehmanxanalara, kurortlara və ya attraksionlara “ziyarət etmək” imkanı verir.

VR texnologiyalarının köməyi ilə turizm təşkilatları öz potensial müştərilərinə mehmanxana və ya attraksionlara virtual turlar təklif edə bilər ki, bu da şübhələri azaltmağa və rezervasiya ehtimalını artırmağa kömək edir.

AR texnologiyaları real və virtual dünyanın elementlərini integrasiya etməyə imkan verir, məsələn, istifadəçi telefonun kamerasını konkret obyektə yönəltəndə məkan məlumatı əlavə etməklə.

Aparılan tədqiqata əsasən turizm şirkətlərində reklam strategiyalarının təsiri göstərir ki, hər bir strategiya ayrı-ayrılıqda şirkətdə müəyyən mənada dəyişikliyə səbəb olur (Cədvəl 1).

Cədvəl 1

Müxtəlif reklam strategiyalarının turizm təşkilatlarının əsas göstəricilərinə təsiri

Reklam strategiyası	Veb sayt trafikində artım (%)	Artan auditoriya əlaqəsi (%)	Dönüşümlərdə (sifarişlərdə) artım (%)	Orta gəlir artımı (%)
Rəqəmsal məzmun marketingi	35%	25%	15%	10%
Fərdiləşdirilmiş reklam kampaniyaları	50%	30%	25%	20%
İnfluencer marketingi	40%	35%	20%	15%
Virtual və genişləndirilmiş turlar (AR/VR)	45%	40%	30%	25%
E-poçt marketingi və yenidən marketing	30%	20%	10%	5%

Mənbə: [5]

Rəqəmsal məzmun marketingi turizm şirkətlərinin veb saytlarına gələn trafikə nəzərəcərpacaq dərəcədə artdığını göstərir (+35%). Bu, hədəf auditoriyaya maraqlandıran materialların (bloqlar, videolar, səyahət məqalələri) aktiv dərci ilə bağlıdır. Bununla belə, konvertasiya və gəlirdəki artım mülayim olaraq qalır.

Fərdiləşdirilmiş reklam kampaniyaları artan trafik (+50%), artan dönüşüm (+25%) və orta gəlir (+20%) baxımından ən yüksək effektivliyi göstərir. Bunun səbəbi, istifadəçi maraqlarına əsaslanan hədəfli reklamın satış etmək şansını əhəmiyyətli dərəcədə artırır.

İnfluencer marketingi cəlbedicilikdə əla artım (+35%) göstərir, çünki auditoriya fəal səyahət edən və təcrübələrini daha çox paylaşan insanların tövsiyələrinə etibar edir. Bu üsul həm də dönüşümlərin artmasına kömək edir (+20%), lakin gəlir artım tempi (+15%) təsir edənlərin xərcləri ilə əlaqəli fərdiləşdirilmiş kampaniyalarla müqayisədə daha aşağıdır.

Virtual və əlavə edilmiş reallıq (AR/VR) texnologiyaları həm trafikə cəlb edilməsində (+45%), həm də dönüşümlərdə (+30%) yüksək effektivdir. Virtual turlar və eksperimental vizualizasiyalar potensial müştərilərə yer hissi əldə etməyə və rezervasiya qərarlarını daha tez qəbul etməyə kömək edir ki, bu da gəlirin artmasına səbəb olur (+25%).

E-poçt marketingi və remarketing yuxarıda qeyd olunan strategiyalarla müqayisədə daha təvazökar nəticələr göstərir. Bununla belə, onların istifadəsi mövcud müştərilərlə əlaqə saxlamağa kömək edir və təkrar satışı stimullaşdırır.

Müasir reklam strategiyaları turizm təşkilatlarının müştəriləri cəlb etmək, kampaniya nəticələrini yaxşılaşdırmaq və tanıtım xərclərini azaltmaq imkanlarını əhəmiyyətli dərəcədə dəyişdirmişdir.

Reklamın fərdiləşdirilməsi və davranış məlumatlarının istifadəsi marketing kampaniyalarının daha məqsədyönlü və effektiv olmasına səbəb olmuşdur. Turizm şirkətləri öz xidmətlərini satın alma ehtimalı daha yüksək olan istifadəçilərə sata bilər, bu da investisiya gəlirini (ROI) artırır.

Məzmun marketingi və sosial mediadan istifadə izləyicilərin cəlb edilməsinə səbəb olub. İstifadəçilər təkcə reklamlara baxmır, həm də müzakirələrdə fəal iştirak edir, öz təəssüratlarını və tövsiyələrini bölüşürlər ki, bu da “ağızdan ağıza” effekti yaradır və yeni müştəriləri cəlb edir (Cədvəl 2).

Təsiredicilərdən və istifadəçi tərəfindən yaradılan məzmundan istifadə brend və istehlakçılar arasında inam yaratmağa kömək edir. Influencerlərin real rəyləri, təcrübələri və tövsiyələri müştərilərə səyahət alışı ilə bağlı daha inamlı qərarlar qəbul etməyə kömək edir.

Rəqəmsal platformalar turizm təşkilatlarına coğrafi imkanlarını genişləndirməyə və beynəlxalq bazarlara çıxmağa imkan verir. Onlayn reklam və sosial media məzmunu dünyanın müxtəlif yerlərindən müştəriləri cəlb etməyə kömək edir, potensial turistlərin sayını artırır.

Fərdiləşdirilmiş və innovativ reklam strategiyaları artan dönüşüm və sifarişlərə səbəb olur. Ən son texnologiyalardan və reklam üsullarından fəal şəkildə istifadə edən şirkətlər daha çox müştəri qəbul edir və gəlirlərini artırır.

Cədvəl 2

Turizm təşkilatlarının reklam kampaniyaları üçün müxtəlif məzmun növlərinin effektivliyi

Məzmunun növü	Orta qarşılıqlı əlaqə müddəti (dəqiqə)	Satınalma tamamlanma dərəcəsi (%)	Müştəriyə etibar səviyyəsi (%)
Video məzmunu (YouTube, Instagram)	3,5	18%	65%
Bloqlar və məqalələr	4,2	12%	45%
Sosial şəbəkələr (Instagram, TikTok)	2,8	15%	60%
Virtual turlar (VR)	5,1	25%	70%

Mənbə: [5]

Video məzmun reklam kampaniyaları üçün ən populyar formatlardan birinə çevrilib. Video ilə orta əlaqə müddəti 3,5 dəqiqədir və video əsaslı reklam kampaniyalarına müştərilərin etibar 65% təşkil edir. Video formatları səyahət xidmətlərini aydın şəkildə nümayiş etdirməyə kömək edir, lakin tamamlanmış alışların faizi 18% səviyyəsində qalır ki, bu da virtual turlardan aşağıdır.

Bloqlar və məqalələr daha yüksək orta məşğulluq müddətinə (4,2 dəqiqə) malikdir ki, bu da auditoriyanın dərin iştirakını göstərir. Bununla belə, satınalmaların tamamlanma nisbəti (12%) daha aşağıdır, bu, müştərilərin bloqlardan tez-tez məlumat mənbəyi kimi istifadə etmələri, lakin həmişə dərhal alış-veriş etməmələri ilə əlaqədar ola bilər.

Sosial şəbəkələr müştərilərin inamının artırılmasında (60%) əsas rol oynayır və ani alışlar üçün yaxşı platforma yaradır. Bununla belə, bu cür platformalarda qarşılıqlı əlaqə müddəti bir qədər azdır (2,8 dəqiqə), bu, məzmun istehlakının sürətli xarakteri ilə izah olunur.

Tamamlanmış alışlar (25%) və etibar səviyyələri (70%) baxımından virtual turların (VR) ən təsirli olduğu aşkar edilmişdir. Bunun səbəbi, virtual turların müştərilərə həqiqətən bron etməzdən əvvəl otel və ya kurortu “zəiyarət etmək” imkanı verir ki, bu da qərar qəbul etməyə kömək edir.

NƏTİCƏ

Turizm şirkətləri turizmin inkişafında mühüm rol oynayır. Müasir şəraitdə turizm müəssisələri üçün reklam böyük əhəmiyyət kəsb etmişdir. Reklam satışları artırmağa imkan verir. Turizm xidmətlərinin geniş miqyaslı satışı turizm şirkətinə artan gəlir və işçi heyəti üçün layiqli əmək haqqı verir.

Turizm sənayesində reklamın özəlliyi turizm məhsulunun spesifikliyindədir, çünki bu xidmətlər daimi keyfiyyətə, zövqə, faydalılığa malik deyil və reklam texnologiyalarından məcburi istifadəni tələb edir. Buna görə də reklam siyasətinin uğurla həyata keçirilməsi üçün turizm sahəsində müəssisələrin reklamının ayrı-ayrı xidmətlərin və bu müəssisələrin fəaliyyət sahələrinin reklamı ilə birləşməsindən bacarıqla istifadə etmək lazımdır.

Turizm şirkətlərinin fəaliyyətində, xüsusən bazara daxil olma mərhələsində düzgün işlənmiş reklam strategiyası böyük əhəmiyyət kəsb edir. Turizm agentliyi üçün reklam strategiyasının hazırlanması reklam verərkən səhvlərdən qaçmağa imkan verir. O, istehlakçıların anlaşılmaqlığı ilə bağlı riskləri minimuma endirməyə və reklamın effektivliyini artırmağa imkan verir. Bu həm də şirkətə satış problemlərinin öhdəsindən uğurla gəlməyə və digər şirkətlərlə daha uğurla rəqabət aparmağa imkan verir.

Müasir reklam strategiyaları turizm təşkilatlarının müştəriləri cəlb etmə üsulunu kökündən dəyişdi. Rəqəmsallaşma, fərdiləşdirmə, təsir edənlərin və yeni texnologiyaların (AR/VR) istifadəsi şirkətlərə hədəf auditoriyası ilə uğurla qarşılıqlı əlaqədə olmaq şanslarını əhəmiyyətli dərəcədə artırmağa imkan verir. İnnovativ reklam yanaşmalarını effektiv şəkildə həyata keçirən turizm şirkətləri nəinki yüksək rəqabət qabiliyyətini qoruyub saxlaya bilər, həm də müxtəlif regionlardan müştəriləri cəlb edə bilər ki, bu da son nəticədə biznesin davamlı inkişafına gətirib çıxarır.

Bu gün turizm şirkətlərinin reklam strategiyaları innovativ texnologiyalara və fərdi yanaşmalara əsaslanır. Fərdiləşdirmə, məzmun marketinqi və təsir edənlər müştəriləri cəlb etmək üçün vacib vasitələr olmağa davam edir. Artırılmış və virtual realıq texnologiyaları, həmçinin reklam kampaniyalarını fərdiləşdirmək üçün məlumatların aktiv istifadəsi, sifarişlərin sayını və ümumi gəlirliliyi artırır. Hər bir strategiyanın effektivliyi şirkətin məqsədlərindən asılıdır, lakin ümumi tendensiya aydındır: rəqəmsal platformaların və yeni texnologiyaların istifadəsi turizm təşkilatlarının uğurları üçün kritik əhəmiyyət kəsb edir.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Günay D., Çalık A. (2019). İnovasyon, İcat, Teknoloji ve Bilim Kavramları Üzerine, Üniversite Araştırmaları Dergisi, 2(1), s.1-11.
2. Happ É., Ivancsó-Horváth Z. (2018). Digital Tourism Is The Challenge Of Future - A New Approach To Tourism. Knowledge Horizons - Economics , 9.
3. Li J., Xu L., Tang L., Li L., Wang S. (2018). Big Data in Tourism Research: A Literature Review. Tourism Management, 302.
4. Manga M. (2018). İnovasyon ve Turizm İlişkisi, Makroekonomik göstergelerle turizm ekonomisi, (Işık, N. ve Dineri, E.), Nobel Yayıncılık, Ankara.
5. Yang C., Yan S., Wang J., Xue, Y. (2022). Flow Experiences and Virtual Tourism: The Role of Technological Acceptance and Technological Readiness. Sustainability, 14, 5361.

G.E.Mikayılova

master student, Azerbaijan University of Tourism and Management
ORCID 0009-0006-1381-9471

The effect of modern advertising strategies on the ability of tourism organizations to attract customers

Abstract

Tourism enterprises within the service sector have an important share in the development of the country's economy. The tourism sector, unlike other sectors, is significantly affected by the innovation activities carried out in the context of the country's economy. The need for innovation in the tourism sector has become more urgent in recent years for the purposes of increasing competition, increasing productivity and eliminating structural problems in the market. The way to increase the performance of tourism enterprises compared to their competitors is to carry out innovation activities. Tourism businesses that retain existing customers, acquire new customers, increase loyalty and loyalty, and create value for their customers gain a sustainable competitive advantage. The most important way for the service sector to achieve sustainable competitive advantage is to differentiate itself through product and process innovation.

Key words: tourism, customer, advertising, content, organization, attraction, strategy, innovation.

Г.Э.Микаилова

магистрант, Азербайджанский Университет Туризма и Менеджмента
ORCID 0009-0006-1381-9471

Влияние современных рекламных стратегий на способность туристических организаций привлекать клиентов

Резюме

Туристические предприятия сферы услуг играют важную роль в развитии экономики страны. На туристический сектор, в отличие от других отраслей, существенное влияние оказывает инновационная деятельность, осуществляемая в контексте экономики страны. В последние годы потребность в инновациях в туристическом секторе стала более актуальной в целях усиления конкуренции, повышения производительности и устранения структурных проблем на рынке. Способом повышения эффективности туристических предприятий по сравнению с конкурентами является осуществление инновационной деятельности. Туристические предприятия, которые сохраняют существующих клиентов, приобретают новых клиентов, повышают лояльность и лояльность, а также создают ценность для своих клиентов, получают устойчивое конкурентное преимущество. Наиболее важным способом достижения устойчивого конкурентного преимущества для сектора услуг является дифференциация посредством инноваций в продуктах и процессах.

Ключевые слова: туризм, клиент, реклама, контент, организация, привлечение, стратегия, инновации.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-221-230>

G.İ.İsmayilova
müəllim, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
gulnara.aliyeva@unec.edu.az
A.A.İsayev
magistrant, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
isaevsim00@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 20.08.2024

The article was received by editorial board on 20.08.2024

Статья принята к печати 20.08.2024

ELEKTRON İMZA ALQORİTMASININ TƏTBİQİ VƏ KOMMERSİYA FƏALİYYƏTİNƏ TƏSİRİ

Xülasə

Günümüz qloballaşan dünyasında texnoloji yeniliklərin həm fərdi, həm də sahibkarlıq fəaliyyətlərinə təsirinin öyrənilməsi, onlardan düzgün istifadə qaydalarının mənimsənilməsi, bu ixtira və innovasiyaların gəlirə çevrilməsi yollarının tapılması çox vacibdir. Bu cür texnoloji həllər istifadəçilər arasında aparılan bir çox proseslərin effektivliyini təmin etməklə gündəlik həyatda öz rolunu getdikcə genişləndirir. Elektron imzalar istifadəçilər arasında məlumat mübadiləsini sürətləndirməklə yanaşı, tərəflər arasında təhlükəsizlik, inam və digər məsələlərdə də həll edici funksiya daşıyır. Bundan əlavə, kommersiya fəaliyyətlərində B2B, B2G, B2C əlaqələrinin qurulması, requlyativ tələblərə əsasən əməliyyatların rəsmiləşdirilməsi, düzgün satınalma qərarlarının tədqiqi kimi rollarda ön plana çıxır. Məhsul və xidmət satışının rahatlığı, vendorlarla aparılan əməliyyatların effektivliyi, dövlət strukturları ilə mübadilələrin qiymətləndirmələri istifadəçi məmnuniyyətini artırır, gələcək istehlakçı qərarlarına təsir göstərir və brend sədaqətinin artması ilə nəticələnə bilər. Elektron ticarətdə də bu yenilik biznes partnyorlar, istehlakçılar və üçüncü tərəflərlə (vendorlar, dövlət qurumları və.s) əlaqəli məsələlərin dəqiq anlaşılmasını, məhkəmə mübahisələrində obyektivliyin qorunmasını, aparılan sənədləşmələrdə əlavə xərclərdən azad olunmasını təmin edərək davamlılığın sürdürülməsində kömək edir.

Açar sözlər: elektron imza, e-ticarət, rəqəmsal xidmət, qloballaşan dünya, kommersiya texnologiyaları, ASAN imza.

GİRİŞ

İnformasiya kommunikasiya texnologiyalarının inkişaf etməkdə olduğu dünyada informasiya təhlükəsizliyi məqamları getdikcə daha vacib məsələ olaraq ortaya çıxmışdır. Məlumat mübadiləsi dövründə ötürülən informasiyanın təhlükəsizliyinin qorunması kifayət qədər mühüm məsələdir. Dövlət orqanları və digər tərəfdaşlar ilə müxtəlif əməliyyatlar həyata keçirərkən vətəndaşların özəl məlumatlarını digər tərəfin ələ keçirməməsi üçün təhlükəsiz şəbəkə və alqoritmlər getdikcə daha çox yayılır. Bundan əlavə elektron əməliyyatların reallaşdırılması zamanı vətəndaşın şəxsiyyətinin ayırd edilə bilməsi də təhlükəsizlik qədər olduqca vacib məsələdir. Bütün qeyd olunanlar isə elektron imzanın zəruriliyini ortaya çıxarır¹.

¹ <https://www.e-gov.az/ru/content/read/5>

"Elektron imza alətləri, istifadəçilərin kriptografiya texnikalarından istifadə edərək sənədləri, müqavilələri və əməliyyatları elektron olaraq imzalamağa imkan verən proqram tətbiqləri və platformalarıdır. Ənənəvi əl ilə yazılmış imzalardan fərqli olaraq, elektron imzalar sənədlərin doğruluğunu, bütöv bərpa edilmişlik və inkar edilməmə kimi keyfiyyətlərini təsdiqləmək üçün etibarlı və təsdiqlənə bilən bir metoddur."

Elektron imza ideyası 20-ci əsrin 70-80-cı illərdə meydana gəlib və əsas mahiyyəti informasiyanı hazırlayan şəxsin həqiqiliyinin yoxlanılması və 3-cü tərəfə (məhkəmə, internet market və s.) bu informasiyanı yaradan şəxsi müəyyən etməsinə imkan yaratmaqdır².

Hal-hazırda elektron imzanı tətbiq edən ölkələr digərlərinə nisbətən daha inkişaf etmiş hesab olunur və həmçinin belə ölkələrdə inkişaf daha da dinamik baş verir.

Elektron imza alətləri, əsasən sənədlərin və müqavilələrin elektron formada imzalanması və təsdiqlənməsi prosesini sürətləndirir və sadələşdirir. Bu, işçilərin, müştərilərin və ictimai orqanların tərəflərlə qarşılıqlı kommunikasiyasını və əlaqələrini gücləndirir. Bundan əlavə, elektron imza alətləri, sənədlərin mütləq təhlükəsizliyini təmin etməklə, mübahisəli hallarda təhlükəsizlik təminatı verir. Bu, sənədlərin dəyişdirilməməsini və imzalayan şəxsin doğruluğunu təsdiq edərək sənədlərin inkar edilməməsinə kömək edir. Rəqəmsal dünyada elektron imza alətlərinin tətbiq olunması, sənədlərin fiziki formasından və çapdan azad edir, bu da eko-dostluq və sərfəli vəsait istifadəsində yardım edir³.

Fiziki imzalar əvvəllər əsasən kağız üzərinə və ya sənədlərə əl ilə tətbiq edilirdi. Bu, sənədlərin şəxsiyyətin təsdiq edilməsi üçün əsas mexnizm idi. Lakin rəqəmsal dünyada, bu prosesin elektron və sürətli formasına ehtiyac artırdı. Elektron imzalar, kriptografiya və şifrələmə texnikalarından istifadə edərək sənədlərin internet və digər rəqəmsal platformalarda müstəqil olaraq imzalanması və təsdiqlənməsi imkanını verir. Bu, ictimai və iş həyatında proseslərin sürətlənərək, effektivləşdirilməsini və sənədlərin güvənlik səviyyəsinin artırılmasını təmin edir⁴.

ƏSAS HİSSƏ

Yenilikçi texnologiyaların kommersiya və kommersiya fəaliyyəti ilə əlaqəli ətraf mühit sahələrinə təsirinin araşdırılması biznes mühiti və yaşıl dünya strategiyası üçün olduqca böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bu il ölkəmizdə baş tutacaq COP-29 tədbiri çərçivəsində Azərbaycanda həyata keçirilən yaşıl iqtisadiyyat formatı çərçivəsində elektron imzaların da eko-dost bir sistem olduğunu vurğulamaq mütləqdir. Həm dövlət sektorunda, həm də özəl sektor iştirakçıları üçün xərclərə qənaət və sürətli sənədləşdirmə xüsusiyyəti daşıyan bu alqoritmanın tətbiqi və faydaları son illərdə daha çox görünür.

Bu gün elektron hökumətin əsas atributlarından sayılan elektron imza Azərbaycanda da uğurla tətbiq edilməkdədir. "Elektron imza və elektron sənəd haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu qəbul edildikdən sonra "elektron imza"-nın reallaşdırılması mərkəzi icra orqanı kimi Nəqliyyat, Rabitə və İnformasiya Texnologiyaları Nazirliyinə tapşırıldı⁵.

Bu fərmandan irəli gələrək hazırda fəaliyyət göstərən Sertifikat Xidmətləri Mərkəzinin əsas vəzifəsi Ali SXM kimi digər SXM-lərə nəzarət funksiyasını həyata keçirmək, onların Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyinə uyğun fəaliyyət göstərdiyini, düzgün proqram təminatından istifadə etməsini və s. yoxlamaqdan ibarətdir. 2011-ci ilin sentyabr ayından rəsmi olaraq fəaliyyətə başlayan Mərkəz əhalinin müxtəlif təbəqələrinə, yəni adi vətəndaşlara, sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan hüquqi və fiziki şəxslərə, həmçinin dövlət qulluqçularına xidmət göstərir.

² <https://www.e-gov.az/ru/content/read/5>

³ Komar, B. (2014). "Digital Signatures: Security and Implementation." *IEEE Security & Privacy*, 12(6), 60-65.

⁴ Komar, B. (2001). *Digital Signatures: Implementing Secure PKI to Securely Exchange Data on the Internet*. Microsoft Press.

⁵ <https://www.e-gov.az/ru/content/read/5>

Bu gün respublikamızda elektron imza sisteminin tətbiqi və dövlət orqanlarında elektron xidmətlərin göstərilməsi gələcəkdə ölkəmizin dünya informasiya sistemində, Avropaya integrasiyasını daha da sürətləndirmiş olacaq.

Azərbaycanda elektron imza alqoritmalarının tətbiqi 2011-ci ildən başlanılsa da, yüksək inkişaf dövrü 2018-dən bəri olmuşdur. İstifadəçi rahatlığını təmin etmək üçün qurulmuş sistemin 2 (iki) əsas oyunçusu vardır. SİMA və ASAN İmza əsasən dövlət sektorunda istifadə edilməklə yanaşı hüquqi şəxslər (bizneslər, QHT-lər və.s), fiziki şəxslər, fərdi sahibkarlar arasındakı əməliyyatlarda da geniş istifadə ildən-ilə yayılmışdır. Ölkəmizdə elektron imza alqoritmalarından istifadə edən sektorlar və tətbiq sahələri bunlardır:

• **Dövlət sektoru:** Dövlət qurumları daxilində sənədləşdirmənin effektivliyini, tezliyini, toplanılması və arxivləşdirilməsini təmin edir. Vətəndaşların müraciətlərini uzaqdan və onlayn icra etməklə zaman itkisini azaldır, məmnuniyyət göstəricisini artırır.

• **Maliyyə:** Maliyyə sahəsində, müştərilərin və müştərilərə məxsus sənədlərin, məsələn, kredit müqavilələrinin və investisiya sənədlərinin imzalanması və təsdiqlənməsi üçün elektron imza alətlərindən istifadə edilir. Bir bank müştərisinin kredit müraciəti prosesi zaman alır və çoxlu sənədlərin imzalanmasını tələb edir. Rəqəmsal imza alətləri ilə, müştəri müraciətini onlayn şəkildə doldurur və elektron imza ilə imzalayır. Bank işçiləri də bu sənədləri sürətli və asanlıqla əldə edib yoxlayır, müqaviləni təsdiqləyir. Ölkəmizdə bir çox banklarda artıq bütün proseslər bu alətlərlə həyata keçirilir. Məsələn, Azərbaycan Beynəlxalq Bankında rəqəmsal məhsulların icra prosesinin 80%-i rəqəmsal imza alətlərinin istifadəsi ilə həyata keçirilir. Reqlativ normalar əsasında tamlaşdırmaq indiki halda mümkün deyildir. “Mobil Banking”-də kart sifarişi SİMA elektron imza aləti vasitəsilə müştərinin kriptografiya məlumatlarının analizi əsasında icra edilir.

• **Tibb və Sağlamlıq:** Tibb və sağlamlıq sahəsində, tibbi məlumatların, reseptlərin, razılaşmaların və digər sənədlərin elektron imzalanması üçün bu alətlərdən istifadə olunur. Bu, sənədlərin asan və təhlükəsiz şəkildə əlçatan olmasına kömək edir.

• **Hüquq:** Hüquq sahəsində, müvafiq sənədlərin və məhkəmə sənədlərinin imzalanması və təsdiqlənməsi üçün istifadə olunur. Vəkillər, müvafiq tərəflərlə razılaşmaların və müqavilələrin asanlaşdırılması üçün bu alətlərdən istifadə edirlər.

• **Əmlak:** Əmlak sahəsində, icarə müqavilələri, satış müqavilələri və digər əmlak əməliyyatlarının təsdiqlənməsi üçün istifadə olunur. Bu, daşınmaz əmlak alqı-satqısı və icarəsi proseslərini sürətləndirir və asanlaşdırır.

• **İT və Texnologiya:** İT və texnologiya sahəsində, müvafiq müqavilələrin, lisenziya sənədlərinin, iş qəbul sənədlərinin və digər texniki sənədlərin elektron imzalanması üçün istifadə olunur.

Bu nümunələr göstərir ki, dijital imza alətləri prosesləri sadələşdirir və iş axınıni yaxşılaşdırır, çünki onlar sənədlərin elektron formada imzalanmasına və təsdiqlənməsinə imkan verir. Bu, sürətli qərarlar verilməsini və əməkdaşlar arasında əlaqələrin asanlıqla saxlanılmasını təmin edir. Bu yalnız bəzi nümunələrdir və digər sahələrdə də bu alətlərin geniş istifadə edildiyini görə bilərik⁶.

SİMA Token və ASAN İmza alətlərindən istifadə üçün Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyinin Milli Sertifikat Xidmətləri Mərkəzi tərəfindən dövlət qurumlarına, vətəndaşlara, , fiziki və hüquqi şəxslərə e-imza və autentifikasiya sertifikatları təqdim edilir. Bu sertifikatlardan istifadə edərək sadalanan şəxslər öz tranzaksiyalarını icra edə bilərlər. Aşağıdakı cədvəllərdə Azərbaycanda tətbiq edilən alətlər üzrə statistik göstəricilər təsvir edilmişdir.

⁶ Brazell, L. (2018). *Electronic Signatures Law and Regulation*. Sweet & Maxwell.

Cədvəl 1

Təqdim edilmiş SİMA Token sertifikatları

İstifadəçi	İllər					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Dövlət sektoru	7,719	10,701	8,505	5,647	10,755	10,276
Hüquqi şəxslər	2,810	3,187	6,762	5,176	1,081	18
Fiziki şəxslər	4,744	1,993	2,923	1,658	158	11
Fərdi sahibkarlar	4,861	4,159	3,229	1,640	1,135	801

Cədvəldən də göründüyü kimi dövlət qurumlarının elektron imza alətlərindən istifadə üçün sertifikat tələbi ilk dövrlərdə yüksək olsada Covid-19 pandemiyası dövründə bu 22%-54% aralığında azaldılmışdır. Pandemiya dövründə xüsusi karantin rejimi çərçivəsində vətəndaşların dövlət qurumlarına müraciətləri kəskin azalmışdır və bu səbəbdən sertifikat alışı yalnız sosial sahələrdə fəaliyyət göstərən qurumlar tərəfindən reallaşmışdır. Post-pandemiya dövründə isə yeni çağırış və tələblər daxilində vətəndaşlara uzaqdan xidmət rejimi formalaşmağa başlamışdır. Bu dövrdə bütün dövlət qurumları rəqəmsal xidmət mexanizmlərinin qurulması ilə maraqlanaraq, icrasının reallaşdırılması üçün bu alətlərdən istifadəni genişləndirmişdirlər. Bu səbəbdən 2022-2023-cü illərdə sertifikat alışı 103%-114% aralığında artım müşahidə edilmişdir. Dövlət qurumlarının əksinə hüquqi, fiziki şəxslər və fərdi sahibkarlar arasında alətlərin istifadəsi üçün sertifikat alışı aşağı tempdə davam etmişdir. Bunun səbəbi kimi qeyd olunan istifadəçilərin əməliyyatlarının və sənaye sahələrinin limitli olması göstərilə bilər.

Cədvəl 2

SİMA Token aləti ilə həyata keçirilmiş tranzaksiyaların sayı

İstifadəçi	Tranzaksiya növü	İllər					
		2018	2019	2020	2021	2022	2023
Hakimiyyət Orqanları	Autentifikasiya	3,111,570	6,570,742	5,001,323	4,526,714	6,691,614	7,103,135
	İmzalama	3,125,594	6,585,168	5,006,025	4,630,263	6,732,351	3,058,071
Vətəndaş və Biznes Orqanları	Autentifikasiya	814,693	1,060,128	1,888,052	4,915,412	5,348,130	7,065,607
	İmzalama	870,778	1,082,152	1,908,901	1,966,944	26,921	8,877

Elektron imza alətlərinin tətbiqi cədvəldən də göründüyü kimi 2 (iki) istiqamət üzrə aparılır. Bunlar autentifikasiya və imzalama əməliyyatlarıdır. Dövlət qurumları üçün hər iki funksiyaya maraq pandemiya dövrünə qədər yüksək olmuşdur. Covid-19 pandemiyası dövründə müvafiq olaraq 18% və 34% arasında azalma müşahidə edilmişdir. Vətəndaş və biznes orqanları tərəfindən istifadədə digərinin əksinə növlər üzrə fərqlənmə müşahidə edilmişdir. Əsasən maliyyə təşkilatları tərəfindən müştəri əməliyyatlarının icra prosesində requlyativ KYC (know your customer) tələbi ilə əlaqəli olaraq müştərilərin autentifikasiyanın müəyyənəşdirilməsi məqsədi ilə autentifikasiya tranzaksiyaları üstünlük təşkil etmişdir və hər il yüksək tempdə artım müşahidə edilmişdir. Bəzi requlyativ normativ qaydaların tətbiqi nəticəsində müştərilər ilə sənədləşmələrdə imzalanma prosesinə məhdudiyyətlər qoyulmuşdur. Bu səbəbdən imzalanma tranzaksiyaları bu kateqoriyaya aid istifadəçilərdə azalma tempi hallarına səbəb olub.

Cədvəl 3

ASAN İmza aləti üzrə statistik göstəricilər

İstifadəçi	İllər					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Sertifikat sayı	330,163	357,751	471,831	396,542	524,096	653,165
Tranzaksiya sayı	17,799,09 1	24,962,03 7	36,984,48 8	44,951,19 6	60,775,78 6	74,815,3 74

SİMA Token alətindən fərqli olaraq ASAN İmza istifadəçinin biometrik göstəriciləri və xarici görünüşü (sima) ilə deyil, fərdi identifikasiya nömrəsi (FİN & PIN) və istifadəsində olan mobil nömrə qeydiyyat parolu ilə yaradılır. Bu səbəbdən daha rahat və az zaman alan funksiyaya sahibdir. Cədvəldən də göründüyü kimi sertifikat alışı və tranzaksiya sayları hər il artım tempi ilə davam etmişdir. ASAN İmzanın istifadəsi SİMA Token-in də göstəricilərində azalmaya səbəb olan əsas amillərdən biridir.

Elektron imza yaratmaq prosesi

Hazırda şəxsi imzanın oxşarının yaradılmasının çox üsul və yolları vardır ki, onlardan aşağıdakıları göstərmək olar:

- şərti işarələr;
- insanın biometrik göstəriciləri: güzəhli qışanın (gözün əlvan təbəqəsinin) şəkli, gözün tor qışasının strukturu, barmaq izləri xətlərinin rəsmi, qanın biokimyəvi analizi və s.;
- fərdi identifikasiya nömrələri (PIN-kod) və yaxud parolları;
- özünün şəxsi imzasının rəqəmli şəkildə təsviri;
- elektron imza.

Elektron imza yaratma prosesi əsasən üç mərhələdən ibarətdir:

- Məlumatların qeydiyyatı: imzaçı, imzalanacaq məlumatları seçir və ya yaradır.
- Heş (alqoritm) hesablanması: məlumatların bütövlüyünü təmin etmək üçün, bir heş funksiyası vasitəsilə məlumatlar birləşdirilir və müəyyən bir qısa məlumat (hash) əldə olunur. Bu, məlumatların orijinallığını və dəyişdirilməməsini təmin edir.

• İmzalama: daha sonra, imzaçı öz şəxsi şifrələmə açarı ilə heş məlumatını şifrələyir. Bu, məlumatlar üzərində dəyişiklik etmək imkansız olan, yalnız imzaçının istifadə etdiyi özəl bir şifrələmə açarına əsaslanan bir elektron imza yaranmasına səbəb olur.

Beləliklə, yaradılan elektron imza, orijinal məlumatlarınızın bütövlüyünü və məlumatlarınızın sizin tərəfinizdən olduğunu təsdiqləyir.

Elektron imzanın etibarlılığını təmin edən təhlükəsizlik xüsusiyyətləri

1) **Kriptoqrafiya:** Elektron imza alətləri kriptoqrafiya texnikalarından istifadə edir. İstifadəçilər üçün ictimai-şəxsi açar ciftləri (Public Private Key Pairs) yaradılır. Bu, imzaçının məlumatları şifrələyib, yalnız özü onları açə biləcəyi anlamına gəlir.

2) **Bütövlük:** Heş funksiyaları vasitəsilə məlumatların bütövlüyü yoxlanılır. Hər hansısa bir dəyişiklik məlumatın heş dəyərini dəyişdirir, beləliklə, bütövlük təmin olunur.

3) **Non-Repudiation:** Dijital imza, imza atan şəxsin həmin əməliyyatı inkar etməyəcəyini sübut edir. Hər bir imza, müvafiq şəxsin şəxsi açarı ilə yaradılır, buna görə də yalnız onun tərəfindən yaradıla bilər.

4) **Timestamping:** Zaman damqası əlavə etmək, imzanın məlumatın hansı saatda imzalandığını göstərir. Bu, sənədlərin və əməliyyatların tarixini təsdiq edir.

Bu təhlükəsizlik xüsusiyyətləri, Elektron imzaların güvəniliqliyini təmin etməkdə əsas rol oynayır.

Elektron İmza alətlərinin faydaları

Effektivlik: Sənədlərin imzalanma proseslərini sürətləndirmək - Elektron imza alətləri, sənədlərin və müqavilələrin elektron formada imzalanmasını təmin edir, bu da prosesin daha sürətli və effektiv hala gəlməsini təmin edir. Fiziki sənədlərin hazırlanması, çap olunması, və dağıdılması ilə əlaqədar yaranan zamana qənaət edilir. Bu, müştəri əlaqələrini sürətləndirir və iş təcrübəsini təkmilləşdirir.

Təhlükəsizlik: Sənədlərin autentikliyinə və bütövlüyünü təmin etmək - Elektron imza alətləri, sənədlərin elektron şəkildə imzalanması və təsdiqlənməsi vasitəsilə sənədlərin autentikliyinə və bütövlüyünü təmin edir. İstifadəçilər öz məlumatlarını ictimai-şəxsi açarları ilə imzalayaraq, sənədlərin orijinallığını və dəyişdirilməməsini təmin edirlər. Bu, sənədlərin mübahisəli hallarda da dəyərini qoruyur, təhlükəsizlik və etibarlılığı təmin edir.

Xərclərin effektivliyi: Kağız, çap və kuryer xərclərində qənaət etmək - Elektron imza alətləri, sənədlərin elektron formada imzalanması və təsdiqlənməsi ilə əlaqədar kağız, çap və kuryer xərclərində böyük qənaətə imkan verir. Fiziki sənədlər üçün tələb olunan kağız, printer müəssisələri, mürəkkəb və digər çap xərcləri yoxa çıxır. Həmçinin, kuryer xidmətləri üçün sənədlərin göndərilməsi və çatdırılması ilə bağlı xərclər azalır. Bu, iş təcrübəsini daha sərfəli hala çevirir.

Əlverişlilik: Qanuni və nəzarət tələblərinə cavab vermək. Elektron imza alətləri, Azərbaycanda da daxil olmaqla, müxtəlif ölkələrdə hüquqi və nəzarət tələblərinə uyğun olmaq üçün əlverişli şəkildə istifadə olunur. Azərbaycanda, elektron imzalar və rəqəmsal imzaların qanuni statusu "Elektron İmza və Rəqəmsal İmza Barədə" Qanun və "Elektron İmza və Rəqəmsal İmza" Konvensiyası tərəfindən təmin edilmişdir. Bu, sənədlərin və müqavilələrin elektron imzalanması ilə bağlı qanuni tələblərə uyğunluğu təmin edir və rəsmi qərarlar, maliyyə məsələləri və sair sahələrdə qanuni vəzifələri yerinə yetirmək üçün əlverişli bir proses yaradır.

E-Ticarətdə elektron imzaların istifadəsi

Elektron ticarət (e-ticarət) sektoru günümüzdə digər bir çox sektor kimi elektron imza alətlərindən geniş istifadə etməkdədir. Buna səbəb isə e-ticarətin nəzərdə tutulan yüksək sürəti, dövrəyə çıxan vəsaitləri və fərqli ölkələr və bölgələrdən olan müştərilər arasında sənədlərin sürətli və asan imzalanmağına olan ehtiyacdır. Beləliklə e-ticarətdə elektron imza alətlərinin geniş şəkildə istifadə olunduğu bir neçə sənaye və sektor aşağıdakılardır:

E-Ticarət platformaları: E-ticarət platformaları, onlayn mağazaların və internet bazalı iş fəaliyyətlərinin əsasını təşkil edir. Satıcılar və alıcılar arasında sürətli və asan müqavilələşməni təmin etmək üçün elektron imza alətlərindən istifadə edirlər.

Online Marketplaces: Onlayn bazarlar, müxtəlif satıcıların və alıcıların bir araya gəldiyi platformlardır. Bu platformlar müqavilələri imzalamaq üçün elektron imza alətlərindən istifadə edirlər. Məsələn tərəfdaşlıq müqavilələri və iş şərtləri üçün.

Elektron Ödəniş Xidmətləri: Elektron ödəmə xidmətləri, onlayn ödəmələrin sürətli və təhlükəsiz bir şəkildə həyata keçirilməsində kömək edir. Bu xidmətlər müştəriləri ödəməni təsdiqləmək üçün elektron imza alətlərindən istifadə edir.

Rəqəmsal Müqavilələr və Razılaşmalar: E-ticarətdə müqavilələr və razılaşmaların sürətli şəkildə imzalanması və təsdiqlənməsi üçün elektron imza alətlərindən istifadə olunur. Bu, tərəfdaşlar arasında zaman və sərfəli vəsait qazanmağa imkan verir.

Təchizat Zəncirinin İdarə Olunması: Təchizat zəncirlərinin idarə olunmasında, tərəflər arasında sürətli sənədlərin imzalanması və təsdiqlənməsi üçün elektron imza alətlərindən istifadə edilir. Bu, müxtəlif layihələr və məhsulların satışı və daşınması üçün tələb olunan müqavilələrin və dokumentlərin idarə olunmasına kömək edir.

Bu sahələrə baxdıqda, e-ticarət sahəsində elektron imza alətlərinin çox yönlü və geniş tətbiq edildiyini görə bilərik. Bu alətlər, sürətli işləmə və fərqli tərəflər arasında güvənli əməkdaşlığı təmin etməkdə önəmli bir rol oynayır.

Rəqəmsal imza alətlərinin istifadəsində risklər

Rəqəmsal imza alətləri ilə əlaqədar ən yayılmış məsələlərdən biri təhlükəsizlik riskləridir. İstifadəçilər, sənədlərin və məlumatların internet vasitəsilə paylaşılması zamanı məlumatların qorunmasından narahat olurlar. Lakin, rəqəmsal imza alətləri müxtəlif təhlükəsizlik tədbirləri ilə müasir şifrələmə standartlarına uyğun olaraq işləyir və məlumatların müstəqil təsdiqi üçün istifadə olunur.

Bir digər əsas məsələ isə qanuni etibarlılıqdır. Bir çox istifadəçi, elektron imzaların fiziki imzalar qədər güvənli və qanuni olmadığını düşünür. Lakin, bir çox ölkədə, digər tərəflər arasında elektron imzaların və elektron sənədlərinin qanuni olaraq tanınması üçün qanunlar və nizamnamələr dəyişdirilmişdir. Məsələn, Birləşmiş Müştəriçilik üçün Standartlar İnstitutu (ITU) və Birləşmiş Müasir Müqavilələr Assosiasiyası (UNCITRAL) kimi beynəlxalq təşkilatlar, rəqəmsal imza və elektron müqavilələrin qanuni qüvvəsini təmin etmək üçün standartlar təklif edir.

Nəhayət, istifadəçi qəbulu da bir məsələdir. Bəzi istifadəçilər yeni texnologiyalara adaptasiya olmaqda çətinlik çəkə bilər və ya ənənəvi, kağız bazalı imza prosesinə alışıblar. İstifadəçi qəbulunu artırmaq üçün təlimatlar və təhsil mərkəzləri vasitəsilə istifadəçilərin texnologiyaya adaptasiyası dəstəklənməlidir.

Ümumiyyətlə, elektron imza alətləri təhlükəsizlik tədbirləri, qanuni tanınma və istifadəçi qəbulu kimi məsələləri ünvən edərək bu əsas məsələləri əhatə edir. Ən yaxşı təcrübəni əldə etmək üçün işçilər və şirkətlər bu məsələləri diqqətə almaq və məlumatlı qərar vermək üçün fəaliyyət göstərməlidirlər.

Rəqəmsal imza alətləri, dünya çapında bir çox ölkədə qanuni təsdiqi və tanınması üçün qayda və nizamnamələrlə uyğunlaşmağa məcburdur. Buna məsələn, Avropanın Elektron İmza və İdarəetmə Servisi (eIDAS) və Amerika Birləşmiş Ştatlarındakı Elektron İmza Qanunu (ESIGN Act) daxildir.

• **eIDAS:** Avropa Birliyində elektron imza və idarəetmə xidmətləri sahəsində əsas qanuni rəhbərlik eIDAS tərəfindən təmsil olunur. Bu tədbirlər, digər Avropa Birliyi ölkələri ilə də uyğunlaşdırılmalıdır. eIDAS, elektron imza və elektron məxfilik proseslərinin sərbəst dövriyyəyə girə biləcəyi, həmçinin təsdiq edilmiş digər Avropa Birliyi ölkələri tərəfindən tanınacağı bir standart təmin edir.

• **ESIGN Act:** Amerika Birləşmiş Ştatlarında, Elektron İmza Qanunu (ESIGN Act), elektron imza ilə elektron məxfilik və sənədlərin təsdiq edilməsinə dair qanuni qaydalar təyin edir. Bu qanun, elektron imza ilə imzalanmış sənədlərin, əgər digər qanuni tələblərlə uyğun olarsa, müxtəlif fəaliyyət sahələrində qanuni olaraq tanınmasını təmin edir.

Bu qanunlar və nizamnamələr, elektron imza alətlərinin qanuni təsdiqini təmin etmək üçün mövcud tələbləri təyin edir. Buna görə də, şirkətlər və fərdlər, eIDAS və ESIGN Act kimi qanunlarla uyğunluğu təmin etmək üçün dijital imza alətlərini seçməlidir. Xarici şirkətlərlə əməkdaşlıq edən yerli şirkətlərdə bu innovasiyanın tətbiqi üçün standartlara cavab verən alətin seçimini etməlidirlər.

NƏTİCƏ

Rəqəmsal imza alətləri, digər bir çox texnologiyalarda olduğu kimi, daha da inkişaf etməyə davam edəcək və iş proseslərinin effektivliyini artırmaq üçün yeni fərsətlər yaradacaq. Bu məqalədə təqdim edilən məqamlar, yalnız bu texnologiyaların əsas fəaliyyətlərinin bir hissəsini təşkil edir. Dijital imza alətləri ilə əlaqəli mövzuları müzakirə etməyə davam etmək, yeni inkişaf, texnologiyalar və tədbirlər barədə fikirləşmək və paylaşmaq, iş proseslərində dijital dönüşümü daha da irəlilətmək üçün əhəmiyyətlidir. Bu, şirkətlər və təşkilatlar üçün daha effektiv və inkişaf etmiş bir dijital mühit yaratmaq üçün də əhəmiyyətlidir. Bu növ texnoloji məsələləri araşdırmaq və müzakirə etmək, şirkətlərin həqiqi dəyərlərinə uyğun fərdi və qurumsal səviyyədə rəqəmsal imza alətlərindən daha çox istifadə etmələrinə kömək edəcək.

Daha öncədən statistik göstəricilər üzərindən də təsvir edildiyi kimi ölkəmizdə də elektron imza sertifikatlarına olan tələb pandemiya dövrünə qədərə artım göstərmişdir. Vətəndaşlara xidmət göstərən dövlət qurumları və özəl qurumlarda (kommersiya bankları və s.) bu artım indidə yüksək

temptə davam edir. Eynilə də, tranzaksiya saylarında da hər il on milyonlarla artım müşahidə edilir. COP-29 çərçivəsində İnnovasiya və Rəqəmsal İnkişaf Agentliyi dövlət qurumlarını əhatə edən “Kağızsız hökumət” layihəsini təqdim etmişdir. Layihənin əsas məqsədi dövlət orqanları arasındakı əməkdaşlığın sürətli, təhlükəsiz, eko dost bir mərhələyə keçidini təmin etməkdir. Hazırda rəqəmsal sənəd dövriyyəsinə 1000-dən (min) çox orqan qoşulmuşdur. Ay ərzində 500,000-dən (beş yüz min) çox sənəd dövriyyəsinə tam rəqəmsal şəkildə reallaşdırmaqla 2 min-dən çox ağacın kəsilməsinin qarşısını alır. Bu işə Nəbatət Bağının 1/3-ni təşkil edir⁷.

Nəticə olaraq, rəqəmsal imza alətlərinin artması sənəd dövriyyəsinə sürətli, təhlükəsiz edir. Tərəflər arasında müqavilə və sənədlərdəki məqamları vaxt və məqsəd kontekstində inkar edə bilməyəcək, bu da məhkəmə hüquq sistemində ədalətlik prinsipini icra etməyə kömək olacaq. Kommersiya təşkilatları üçün artıq fiziki olaraq razılaşmaların əldə olunmasına ehtiyac qalmayaraq, səfər və digər xərclərdən də azad olunurlar. Müasir dünyamızda əhalinin rifah səviyyəsinin yüksəldilməsi üçün dünya bazarlarına integrasiya mütləqdir. Bu səbəbdən beynəlxalq elektron imza normativ bazalarına uyğun sistem yaratmaq və icra etmək hər bir inkişaf etməkdə olan ölkə üçün vacibdir.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Kiu, Chia, F.C., & Wong, P.F. (2024). Blockchain integration into electronic document management (EDM) system in construction common data environment. Smart and Sustainable Built Environment, 13(1), 117-132.
2. Rot, A., Sobińska, M., Hernes, M. and Franczyk, B. (2020). Digital transformation of public administration through blockchain technology. Towards Industry 4.0—current challenges in information systems, pp.111-126.
3. Trikoz, E., Gulyaeva, E., and Belyaev, K. (2020). "Russian experience of using digital technologies and legal risks of AI." E3S Web of Conferences. e3s-conferences.org
4. Mexmonov, S. (2020). "Actual issues of electronic commerce development in +the republic of Uzbekistan." Архив научных исследований. tsue.uz
5. Hassan M.A., Shukur Z., Hasan M.K. (2020). An efficient secure electronic payment system for e-commerce. computers. mdpi.com
6. Hathaliya, J.J. and Tanwar, S. (2020). "An exhaustive survey on security and privacy issues in Healthcare 4.0." Computer Communications.
7. Mousavi, S.K., Ghaffari, A., Besharat, S., and Afshari, H. (2021). "Security of internet of things based on cryptographic algorithms: a survey." Wireless Networks.
8. Amdie, E. (2021). "Strengthening the security of mobile cloud computing using hybrid authentication techniques.". smuc.edu.et
9. Narwal, B. and Mohapatra, A.K. (2021). "A survey on security and authentication in wireless body area networks." Journal of Systems Architecture.
10. Kamal, R., Hemdan, E.E.D., and El-Fishway, N. (2021). "A review study on blockchain-based IoT security and forensics." Multimedia Tools and Applications. researchgate.net
11. Jain, Vipin, B. I. N. D. O. O. Malviya, and S. A. T. Y. E. N. D. R. A. Arya. "An overview of electronic commerce (e-Commerce)." Journal of Contemporary Issues in Business and Government 27.3 (2021): 665-670. researchgate.net

Veb-resurslar və Statistik mənbələr:

12. <https://token.sima.az/az/statistics>

⁷ <https://www.digital.gov.az/az/media/press/bu-gune-qeder-1000-den-cox-qurum-reqemal-sened-dovriyyesi-altisistemine-integrasiya-olunub> (bax. <https://www.instagram.com/reel/C68g45CJZoZ/>)

13. <https://asanimza.az/neca-istifada-etmeli/statistika/>
14. <https://www.e-gov.az/ru/content/read/5>
15. <https://token.sima.az/>
16. <https://e-qanun.az/framework/5916>
17. <https://e-imza.gov.az/>
18. <https://azintelecom.az/az/fealiyyetimiz/sima/>
19. <https://eufordigital.eu/az/esignature-pilot-initiative/>
20. <https://asanimza.az/>

G.I.Ismayilova

lecturer, Azerbaijan State Economic University

A.A.Isayev

master student, Azerbaijan State University of Economics

Application of electronic signature algorithm (ESA) and impact on commercial activity

Abstract

In today's globalized world, it is very important to study the impact of technological innovations on both individual and entrepreneurial activities, master the rules of their correct use, and find ways to turn these inventions and innovations into income. Such technological solutions are increasingly expanding their role in everyday life by ensuring the effectiveness of many processes between users. In addition to speeding up the exchange of information between users, electronic signatures play a decisive role in security, trust and other issues between the parties. In addition, in commercial activities, he comes to the fore in roles such as establishing B2B, B2G, B2C relationships, formalizing transactions according to regulatory requirements, and researching the right purchase decisions. Convenience of selling products and services, efficiency of transactions with vendors, evaluations of exchanges with government structures can increase user satisfaction, influence future consumer decisions, and result in increased brand loyalty. In e-commerce, too, this innovation helps maintain continuity by providing a clear understanding of issues related to business partners, consumers and third parties (vendors, government agencies, etc.), maintaining objectivity in court disputes, and freeing up additional costs in the documentation.

Key words: *electronic signature, e-commerce, digital service, globalized world, commercial technologies, ASAN signature.*

Г.И.Исмаилова

преподаватель, Азербайджанский Государственный Экономический Университет

А.А.Исаев

магистрант, Азербайджанский Государственный Экономический Университет

Применение алгоритма электронной подписи (ESA) и влияние на коммерческую деятельность

Резюме

В современном глобализированном мире очень важно изучать влияние технологических инноваций как на индивидуальную, так и на предпринимательскую деятельность, осваивать правила их правильного использования, находить способы превратить эти изобретения и инновации в доход. Такие технологические решения все больше расширяют свою роль в повседневной жизни, обеспечивая эффективность многих процессов между пользователями.

Помимо ускорения обмена информацией между пользователями, электронные подписи играют решающую роль в вопросах безопасности, доверия и других вопросах между сторонами. Кроме того, в коммерческой деятельности он выходит на первый план в таких ролях, как установление отношений B2B, B2G, B2C, оформление сделок в соответствии с нормативными требованиями и исследование правильных решений о покупке. Удобство продажи продуктов и услуг, эффективность транзакций с поставщиками, оценки обмена с государственными структурами могут повысить удовлетворенность пользователей, повлиять на будущие решения потребителей и привести к повышению лояльности к бренду. В электронной коммерции это нововведение также помогает поддерживать преемственность, обеспечивая четкое понимание вопросов, касающихся деловых партнеров, потребителей и третьих лиц (поставщиков, государственных органов и т. д.), сохраняя объективность в судебных спорах и освобождая дополнительные расходы в сфере электронной коммерции. документация.

Ключевые слова: электронная подпись, электронная коммерция, цифровой сервис, глобализированный мир, коммерческие технологии, ASAN подпись.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-231-235>

Ə.Ə.Nəcəfov
doktorant, Azərbaycan Texniki Universiteti
ORCID 0009-0008-5465-8859
najafovamrah@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 06.10.2024

The article was received by the editorial board on 06.10.2024

Статья принята к печати 06.10.2024

AZƏRBAYCANIN QEYRİ-HƏYAT SIĞORTASI BAZARINDA YENİ TEKNOLOGİYALARIN TƏTBİQİNİN TƏHLİLİ (RİSK İDARƏEDİLMƏSİ, SIĞORTA İDDİALARI VƏ MÜŞTƏRİ ƏLAQƏLƏRİ SAHƏLƏRİ ÜZRƏ)

Xülasə

Qeyri-həyat sığortası sektorunda yeni texnologiyaların istifadəsi biznes mənzərəsini kəskin şəkildə dəyişdirəcək. Bu məqalə Azərbaycanın qeyri-həyat sığortası biznesində süni intellekt, maşın öyrənməsi və böyük verilənlərin analitikası kimi yeni texnologiyaların tətbiqini araşdırır. Bu yeniliklərin əməliyyat proseslərini necə dəyişdirdiyini, risklərin qiymətləndirilməsini və idarə olunmasını təkmilləşdirdiyini və istehlakçı təcrübələrini artırdığını nümayiş etdirmək üçün cari tendensiyaları, nümunə araşdırmaları və texnologiya nailiyyətlərini araşdıraraq. Hesabat həmçinin tənzimləyici narahatlıqlar və ixtisaslı insanlara ehtiyac kimi texnologiyaların mənimsənilməsinin mümkün maneələrini və nəticələrini araşdırır. Nəhayət, bu tədqiqat texnoloji tərəqqiyə uyğunlaşan Azərbaycanın qeyri-həyat sığortası sənayesinin gələcək trayektoriyasına işıq salmaq niyyətindədir.

Açar sözlər: qeyri-həyat sığortası, Azərbaycan sığorta bazarı, yeni texnologiyalar, süni intellekt, iqtisadi inkişaf, risklərin idarəsi, sığorta iddiaları, müştəri əlaqələri.

GİRİŞ

Azərbaycanda qeyri-həyat sığortası sənayesi, bir çox dünya sığorta bazarlarında olduğu kimi, texnoloji inqilab astanasındadır. Süni intellekt, maşın öyrənməsi və böyük verilənlərin analitikası kimi müasir texnologiyaların birləşməsi innovasiya və səmərəlilik üçün yeni perspektivlər təmin edərək sektoru transformasiya etməyə hazırlaşır. Azərbaycanın sığorta biznesi texnoloji yenilikləri əhatə etdiyi üçün onların bazar dinamikasına, risklərin idarə edilməsinə və istehlakçı münasibətlərinə necə təsir göstərə biləcəyini başa düşmək çox vacibdir.

Azərbaycanın qeyri-həyat sığortası sənayesində yeni yaranan texnologiyaların inqilabi imkanlarına nəzər salarkən, mövcud tendensiyaları araşdıraraq və texnoloji həlləri inkişaf etdirərək, bu texnologiyaların sektoru necə dəyişdirdiyinə dair tam mənzərəni təqdim etməyə ümid edirik. Süni intellekt və maşın öyrənməsindən istifadənin anderrayting dəqiqliyini, sığorta iddialarının emal səmərəliliyini və ümumi əməliyyat performansını artıracağı proqnozlaşdırılır. Bundan əlavə, böyük məlumat analitikası risklərin qiymətləndirilməsini təkmilləşdirmək və müştəri təcrübəsini uyğunlaşdırmaq qabiliyyətinə malikdir.

Bununla belə, bu texnologiyaların integrasiyası hüquqi mülahizələr və təcrübəli şəxslərin texnologiya həllərini uğurla idarə etmələri və tətbiq etmələri zərurəti kimi yeni problemlər yaradır. Bu məqalə rəqəmsal keçid dövründə Azərbaycanın qeyri-həyat sığortası bazarının üzvləşdiyi potensial və problemlər haqqında anlayışlar təqdim edərək, bu məsələlərə nəzər salacaq.

Riskin qiymətləndirilməsi və idarəedilməsi

Yeni texnologiyanın Azərbaycanın qeyri-həyat sığortası sənayesinə ən mühüm təsirlərindən biri risklərin qiymətləndirilməsi və idarəetmə imkanlarının təkmilləşdirilməsi olmuşdur. Mürəkkəb məlumat analitikasının, süni intellektin və maşın öyrənməsinin istifadəsi sığortaçıların riskləri qiymətləndirmə və idarə etmə üsullarını dəyişdirdi, nəticədə çoxsaylı əhəmiyyətli təkmilləşdirmələr oldu.

Proqnozlaşdırıcı analitika keçmiş məlumatları araşdırmaq və gələcək hadisələri proqnozlaşdırmaq üçün statistik alqoritmlərdən və maşın öyrənmə üsullarından istifadə edir. Qeyri-həyat sığortası vəziyyətində bu o deməkdir ki, sığortaçılar coğrafi yer, meteoroloji şərait və əvvəlki sığorta iddia məlumatları kimi meyarlara əsaslanaraq sığorta iddialarının ehtimalını daha yaxşı proqnozlaşdırırlar. Məsələn, proqnozlaşdırıcı alqoritmlər mümkün təbii fəlakətləri və ya yüksək riskli hadisələri müəyyən edə bilər ki, bu da sığortaçılara siyasətləri və qiymətləri uyğun şəkildə dəyişməyə imkan verir.

Ənənəvi anderryayting üsulları bəzən geniş fərziyyələrdən və ümumi risk profillərindən asılıdır. Yeni texnologiyalar spesifik fərdi və kontekstual məlumatları qiymətləndirərək risklərin daha ətraflı qiymətləndirilməsinə imkan verir. Süni intellektlə işləyən anderryayting sistemləri sığortalılar üçün daha dəqiq risk profilləri yaratmaq üçün sosial media fəaliyyəti, Əşyaların İnterneti sensorları və ictimai qeydlər kimi müxtəlif məlumat mənbələrindən istifadə edə bilər. Bu, daha dəqiq mükafat qiymətləri və fərdiləşdirilə bilən əhatə dairəsi alternativləri ilə nəticələnir.

Əşyaların İnterneti cihazlarının və sensorlarının integrasiyası risk dəyişənlərinin real vaxt rejimində monitorinqinə imkan verir. Məsələn, əmlak sığortasında Əşyaların İnterneti sensorları temperatur, rütubət və struktur bütövlüyü kimi amilləri izləyə bilər və sığortaçılara mümkün təhlükələr haqqında ən son məlumat verir. Bu real vaxt məlumatları sığortaçılara təhlükələri tez aşkar etməyə və idarə etməyə imkan verir, böyük miqyaslı itkilər ehtimalını azaldır və risklərin idarə edilməsi taktikasını gücləndirir.

Daha geniş və fərdiləşdirilmiş məlumatlara çıxışla sığortaçılar sığortalılara risklərin idarə edilməsi üzrə xüsusi həllər təqdim edə bilərlər. Məsələn, nəqliyyat vasitələrinin sığortasında telematika sürücülük davranışına nəzarət edə və sürücülərə rəy göndərərək, təhlükəsizliyin yaxşılaşdırılmasında və risk profillərinin azaldılmasında onlara kömək edə bilər. Eynilə, tibbi sığortada geyilə bilən qadjetlər fitnes və sağlamlıq məlumatlarına nəzarət edə bilər ki, bu da sığortaçılara fərdi sağlamlıq proqramları və təşviqlər təqdim etməyə imkan verir.

Qabaqcıl məlumat analitikası və süni intellekt saxtakarlığın aşkarlanması və qarşısının alınmasında mühüm rol oynayır. Maşın öyrənmə alqoritmləri sığorta iddiası məlumatlarının tendensiylərini və anomaliyalarını öyrənməklə şübhəli fəaliyyəti və ehtimal edilən saxtakarlığı aşkar edə bilər. Bu, təkcə sığortaçının maliyyə sabitliyini təmin etmir, həm də etibarlı sığorta iddialarının daha tez işlənməsinə zəmanət verir.

Ənənəvi sığorta qiymətlərinin müəyyən edilməsi üsulları çox vaxt dayanıqlıdır və geniş risk kateqoriyalarına diqqət yetirir. Yeni texnologiyalar dəyişən risk dəyişənlərindən və fərdi davranışlardan asılı olaraq real vaxtda mükafatları dəyişdirən dinamik qiymət modellərinə imkan verir. Məsələn, istifadəyə əsaslanan sığorta modelləri faktiki istifadə və sürücülük vərdişlərinə əsasən tarifləri dəyişə bilər, daha dəqiq qiymət təklif edir və hər bir sığortalı ilə bağlı əsl riski əks etdirir. Qabaqcıl simulyasiya və modelləşdirmə texnologiyaları sığortaçılara geniş ssenari qiymətləndirmələri və stress testləri aparmağa imkan verir. Bu, müxtəlif risk dəyişənlərinin ümumi riskə məruz qalmasına təsir etmək üçün necə birləşdiyini anlamağa kömək edir. Alternativ risk ssenarilərinin simulyasiyası sığortaçılara gözlənilən əlverişsiz hadisələri daha yaxşı planlaşdırmağa və riskin azaldılması üçün daha effektiv üsullar hazırlamağa imkan verir.

Sadələşdirilmiş əməliyyatlar və sığorta iddialarının emalı

Robotik Proseslərin Avtomatlaşdırılması (RPA) kimi avtomatlaşdırma texnologiyaları təkrarlanan və vaxt aparan əməliyyatları ənənəvi üsullardan daha tez və dəqiq yerinə yetirir.

Məlumatların daxil edilməsi, siyasətin verilməsi və sənədlərin idarə edilməsi hamısı avtomatlaşdırılıb, insan səhvi riskini azaldır və daha çətin tapşırıqlar üçün vacib işçi resurslarını boşaldır. Bu, daha sürətli emal vaxtlarına və daha ucuz əməliyyat xərclərinə səbəb olur.

Süni intellekt və maşın öyrənməsi sığorta iddialarının həyat dövrünün əsas hissələrini avtomatlaşdıraraq sığorta iddialarının işlənməsini dəyişdirir. Süni intellekt alqoritmləri iddia məlumatlarını qiymətləndirə və təhlil edə, iddianın etibarlılığını təyin edə və hətta əvvəlki məlumatlardan istifadə edərək iddia nəticələrini təxmin edə bilər. Bu avtomatlaşdırma sığorta iddialarının həlli prosesini sürətləndirir, emal vaxtlarına qənaət edir və qərar qəbul etmə dəqiqliyini artırır. Rəqəmsal platformaların və özünəxidmət portallarının istifadəsi siyasət məlumatlarına, sığorta iddialarının təqdim edilməsinə və izlənilməsinə sadə giriş imkanı verməklə müştəri təcrübəsini yaxşılaşdırır. Müştərilər sığorta iddialarını onlayn olaraq təqdim edə, təsdiqedicisi sənədləri yükləyə və real vaxt rejimində sığorta iddialarının vəziyyətinə nəzarət edə bilərlər. Bu rahatlıq istehlakçının zövqünü və əlaqəsini artırır, nəticədə daha yaxşı ümumi təcrübə əldə edilir.

Rəqəmsal sənəd idarəetmə həlləri siyasətlər, sığorta iddiası formaları və kommunikasiyalar daxil olmaqla sığorta sənədlərini idarə etməyi asanlaşdırır. Bu sistemlər elektron sənədlərin saxlanması, axtarışına və paylaşılmasına imkan verir ki, bu da kağız əsaslı prosedurlardan və inzibati xərclərdən asılılığı azaldır. Bu, nəinki məhsuldarlığı artırır, həm də təkmilləşdirilmiş tənzimləmə uyğunluğunu təmin edir. Qabaqcıl məlumat analitik texnologiyaları əməliyyat prosesləri və performans haqqında fikir təklif edir. Sığortaçılar sığorta iddialarının işlənməsi müddətləri, səhv dərəcələri və müştəri şərhləri ilə bağlı məlumatları nəzərdən keçirməklə darboğazları və təkmilləşdirmə imkanlarını aşkar edə bilərlər. Məlumat əsaslanan bu strategiya iş axınlarını optimallaşdırır, əməliyyat səmərəliliyini artırır və bütün biznesdə ən yaxşı təcrübələri tətbiq edir.

Çatbotlar və virtual köməkçilər sığortaçılar və sığortaçılara daha effektiv ünsiyyət qurmağa imkan verir. Bu texnologiyalar müntəzəm sualları idarə edə, iddia statusu yeniləmələri təklif edə və müştərilərə sığorta iddiaları prosesində navigasiya etməyə kömək edə bilər. Bu, daimi, vaxtında ünsiyyət saxlamaqla birbaşa insan qarşılıqlı əlaqəsi tələbini azaldır.

Müştəri əlaqələrinin inkişafı

Sığortaçılar süni intellektlə işləyən chatbotlar və virtual köməkçilərdən 24 saatlıq xidmət alırlar. Süni intellektlə işləyən bu tətbiqlər insan iştirakı tələb etmədən siyasət təfərrüatları, iddia statusu və əhatə dairəsi alternativləri daxil olmaqla müxtəlif sualları həll edə bilər. Sığortaçılar sürətli cavablar və yardım göstərməklə müştərilərin rahatlığını təşviq edirlər.

Rəqəmsal platformaların və mobil tətbiqlərin böyüməsi müştərilərin sığorta planlarını idarə etmələrini asanlaşdırır. Bu platformalar istifadəçilərə siyasət təfərrüatlarını araşdırmaq, şəxsi məlumatları dəyişmək, mükafat ödəmək və iddiaların statusunu yoxlamaq imkanı verir. Bu özünəxidmət seçimi telefon zənglərinə və ya şəxsən ziyarətlərə ehtiyacı aradan qaldırır, qarşılıqlı əlaqəni sadələşdirir və bütün müştəri təcrübəsini təkmilləşdirir.

Qabaqcıl məlumat analitikası və süni intellekt sığortaçılara fərdi tələblər və üstünlüklər əsasında daha fərdiləşdirilmiş sığorta həlləri təqdim etməyə imkan verir. Sığortaçılar, müştəri məlumatlarını və davranışlarını qiymətləndirərək risklərin idarə edilməsi üzrə fərdi məsləhətlər verə, müvafiq əlavələrə məsləhət verə və fərdiləşdirilmiş əhatə dairəsi alternativlərini tövsiyə edə bilərlər. Bu fərdiləşdirmə səviyyəsi sığorta məhsullarını hər bir istehlakçının fərdi ehtiyacları ilə əlaqələndirməyə kömək edir. E-poçt bildirişləri, SMS xəbərdarlıqları və tətbiqdaxili mesajlaşma müştəriləri vacib yeniləmələr, siyasət dəyişiklikləri və iddia inkişafı haqqında məlumatlandıran rəqəmsal kommunikasiya üsullarına nümunədir. Bu kommunikasiya kanalları istehlakçıların məlumatlı olmasına və vaxtında məlumat almasına zəmanət verir, bununla da şəffaflıq və inamı artırır.

Məlumat analitik sistemləri müştəri seçimləri, davranışları və rəyləri ilə bağlı faydalı fikirlər təqdim edə bilər. Sığortaçılar bu məlumatlardan müştərilərinin tələblərini daha yaxşı başa düşmək,

təkmilləşdirilməli sahələri müəyyən etmək və fərdi marketinq və xidmət planları yaratmaq üçün istifadə edə bilirlər. Sığortaçılar bu məlumatdan daha mənalı və müvafiq müştəri təcrübəsi yaratmaq üçün istifadə edə bilirlər. Yeni texnologiyalar sığortaçılara istehlakçılarla daha fərdi və müvafiq üsullarla ünsiyyət qurmağa imkan verir. Fərdiləşdirilmiş kommunikasiyalar, hədəflənmiş təkliflər və uyğunlaşdırılmış məzmun istehlakçı profilləri və davranışları əsasında təmin edilə bilər. Bu fərdiləşdirilmiş strategiya sığortaçılar və sığortalılar arasında qarşılıqlı əlaqəni yaxşılaşdırır, nəticədə sədaqət və bağlılığın artmasına səbəb olur.

NƏTİCƏ

Azərbaycanın qeyri-həyat sığortası sektoruna yeni texnologiyanın tətbiqi biznesin çoxsaylı aspektləri üzrə əhəmiyyətli irəliləyişlərlə nəticələnir. Risklərin qiymətləndirilməsi və idarə edilməsində irəliləyişlər, sadələşdirilmiş əməliyyatlar və iddiaların işlənməsi və təkmilləşdirilmiş müştəri təcrübəsi bütün bunlar daha səmərəli, dəqiq və müştəri mərkəzli sığorta ekosistemi yaratmağa kömək edir. Qabaqcıl məlumat analitikası, süni intellekt və maşın öyrənməsi sığortaçıların riskləri qiymətləndirmə və idarə etmə üsulunu dəyişdirdi. Bu texnologiyalar daha dəqiq risk profilinə, proqnozlaşdırıcı modelləşdirməyə və real vaxt monitorinqinə imkan verir. Sığortaçılar bu üsullardan istifadə edərək daha dəqiq qiymətlər, sifarişli əhatə dairəsi alternativləri və risklərin idarə edilməsi üzrə proaktiv həllər təqdim edə bilər, nəticədə risklərin azaldılması və maliyyə sabitliyi yaxşılaşır. Avtomatlaşdırma və süni intellektlə işləyən texnologiyalar əməliyyat səmərəliliyini və iddiaların işlənməsini xeyli artırmışdır. Rutin işlər mexanikləşdirilir, inzibati xərcləri azaldır və insan səhvlərini azaldır. Süni intellektlə işləyən iddia həlləri emal prosesini sürətləndirir və fırıldaqçılıq aşkarlanmasını artırır, rəqəmsal platformalar və IoT interfeysləri isə iddialar prosesini sadələşdirir və dəqiqliyi artırır. Bu təkmilləşdirmələr iddiaların ödənilməsini sürətləndirməyə, əməliyyat xərclərini azaltmağa və daha sadələşdirilmiş sığorta təcrübəsini təmin etməyə kömək edir.

Yeni texnologiyalar 24 saatlıq yardım, sifarişli sığorta həlləri və qüsursuz rəqəmsal qarşılıqlı əlaqə təmin etməklə bütün müştəri təcrübəsini əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşdırıb. Süni intellekt chatbotları, smartfon proqramları və real vaxt rejimində rabitə kanalları istifadəçilərə xidmətlərə və vaxtında məlumatlara asan çıxış imkanı verir. Proaktiv risklərin idarə edilməsi və uyğunlaşdırılmış cəlb müştəri əlaqələri və məmnuniyyəti yaratmağa kömək edir.

Azərbaycanın qeyri-həyat sığortası bazarına qabaqcıl texnologiyanın tətbiqi həm sığortaçılara, həm də sığortalılara fayda gətirəcək şəkildə biznesdə inqilab edir. Sığortaçılar bu irəliləyişləri qəbul etməklə öz əməliyyat bacarıqlarını təkmilləşdirir, daha fərdiləşdirilmiş və səmərəli xidmətlər göstərə və nəticədə daha yaxşı müştəri təcrübəsi təmin edə bilirlər. Sənaye inkişaf etdikcə, texniki yenilikləri qabaqlamaq rəqabət üstünlüyünü qorumaq və bazarın daim dəyişən tələblərini ödəmək üçün kritik əhəmiyyət kəsb edəcək.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Appel, A. (2021). The impact of artificial intelligence on risk assessment in insurance. *Journal of Risk Management and Insurance*, 15(2), 45-62.
2. Coughlan, J., & Gilleran, J. (2022). Robotic process automation in the insurance industry. *Insurance Technology Review*, 27(1), 22-34.
3. Deloitte. (2022). Insurance industry outlook: Embracing digital transformation and innovation. Deloitte Insights.
4. Frolova, E., & Makarenko, E. (2023). Enhancing customer experience through digital transformation in insurance. *Journal of Financial Services Marketing*, 28(2), 140-153.
5. Harrington, S. E., & Niehaus, G. R. (2020). Risk management and insurance (2nd ed.). McGraw-Hill Education. ISBN: 978-1260565837
6. Klumpes, P. J. M. (2021). Operational efficiencies through AI and automation in insurance. *European Journal of Operational Research*, 289(3), 789-802.

7. McKinsey & Company. (2021). The future of insurance: How digital transformation is reshaping the industry. McKinsey & Company Report.

8. Tufano, P. (2020). Digital platforms and customer engagement in insurance. Insurance and Financial Services Journal, 29(4), 215-230.

A.A.Najafov

Ph.D student, Azerbaijan Technical University
ORCID 0009-0008-5465-8859

Analysis of the application of new technologies in Azerbaijan's non-life insurance market (in case of risk management, claims and costumer relations)

Abstract

The use of new technology in the non-life insurance sector is set to drastically alter the business landscape. This article investigates the application of new technologies such as artificial intelligence, machine learning, and big data analytics in Azerbaijan's non-life insurance business. By examining current trends, case studies, and technology breakthroughs to demonstrate how these innovations are altering operational processes, boosting risk assessment and management, and enhancing consumer experiences. The report also examines possible hurdles and ramifications of technology adoption, such as regulatory concerns and the need for qualified people. Finally, this research intends to shed light on the future trajectory of Azerbaijan's non-life insurance industry as it adjusts to technological advances.

Key words: non-life insurance, Azerbaijani insurance market, emerging technologies, artificial intelligence, economic development.

А.А.Наджафов

докторант, Азербайджанский Технический Университет
ORCID 0009-0008-5465-8859

Анализ применения новых технологий на рынке страхования, не связанного со страхованием жизни в Азербайджане (в части управления рисками, урегулирования убытков и взаимоотношений с клиентами)

Резюме

Использование новых технологий в секторе страхования, не связанного со страхованием жизни, должно кардинально изменить бизнес-ландшафт. В этой статье рассматривается применение новых технологий, таких как искусственный интеллект, машинное обучение и аналитика больших данных в страховом бизнесе, не связанном со страхованием жизни в Азербайджане. Изучая текущие тенденции, тематические исследования и технологические прорывы, мы демонстрируем, как эти инновации изменяют операционные процессы, повышают оценку и управление рисками и улучшают потребительский опыт. В отчете также рассматриваются возможные препятствия и последствия внедрения технологий, такие как проблемы регулирования и потребность в квалифицированных кадрах. Наконец, это исследование призвано пролить свет на будущую траекторию развития отрасли страхования, не связанного со страхованием жизни, в Азербайджане по мере ее адаптации к технологическим достижениям.

Ключевые слова: страхование, не связанное со страхованием жизни, рынок страхования в Азербайджане, новые технологии, искусственный интеллект, экономическое развитие.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-236-245>

F.Sh.Allahverdiyeva
master student, Azerbaijan State University of Economics
(UNEC)
fallahverdiyeva34@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 05.10.2024

The article was received by the editorial board on 05.10.2024

Статья принята к печати 05.10.2024

ELECTRONIC COMMERCE AND GLOBALIZATION: A NEW ERA OF ECONOMIC GROWTH

Abstract

The paper has shown how e-commerce and e-globalization reshape the structure of the world economy. Further, it considers one theoretical approach to problems of globalization and the digital economy, making an effort to show the ways in which technological change actually contributes to economic development. Digitization is restructuring the makeup of economies, thereby making them far more productive and competitive on many levels. It also further analyzes the role that e-commerce has played in the development of nations in support of small and medium-scale enterprises, while the views on its future are made with a view to what it portends for the long-term effect of economic expansion. The present study underlines the significant contribution online platforms make toward continued global economic growth.

Key words: *E-commerce, e-globalization, digital economy, economic growth, technological advances, SMEs, global trade, digital platforms.*

INTRODUCTION

In our modern world, the way people use E-commerce has changed with the introduction of the Internet into our lives. The adoption of Internet operations management has surpassed previous technologies in terms of the speed of human adoption. Thus, electronic commerce, a new, competitor to traditional commerce, appeared. E-commerce just represents a form of commerce in modern times. During this modern era, while technology was developing very fast, globalization had an impact on the structure of the world economy and shaped trade relations accordingly. Digital technologies open more opportunities for commerce. This innovation-driven economic growth plays an indispensable role for businesses and consumers, and as a result, affects the dynamics of local markets. This study explains the impacts of globalization with respect to trade and its part in ongoing economic growth through economy, culture, and human interaction and presents potential opportunities.

THEORETICAL APPROACHES

Globalization, which is the Railway movement that started with the Industrial Revolution had a big impact on International trade, but it has been much more valid for people's lives due to the development of Networks such as the Internet. The theory of globalization plays an important role worldwide. This is proven by the emergence and development of e-commerce. Many academics have been relevant and useful in describing this relationship between globalization and e-commerce. Held et al. in their seminal book define it as "the broadening, deepening and acceleration of global interconnectedness". As more and more trade barriers are removed and technology advances, it is becoming easier for online businesses to grow between countries. Totonchi and Manshady's study

found that the factor of globalization forces firms to use ICT, including e-commerce platforms. According to the authors, as firms seek to compete globally, they increasingly depend on digital technologies for efficient production and better market access. Touching upon them, as a result of the swift progress of the Internet and mobile technologies businesses are able to shift to e-business - which enlarges their market presence. Their research indicated the process of globalization creates new market spaces which leads to changes in business strategies for organisations. In this regard, the usage of e-commerce is highly instrumental for those businesses that aim to expand their operation areas in new overseas markets and also accommodate consumers from across the world.

The relationship between globalization theory and electronic commerce is that each drives the other. Whereas globalization is fast restructuring economies, e-commerce is its integral part, helping businesses to sustain and survive in interconnected economies. The effects can be contextualized in several theoretical frameworks that explain the processes by which technology drives economic change.

Innovation theory considers technological development as the main determinant of economic development. That is what Schumpeter termed "Creative destruction" where new technologies come in and replace the old industries and practices hence bringing dynamism into the economy and subsequently economic growth. According to Driskell, technological innovations make the rate of production higher and efficient enough to produce more goods and services at less cost hence contributing to overall economic prosperity.

Theoretically, this follows from the stimulating function that technology performs with respect to long-run economic growth within the framework of the endogenous growth theory. In this respect, all human capital investment, innovation, and even knowledge creation fall into the category of development. The adaptation of digital technologies in companies contributes to globalization, which increases the level of market coverage and thus contributes to the expansion of national economies. gives

Globalization and technology are interdependent. Advanced technology has made the world increasingly global; this globalization accelerates the rate of technological diffusion. Information technology has changed the way businesses operate around the world and facilitated electronic commerce and access to various markets. This, in turn, allows for greater interdependence and increased competition between countries as firms use existing technologies to streamline their operations and create easier access for more customers.

All these innovations in technology have also remade the labor markets. With Automation and Artificial Intelligence, workplaces have totally changed. And just like this new environment is going to cut jobs in some areas, it is also creating a number of jobs in the emerging technology-based sectors of data analytics and cybersecurity. The losses, with job losses and increased income inequality not to mention because of cybersecurity threats, could well be over whatever boons technology confers upon economic growth. Benefits fairly accrue from the shares of opportunities availed through the technological shift in innovation.

While technological changes surely fire the engine of growth in many economies of the world, they are linked with job losses, income inequality, and other serious cyber threats. It therefore follows that states have to balance innovation on one side with the fair distribution of benefits created by technological change on the other side. Driskell spoke to the need for collaboration between the public and private sectors. Indeed, these are the ones who should make sure a solution is found for all these problems, and they are mainly beneficiaries of the full benefits derived from the technology. Indeed, today, the digital economy and e-commerce have become so key in economic development since their influence touches bases through productivity, market extension, and innovation. While the digital economy embraces all economic activities harnessed by prevailing technologies within the current modern age, including but not limited to the use of the Internet, technological gadgets, and e-commer-

ce sites, it epitomizes in itself the shift from traditional economic models to a unified, technologically based platform.

Most contributing literature, in fact, showed increased contribution towards the GDP. Indeed, a number of studies that were carried out in the OECD countries have given evidence that access to the internet has contributed much towards increasing the GDP per capita, while diffusion of mobile phones contributes importantly and vitally in the transition and innovative economies.

This goes well with I-DESI to illustrate that digitally developed countries normally have a high growth rate as pertains to E-commerce remains one of the main drivers of economic development because it allows firms to reach even very distant markets with relative ease. In fact, with the growth of more and more online platforms, access to such markets has become democratized - even for small and medium enterprises - which can now compete on a global scale. E-commerce thus contributes to higher productivity through automation and simplified processing, thereby adding to overall economic dynamism.

The digital economy inspires innovation in technologies at the heart of productivity growth. According to Schumpeter's theory of creative destruction, new technologies crowd out existing markets and open new frontiers of development through innovation.

Integrating digital technologies in a business context thus increases efficiency, cost-effectiveness, and overall value proposition. In the era of digitalization, the role it will play in the formation of economic landscapes is very important over time. Areas for future research to consider are the effects of digitization on various sectors, particularly in the less developed regions of the world where growth potential is high but underutilized.

E-commerce and the digital economy are now part of modern economic development and bring a number of advantages in increased productivity, market expansion, and innovation. Despite many remaining challenges—not the least of which is uneven access to technology - the prospects for economic growth through digital transformation are huge. In order to really capitalize on this rapidly shifting landscape, however, the policymakers will also need to incentivize investments in infrastructure as well as education.

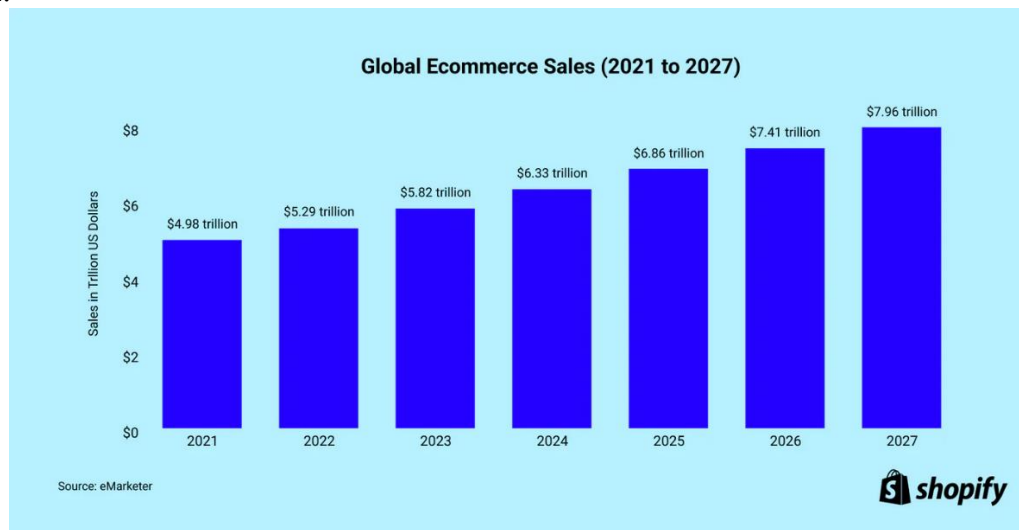
ANALYSIS

Globalization proceeds to have a strong effect on the industry of e-commerce. Especially in recent years, rapid digitization has maximized global shopping from desktop and mobile devices. In fact, it is global development that really enables the e-commerce sector to go further in global development.

Today, with globalization, many Internet users from all over the world can reach and shop with businesses even if they are on the other side of the world. This paper will explore the theoretical frameworks and empirical evidence for the proper conceptual placement of e-commerce from the perspective of the global economy.

E-commerce is actually expected to contribute greatly to the economy. According to statistics, e-commerce retail sales worldwide will reach about \$6.38 trillion by 2024 from \$3.53 trillion recorded in 2019. This exponential growth can be viewed in terms of increasing internet access, smartphone adoption, and other aspects. There have been a number of trends in changing consumer behavior which are still favorable for online shopping. For example, the US forecasted that by mid-2023, e-commerce would make up 14.3% of all retail sales, while records from the Census Bureau consistently show a high and growing pace within retail sectors (Chart 1).

Chart 1.



Source: <https://www.shopify.com/blog/global-ecommerce-sales>

It has, in effect, opened world markets to entrepreneurs and small businesses that do not necessarily have to be physically present in any given country because geographical barriers to trade are shrinking. According to a study by Accenture, 22% of the world's e-commerce will be cross-border e-commerce by 2023. Accessibility also encourages competition and innovation; and allows the consumer to buy products from anywhere in the world.

While on the one hand, it affects conventional retail activities with job losses, e-commerce creates jobs related to digital marketing, logistics, technology development, and customer service. Online market activity through the platform has been able to encourage many small-scale entrepreneurs to run multiple businesses, thus diversifying and sustaining economic activity.

In addition to all these gains, there are serious obstacles to the future development of e-commerce. However, while much of the world has remained unequal in its use of the Internet or even the basic skills for shopping online, coupled with the threat of cybersecurity that might strike consumer confidence in the protection of personal information, there is an increasing need to fall under strict frameworks for protection. Thus, information technology is fully integrated within an e-commerce company. Against this background, Weisblat argued that technological progress supports processes of globalization that include opportunities to improve communication and operational efficiency across borders. The latter processes of globalization are supported by the process of homogenization of consumers due to the improvement of access to information technologies.

This, in turn, might be great, as better market access, innovation, and growth shape the role of the global economy. Undeniably transformational power will certainly be put into practice through the resilience of e-commerce against global economic challenges. In this respect, collaboration on every available front will go a long way toward meeting the complete potential with regard to inclusive solutions, cybersecurity challenges, and infrastructure development. E-commerce will not stop growing either and is therefore bound to become one of the key elements in economic discourse and policy-making.

E-commerce is increasingly one of the influential drivers of the global economy in developing countries. This paper, therefore, uses theoretical and empirical evidence to explore different dimensions of e-commerce impinging on economic growth and access to markets for social development.

E-commerce has a high potential to impinge on productivity increase and operational cost reduction in sectors relevant for economic growth in developing countries. On that matter, El Gawady

opines that e-commerce ascertains that by the year 2021, doing business will be eased; in that respect, firms become more productive in light of a reduction of costs that usually characterize traditional retail methods. This has particularly become important within the precinct of developing economies since resource allocation tends to be generally high. In this regard, hence, the digitalization platforms are going to be optimizing their supply chains, and improving inventories in increasing both productivity and output. E-commerce opened up international market opportunities which, up until then, were unimaginable by SMEs in developing countries. This access, without e-commerce, would have been highly expensive and all but impossible for businesses in developing countries because of physical barriers. E-commerce websites have given SMEs an inexpensive avenue to reach consumers from any part of the world and, in this process, increase their potential markets and sales opportunities quite significantly. Thus, according to Alyoubi, it has been argued that the Internet enables firms in developing countries to adopt B2C and B2B activities without investing in heavy physical infrastructure.

Apart from its own industry, it offers a huge field of job opportunities in logistics, customer service, and digital marketing. While most automation in traditional retail is done at the expense of certain jobs, e-commerce offers new means of finding jobs that require different skill levels. This is, of course, another step further towards an economy that relies less on traditional industries and therefore can be more resilient to exogenous shocks. Quite frankly, despite all that e-commerce can bring into their lives, they have to deal with the inadequacy of infrastructure, partial access to the Internet, and lack of computer literacy among a long list of such obstacles. Frankly, these are regulatory barriers and very real barriers to its growth in developing countries. It is important to overcome such economic, social, and political barriers to reap the full benefits of e-commerce. On the other hand, governments in many developing countries need to invest equally in the development of modern digital infrastructure and education for businesses and consumers who want to participate in e-commerce.

These have further development implications socially relevant for consumer choice and people's empowerment through access to great selections of goods and services at competitive pricing. Others may be QColor-financial inclusion through online access to banking and payment systems, especially for unserved sections of the population.

All this means that with an enabling environment to promote digital literacy among policymakers, invested infrastructure, and well-defined regulatory frameworks that support online business activities, e-commerce can realize its full potential for economic growth. It is because of this that such governments, private sectors, and international organizations must work in collaboration in order for them to surmount existing barriers. Today, e-commerce presents one of the many opportunities available to developing countries in regard to economic growth and development. Electronic commerce tends to transform the economies of countries in ways that raise productivity, relax market constraints, and create jobs. Of course, these are the challenges: mainly infrastructural barriers and those related to digital literacy. All the benefits stand in concrete forms assumed by them, therefore. While there is a rapidly integrating digital economy, strategic investments in technology and education hold the key to sustainable development between developed and developing nations. It is believed to be amongst the major factors for the development of SMEs within the territorial boundary of a nation and also internationally. E-commerce defines SMEs based on revenues and numbers of employees, but these vary from one country to another. Basically, it is defined as all business transactions involving goods, services, information, and payments over the Internet and other open electronic networks using electronic platforms such as electronic data exchange or e-mail, but generally for Business-to-sites websites. Business and Business to Consumer models. It is being told through various reports that according to the OECD, more than 90 % of the world firms are SMEs, and any form of growth in them would keep the economy safe as well as create employment.

It majorly causes jolts in the conventional barriers to market entry for SMEs through e-commerce. This only means that through digital channels, one gets access to giant international markets where access to physical infrastructure is minimal.

A rough estimation showed that in Canada through the adoption of B2B e-commerce, SMEs benefited in terms of revenue up to 7% and in terms of cost reduction which is almost 10%. This means it is saying that due to integration in e-commerce, yes, innovations are coming up amongst SMEs either for new technologies or even for new business models. El-Gawady further elucidates that from this site and the e-commerce platform itself, proper analytics data will come out of which the SME shall be able to make informed decisions in light of customer behavior and hence manage their inventory and marketing activities accordingly. While competitiveness and productivity increase, so does operational efficiency. Although these doubts could theoretically be said to be avoided, due to several reasons such as the availability of technology, poor development of digital literacy among the workforce, and inability to meet regulatory requirements, no reason stands to keep SMEs upright. The industry also creates ancillary jobs in digital marketing, logistics, customer service, and IT support. Similarly, while job losses are occurring in traditional retail, growth in the e-commerce ecosystem is opening up many new positions. Thus, e-commerce further diversifies the economic activities of SMEs by reducing dependence on any one market or product line..

In general, this tends to be one of the key drivers among SMEs within developing economies, partly driven by the fact that better economic growth, higher market access, and higher rates of innovation open new opportunities. With strategic investment in technology and education, therefore, would enable SMEs to participate in an increasingly digitized economy; hence, hopping over the challenges acting as a barrier to e-commerce adoption. According to Alyoubi, the majority of SMEs experience problems with the technical nature of building online platforms and the use of complex legal terms governing online transactions.

That means investment in digital infrastructure, training programs for building digital skills and investing in enabling SMEs to take full advantage of e-commerce by way of supportive regulatory frameworks. In this respect, close coordination among the government, the private sector, and international organizations would be required in order to overcome existing barriers.

It has structurally doubtless altered the modes of production, the composition of the workforce, and the flow of supply. The succeeding sections discuss the variegated dimensions of a conceptualization related to the impact created by e-commerce in light of juxtaposed theoretical frameworks against the empirical evidence from diversified fields as referred to above.

E-commerce has changed the nature and type of manpower required in most lines of industries. It engenders emergent skills, which become significant in this transition from conventional retail into one set within an online context. Many aspects cut across but are not limited to digital marketing, data analytics, and IT management, among others. In this respect, Gunasekaran et al., 2002 observed that e-commerce opened an avenue that actually needed people who knew technology but at the same time could provide service to the customer. Thus, it opened up new business opportunities and at the same time made the previous more traditional jobs redundant. The nature of work in logistics and warehousing has changed to include expertise in inventory management systems and order fulfillment technologies.

E-commerce also allows all employees to work from home and anywhere; contributes to better work achievements or performance and productivity. It has been negative because it leads to disruption of work-life balance and thus hinders work integration.

E-commerce optimizes production processes because it favors just-in-time production techniques and lean techniques. The integration of e-commerce with the production system allows real-time exchange of actual information between suppliers and manufacturers, as well as effective

response to market demand. A firm using an e-commerce platform for procurement will be able to reduce lead times and inventory costs through better production schedule planning.

In addition, e-commerce adoption catalyzes innovation in product development. Firms can obtain consumer feedback from online platforms and thus easily and quickly iterate and customize products to respond to the real-time market. Such responsiveness, in turn, helps SMEs compete with larger enterprises on offerings tailored to specific customer groups.

E-commerce has indeed increased the visibility of supply chain management by increasing transparency and greater efficiency. Digital platforms increase usability, coordination, and product delivery capabilities for all functions along the supply chain. The supply chain with electronic energy supply interrupts the energy-related operation. While these processes get streamlined, paperwork gets reduced to a minimum.

It is upbeat because with more sophisticated business logistics, including drop shipping, and automation in tracking inventory such innovations, as one could predict, smoothen the transaction but raise the usage of faster means of delivery and their more precise tracking of orders.

While e-commerce accrues all these benefits, a lot of challenges emanate from it in terms of production and supply chains, which in turn have hindered its full application. A firm has to make a full investment in technology and infrastructural investments, plus training of employees, if it is to realize the full potential of e-commerce. Besides, there is a cyber threat that needs serious safeguards against data storage and consumer trust.

It has caused an imbalance where organizations that can set the pace for rapid technological changes and organizations that cannot set the pace. It has also imposed a digital divide, amplifying those powers that are already economically viable or dominant industries or regions. This includes e-commerce, which has a real impact on energy, manufacturing processes, and supply chains. E-commerce increases innovation, efficiency, and employment, thereby playing a very important role in modern economic dynamics. Providing security technologies and cybersecurity practices so organizations can get the full power of e-commerce. Infrastructure complementing businesses and employees will spark growth from the digital economy.

CONCLUSION

This marked the beginning of a new era of globalization-aka e-globalization-which was going to determine the course of the global economic scenario in no small measure in these coming years. In this paper, the micro effects of the B2C implications and for what reason this development is taking place are considered in greater detail.

Forcing efforts to scale up technology adoptions and construct internet facilities apart, the above will result in a share of at least 25% of e-commerce in the economy by 2027. New Breakthrough Technologies for Inclusive E-Commerce: AI, ML, and AR Artificial Intelligence-in-ruled power completion of personalized experiences through systems and chatbots. Clearly visible how well the product would look in real conditions. Continuous development and evolution in deep technologies catalyze startups to help with continuous development in technologies. Thus, another critical cause for growth could be considered the continuous evolution and development of deep technologies.

This trend in mobile commerce is going to be very important in ensuring growth within e-commerce. Shortly said, according to the estimation of M-Commission, 55% of Internet traffic by means of mobile devices in 2024 means 40% of all sales within e-commerce. Hence, with customers using mobile devices for online shopping, it is going to raise demand for such a platform.

This, therefore, would imply that through e-globalization the global markets can be fitted with electronic devices so as to enable a firm to sell its products to the energy consumers without necessarily setting up physically in the markets. Cross-border e-commerce in 2023 will be approximately 22 % of the total world e-commerce⁵. In such a way SMEs would be enabled to become globally competitive hence contributing to economic efficiency and innovation.

Of course, it would also carry various other burdens emanating from cybersecurity threats, regulators, and the digital divide for many years thereafter. Not all areas in this modern age have been enabled with regard to digital infrastructure; thus, there is only so much the economics of e-commerce can go.

This in turn creates more opportunities for both businesses and consumers alike and will continue to create future growth in both e-commerce and globalization." Improved technology constantly offers better ways to facilitate purchases and reach wider markets." Innovation and Inclusion: Stakeholder Challenges and Solutions for Sustainable Development New development in the evolution of e-commerce shall henceforth be characterized by two interrelated twins, namely innovation and inclusion.

Globalization, therefore, would be one driver in world economies in the future, not without a sense of trepidation, in fact, with considerations of recent technological development and changes in consumer behavior. This paper is going to proceed by reference to relevant analysis in this respect, emphasizing chiefly the main potential changes expected in e-commerce given the most recent developments but also foreseen and having important implications with respect to economic growth, market dynamics, and global trade.

The more accessible and the more convenient the consumers, the greater the e-shopping. Actually, as a matter of fact, one such report says that an average of about 80% of Americans have been making purchases online in recent years. Actually, that would mean wider acceptance across more demographic boundaries. Demand for change is now consumer-driven, and in this regard, businesses should go along with the demands of the changing perception and integrate more e-commerce into commerce.

This, therefore established cross-border trade hence increasing access to SMEs in cross-border markets with the least investment in developing physical infrastructure. Cross-border e-commerce, anticipated to make up 22% of the world's total this year, is further expected to open better opportunities and economic diversification for SMEs. What is the trend that we notice herein? Aggregated together, electronic globalization w.r.t. the receipt of information through an electronic means precedes the entirety of the earth.

What one would have expected is deep integrations with, for example, Artificial Intelligence, Machine Learning, and even Blockchain. Artificial Intelligence wants better personalization, while blockchain adds some form of stability and security concerning transactions. Innovations will continue further in an effort to simplify supply chains, to reduce manufacturing practices for improvement; hence, it is going to give more impetus to e-commerce joining the ranks of very important drivers of economic growth.

With such potential, it could not run away from challenges related to cybersecurity threats, regulatory tools, and the digital divide. Otherwise, the resultant consumer confidence would strengthen growth further and improve data protection. Full participation in the e-commerce economy is even further minimal owing to uneven access to the Internet. Something has to be made for this to become inclusive.

Indeed, it would be more fundamental to the world economy for a considerably long period of time. Definitely, with continuous revolutionary changes in technology, e-commerce surely features among the growth poles of the economy and extends access to markets for small and medium enterprises or SMEs as well as the globalization of the economy. Whatever may be the reason, it certainly is a great injustice to the full benefits accruable therein to continue to preoccupy these issues of trust and inclusion. This is in the manufacturing environment that has got to nurture growth in a vibrant industry, and all its stakeholders have got to come together in its creation.

Literature used:

1. Totonchi, J., & Manshady, G. (2012). "The Impact of Globalization on E-Commerce." International Journal of Business Research.
2. European Commission (2020). "International Digital Economy and Society Index (I-DESI)."
3. Driskell, D. (2022). "Impact of New Technologies on Economy and Society: A Literature Review." MPRA Paper No. 115764.
4. Kraemer, KL, Gibbs, J., & Dedrick, J. (2005). "Impacts of Globalization on E-Commerce Use and Firm Performance: A Cross-Country Investigation." Journal of International Business Studies.
5. Weisblat, S. (2019). "The Role of Technology in Globalization." Journal of International Business Studies
6. Statistics (2024). "Global E-Commerce Sales Forecast."
7. Accenture (2023). "Cross-Border E-Commerce Trends."
8. US Census Bureau (2023). "Quarterly Retail E-Commerce Sales."
9. El Gawady, ZM (2021). "The impact of e-commerce on developed and developing countries." MISR University for Science and Technology.
10. OECD (2020). "SMEs and Entrepreneurship: Key Statistics."
11. Statistics (2024). "Global E-Commerce Sales Forecast."
12. Innoraft (2023). "Exploring the Promising Future of the Ecommerce Industry."
13. BigCommerce (2023). "Future of Ecommerce: Developing Trends + Enterprise Forecast."
14. Help Scout (2024). "53 Key Ecommerce Statistics: Trends, Insights, and Predictions."
15. MS Research Hub (2024). "The Resilience of E-Commerce in Shaping the Global Economy."
16. Ziaul Hoq et al., (2023). "The Economic Impact of E-Commerce." CORE.
17. Distichain (2024). "Driving Growth: The Role of B2B E-Commerce in Small and Medium Enterprises."
18. Global E-commerce Sales Growth Report (2024) Shopify<https://www.shopify.com/blog/global-ecommerce-sales>

F.Ş.Allahverdiyeva

*magistrant, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
(UNEC)*

Elektron ticarət və qloballaşma: İqtisadi artımın yeni dövrü

Xülasə

Məqalə elektron ticarət və e-qloballaşmanın dünya iqtisadiyyatının strukturunu necə yenidən formalaşdırdığını göstərir. Məqələdə həmçinin qloballaşma və rəqəmsal iqtisadiyyat məsələlərinə nəzəri yanaşma əks olunub, texnoloji dəyişikliklərin əslində iqtisadi inkişafa necə töhfə verdiyi vurğulanır. Rəqəmsallaşma iqtisadiyyatların strukturunu yenidən qurur və beləliklə, onları bir çox cəhətdən daha məhsuldar və rəqabətli edir. Daha sonra elektron ticarətin dövlətlərin inkişafında oynadığı rol təhlil edilir, kiçik və orta sahibkarlığa dəstək verir və nəhayət, bu yazının sonunda elektron ticarətin gələcəyi ilə bağlı fikirlər irəli sürülür. iqtisadi genişlənməyə uzunmüddətli təsirlər baxımından xəbər verir. Bu araşdırma onlayn platformaların davamlı global iqtisadi artıma verdiyi əhəmiyyətli töhfəni vurğulayır.

Açar sözlər: elektron ticarət, e-qloballaşma, rəqəmsal iqtisadiyyat, iqtisadi artım, texnoloji irəliləyişlər, KOM-lar, global ticarət, rəqəmsal platformalar.

Ф.Ш.Аллахвердиева
магистрант, Азербайджанский Государственный Экономический
Университет (UNEC)

Электронная коммерция и глобализация: новая эра экономического роста

Резюме

В этой статье показано, как электронная коммерция и электронная глобализация изменяют структуру мировой экономики. В статье также размышляется о теоретическом подходе к вопросам глобализации и цифровой экономики, подчеркивая, как технологические изменения на самом деле способствуют экономическому развитию. Цифровизация реструктурирует структуру экономик, тем самым делая их гораздо более производительными и конкурентоспособными во многих отношениях. Далее анализируется роль, которую электронная коммерция играет в развитии стран, поддерживая малые и средние предприятия, и, наконец, в конце этой статьи высказываются мнения о будущем электронной коммерции с точки зрения того, что она предвещает с точки зрения долгосрочных последствий для экономического роста. В настоящем исследовании подчеркивается значительный вклад онлайн-платформ в обеспечение дальнейшего глобального экономического роста.

Ключевые слова: электронная коммерция, электронная глобализация, цифровая экономика, экономический рост, технологические достижения, МСП, мировая торговля, цифровые платформы.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-246-251>

M.A.İmranova
doktorant, Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti
ORSID 0000-0001-9663-5198
mehriban_i@yahoo.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 19.07.2024

The article was received by editorial board on 19.07.2024

Статья принята к печати 19.07.2024

İNNOVATİV KLASTERLƏRİN TƏŞKİLİNDƏ TƏTBİQ OLUNAN MATRİSLƏR VƏ MODELLƏR BARƏDƏ

Xülasə

Məqalədə, *yığcam şəkildə innovativ klasterlərin regional aspektdə təşkilində tətbiq olunan matrislər və modellər barədə mülahizələr nəzərdən keçirilmişdir. Həmçinin, prespektivdə innovativ klasterlərlə təminat və respublikanın iqtisadi inkişafının təmin edilməsində klaser modellərinin tətbiqi və istifadəsi üzrə bəzi amillər araşdırılmışdır.*

Açar sözlər: *klaster, matrislər, modellər, regional iqtisadiyyat, innovasiya.*

İqtisadiyyatda “klaster” anlayışı, ilk dövrlərdə sənaye klasterləri və daha sonra regional klasterlər şəklində ortaya çıxmışdır. Məşhur Amerika alimi M. Porter klasteri “coğrafi cəhətdən cəmləmiş, bir-biri ilə əlaqəli şirkətlər, ixtisaslaşmış təchizatçılar, xidmət təminatçıları, oxşar sahələrdəki firmalar, habelə onların müəyyən sahələrdə fəaliyyətləri ilə əlaqəli, rəqabət aparan, lakin, eyni zamanda birlikdə işləyən qruplar” kimi müəyyən etmişdir [4].

Klasterlər nəzəriyyəsinin inkişafının metodoloji əsasını, bütöv bir qrup nəzəriyyələr təşkil etmişdir ki, onların inkişafını, əsasən iki qrupa bölmək olar.

Birincisi, klasterdəki firmalar, müəyyən şəkildə biri-biriylə əlaqə saxlamalıdırlar və bu əlaqələr həm şaquli, həm də üfüqi istiqamətdə olmalıdır. Şaquli əlaqələrə alqı-satqı zəncirləri, üfüqi əlaqələrə isə əlavə məhsul və xidmətlər, oxşar ixtisaslaşdırılmış peşələrin, texnologiyaların və ya qurumların istifadəsi və digər bağlantılar aid edilir. Bundan əlavə, bu bağlantıların əksəriyyəti sosial əlaqələri və ya cəlb olunan firmalar üçün faydalı şəbəkələri əhatə etməlidir.

İkinci əsas xüsusiyyət ondan ibarətdir ki, klasterlər, bir-biri ilə əlaqəli şirkətlərin coğrafi cəhətdən yaxın olan qruplarıdır. Şirkətlərin birgə yerləşməsi, firmalar arasında qarşılıqlı əlaqələrin strukturundan irəli gələn, dəyər yaradan üstünlüklərin formalaşmasına və artmasına kömək edir [3].

İnnovativ klasterlər üçün xüsusilə vacib və həssas məqamlar aşağıdakılar hesab olunur:

- klaster üzvləri arasında aydın qurulmuş qarşılıqlı əlaqə strukturunun olması;
- klasterin fəaliyyəti üçün bütün zəruri resursların təkrar istehsalını təmin edən effektiv sistemin olması;
- bütün iştirakçıların klasterin yaradılmasında marağının olması;
- innovativ məhsulun olması.

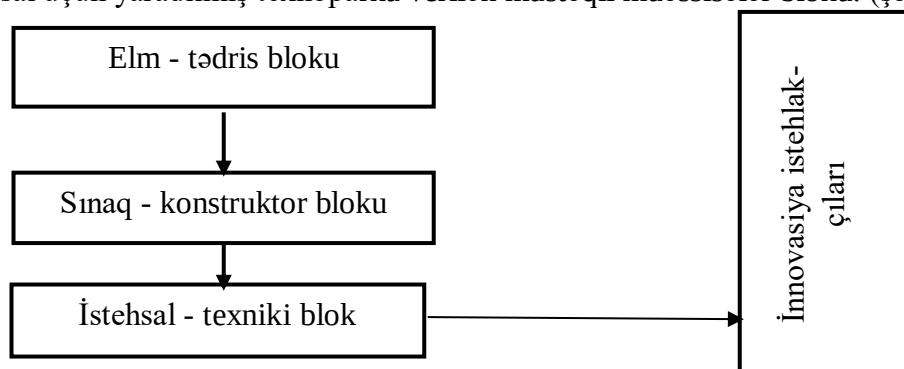
İnnovasiya klasterinə istehsal komponenti daxil ola bilər və ya o, yalnız innovativ ideyanın və innovativ məhsulların prototipinin yaradılması ilə məşğul ola bilər. Bu yolla innovativ məhsulların istehsalı birbaşa eyni regionda yerləşən sənaye klasteri tərəfindən həyata keçirilə bilər ki, bu da coğrafi cəhətdən əlverişlidir.

Sənaye klasteri dedikdə isə, bir qayda olaraq, əmlak münasibətlərinə görə biri birindən birbaşa asılı olmayan, lakin, vahid maddi, maliyyə və məlumat axınları ilə birləşmiş firmalar (təşkilatlar) məcmusu başa düşülür. [2]

İnnovativ və sənaye klasteri üçün fərqləndirici xüsusiyyətləri ilə yanaşı, onların funksiyalarını birləşdirən innovasiya-sənaye klasteri də belə bir qrup kimi başa düşülə bilər. Sənaye xarakterinə görə təcrid olunmuş, formal müstəqilliyi olan innovativ birləşmələrin, sahibkarlıq subyektlərinin, dövlət inzibati, elm və təhsil müəssisələrinin başlıca məqsədi, vahid idarəetmə mərkəzi yaratmaqla, yüksək texnologiyalı məhsullar almaq və ümumi regional sinergetik effekt əldə etməkdir.

Müasir regional klaster sistemləri, vahid istehsal zəncirində qurulmuş bölgədəki funksional və iqtisadi cəhətdən bir-biri ilə əlaqəli müəssisələrin məcmusu kimi də çıxış edə bilər. Ərazi və sahə komplekslərinin inkişafının xarakteri, sahə strukturlarının maraqlarının və regional sosial-iqtisadi inkişafın əsas subyektlərinin integrasiyası ilə əsaslandırılır. Regional səviyyədə klaster komplekslərinin formalaşmasının əsas meyarı, müəssisələr və belə strukturların digər iştirakçıları arasında çoxsəviyyəli qarşılıqlı maraqlar sisteminin mövcudluğudur. [5]

İnnovasiya klasterinin iştirakçıları arasında əlaqələrin qurulmasının ümumi strukturu, əksər regionlar üçün xarakterikdir: universitetlər tərəfindən təmsil olunan elmi-tədris bloku, yüksək texnologiyalı məhsulların yaradılması üçün innovativ konsepsiyaları əks etdirən, zəruri elmi-tədqiqat işlərini həyata keçirən və məhsulların sınaq partiyasını yaradan blok və sənaye miqyasında sonrakı istehsal üçün yaradılmış texnoparka verilən müstəqil müəssisələr bloku. (şək. 1)



Şəkil 1. İnnovativ klasterin tipik strukturu

Yuxarıda, 1-ci şəkildə verilmiş “İnnovasiya klasterinin formalaşmasının tipik strukturu”nda bir çox qüsurlar, daha doğrusu çatışmazlıqlar vardır.

Birincisi, tipik struktur formalaşdırarkən, innovativ məhsulların yaradılması prosesində marketinqin rolu nəzərə alınmır. Bu strukturda istehlakçıların seçimlərinin təhlili, xarici mühitin təsirinin müəyyən edilməsi və onu nəzərə alaraq innovativ layihələrin tətbiqi prosesinin tənzimlənməsi ilə məşğul olacaq bölmə və ya sahibkarlıq subyekti yoxdur.

İkincisi, klaster üzvləri arasında qarşılıqlı əlaqə prosesinin idarə edilməsi üçün aydın struktur yoxdur. Belə bir innovativ klasterin formalaşdırılması konsepsiyası, bütün iştirakçıların könüllü əməkdaşlığına əsaslanır və bu, klaster üzvlərinin hər biri tərəfindən öz öhdəliklərini yerinə yetirməməsi riskini xeyli artırır.

Üçüncüsü, bu strukturda bütövlükdə layihənin və hər bir iştirakçının fəaliyyətinin maliyyələşdirilməsinə cavabdeh olan element yoxdur.

Dördüncüsü, bu strukturda bütün klaster üzvlərinin maraqlarının təmin edilməsi mexanizmi yoxdur. Belə halda, mövcud struktura uyğun olaraq, yalnız texnoparkın tərkibinə daxil olan müəssisələr yekun mənfəət əldə edəcəklər.

Mahdiyyət eribarı ilə, mövcud klaster modeli yeni yaradılmış müəssisələrin təkrar istehsalına deyil, köhnəlmiş texnoloji bazaya malik mövcud iri sənaye müəssisələrinin rəqabət qabiliyyətinin və maliyyə dayanıqlığının dəstəklənməsinə yönəlmişdir.

Qeyd olunan çaişmazlıqları aradan qaldırmaq və yeni innovativ klaster müəssisələrinin yaradılması və səmərəli fəaliyyətinin təşkili məqsədilə Tipik innovasiya klasterinin iştirakçılarının məsuliyyət sahələri üzrə səlahiyyətlər bölgüsü və qəqiq öhtəliklər müəyyən olunmalıdır. Bu məqsədə nail olmaq üçün müəyyən araşdırmalar aparılmaş və bu araşdırmaların nəticələrini əks etdirən göstəriciləri ehtiva edən səlahiyyətlər matrisi qurulmuşdur ki, bu da, aşağıdakı cədvəldə verilmişdir (Cədvəl 1).

Cədvəl 1

Tipik innovasiya klasterinin iştirakçılarının məsuliyyət sahələri üzrə səlahiyyətlər bölgüsü

Tipik klasterin elementləri	Məsuliyyət sahəsi (əhatəsi)
Elm-təhsil bloku	Elmi-tədqiqat və təcrübə-konstruktor işlərinin aparılması və innovativ məhsulların sınaq nümunələrinin layihələrinin hazırlanması. İnnovativ məhsulların laboratoriyalarda sınaqdan keçirilməsi
Sınaq-konstruktor bloku	Texnologiyanın hazırlanması. Məhsulun sınaq partiyasının buraxılması (istehsalı)
İstehsal-texniki blok	İnnovativ məhsulun sənaye miqyasında istehsalı

Eyni zamanda, səlahiyyətlər matrisi əsasında, yuxarıda qeyd etdiyimiz bloklar üzrə, müəyyən funksiyaların həyata keçirilməsi imkanları və klasterə daxil olan təşkilatın əsas keyfiyyətləri, təcrübə və səriştələr toplusu (matrisi) müəyyən edlmişdir (Cədvəl 2).

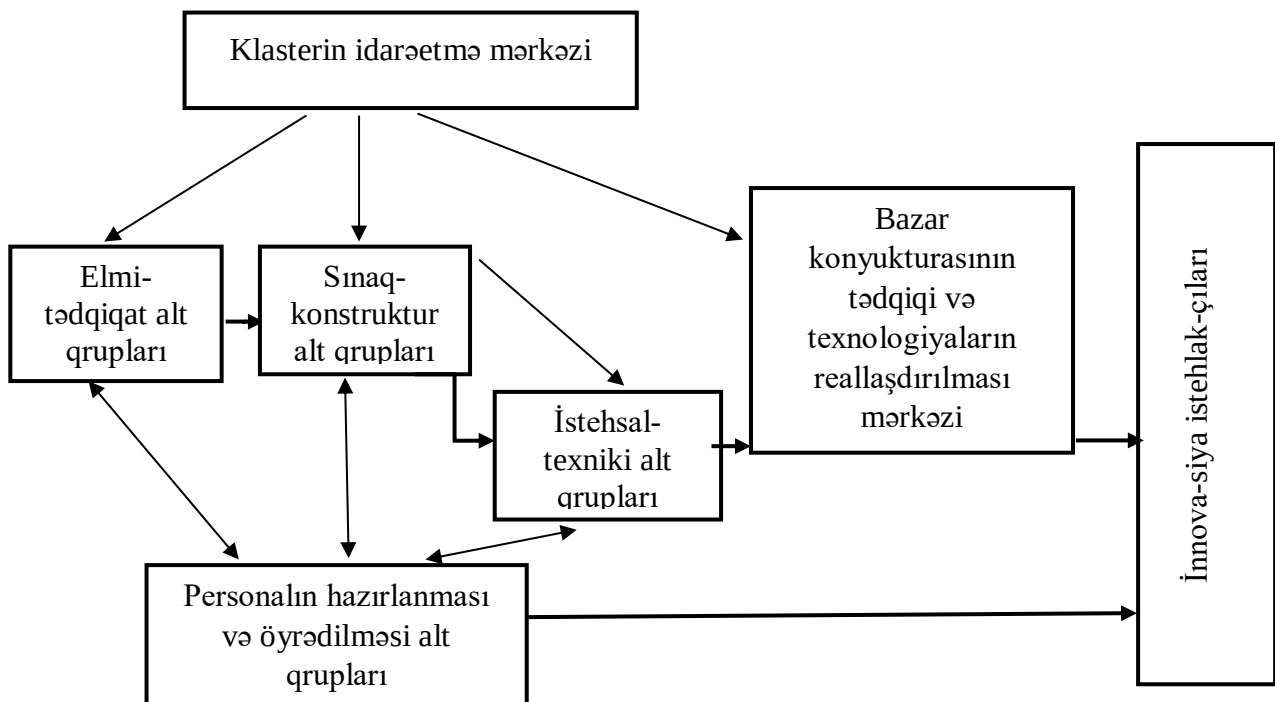
Cədvəl 2

Tipik innovasiya klasterinin səriştələr matrisi

Funksiyanın elementləri	Elm - təhsil bloku	Sınaq-konstruktor bloku	İstehsal-texniki bloku
İnnovativ layihələrin fundamental elmi-tədqiqat və təcrübə-konstruktor işlərinin aparılması	İnnovativ layihənin məqsəd və vəzifələrinin təyin olunması, elmi-tədqiqat və təcrübə-konstruktor işlərinin həyata keçirilməsinin ümumi konsepsiya və texnoloji xəritəsinin hazırlanması		
İnnovativ məhsulun prototipinin hazırlanması		Tətbiqi elmi-tədqiqat və təcrübə-konstruktor işlərinin aparılması, innovativ məhsulun sınaq nümunəsinin istehsalının təşkili	

Bazarın operativ təhlili			İnnovativ məhsulun bazara çıxarılması konsepsiyasının hazırlanması
İnnovativ məhsulların sənaye istehsalı (buraxılışı)			İnnovativ məhsulun sənaye istehsalının təşkili

Yuxarıda, 1-ci şəkildə verilmiş modelin qeyd olunmuş çatışmazlıqları, 1-ci və 2-ci cədvəllərdə verilmiş səlahiyyətlər və səriştələr matrislərinin göstəriciləri nəzərə alınmaqla İnnovativ klasterlərin formalaşmasının tipik strukturunun qurulmasının yeni modeli, aşağıdakı kimi təklif olunur (şək.2).



Şəkil 2. İnnovativ sənaye klasterinin təkmilləşdirilmiş struktur modeli

Klasterin formalaşması modeli çərçivəsində, klaster üzvləri arasında onun strukturunun təkmilləşdirilməsi və onların qarşılıqlı fəaliyyətində səlahiyyətlərin və məsuliyyət sahələrinin məhdudlaşdırılması əsasında münasibətlərin nizamlı qurulması təklif olunur. İnnovativ klasterləşmənin təkmilləşdirilmiş modeli, şirkətlər qrupunun fəaliyyəti çərçivəsində təsərrüfat subyektləri, elm və təhsil müəssisələri və dövlət orqanları arasında hüquqi cəhətdən rəsmiləşdirilmiş münasibətlərin formalaşdırılmasıdır. İnnovativ klasterin formalaşmasının təkmilləşdirilmiş modeli, funksional uyğun təşkilatlarla doldurulmuş və altklaster və bütövlükdə klaster daxilində öhdəliklərin yerinə yetirilməsinə cavabdeh olan altklasterlərlə rəsmiləşdirilmiş strukturun yaradılmasını nəzərdə tutur (şək. 2).

Fikrimizcə, altklasterlər innovasiya-sənaye klasterinin ayrı-ayrı elementləri kimi başa düşülməlidir ki, bunlara müəyyən dərəcədə müstəqilliyə malik olan və klaster daxilində müəyyən funksional vəzifələri yerinə yetirən, ümumi miqyas yaradan, homogen tipli təsərrüfat subyektləri, idarə və ya təşkilatlar daxildir. Təklif olunan innovativ klaster formalaşması modelinə uyğun olaraq, klaster strukturuna aşağıdakılar şamil edilir: tədqiqat və təkmilləşdirmənin fundamental əsaslarını yaradan, müəyyən istehsal növləri üçün xüsusi olaraq yüksək ixtisaslı kadrlar hazırlayan ali təhsil müəssisələri; inkişafın əsasına çevrilən kiçik innovativ müəssisələr; bazarda tələbat olan rəqabətqabiliyyətli məhsullar istehsal edən müasir yüksək texnologiyalı təsərrüfat subyektləri; öz əsas

fəaliyyətinə xələl gətirmədən və öz kapital qoyuluşları olmadan eksperimental istehsal sahələrinin formalaşdırılmasını təmin edə bilən iri regional sənaye müəssisələri.

Innovasiya-sənaye klasteri, fikrimizcə, aşağıdakı altklasterləri ehtiva etməlidir. Klaster və *Fərdi Altklasterə Nəzarət Mərkəzi (FANM)* klaster üzvlərinin hər birinin rəhbərliyinin nümayəndələrindən ibarət hüquqi şəxs formasında klasterin idarə edilməsi orqanıdır. *Elmi-Tədqiqat altklasteri (ETA)* - klasterin formalaşması prosesinə daxil olan kiçik innovativ müəssisələri və elm və təhsil müəssisələrini təmsil edir. *İstehsalat-texniki altklaster (İTA)* yüksək texnologiyalı hazır məhsulların istehsalına imkan verən sənaye müəssisəsidir. Bu altklasterə innovativ layihənin həyata keçirilməsini təmin etməyə hazır olduqları sərbəst istehsal gücü olan müəssisələr daxildir. *Bazar Araşdırmaları və Texnologiyaların Tətbiqi Mərkəzi (BA və TTM)* qabaqlayıcı marketing tədqiqatlarının aparılması və innovativ məhsulların bazarda təşviqi üzrə praktiki bacarıqlara malik ixtisaslaşmış marketing agentlikləri və institutları qrupudur. *Kadrların təhsili və təlimi altklasteri (KTTA)* yüksək texnologiyalı istehsalla işləmək üçün ixtisaslı kadrlar hazırlamağa qadir olan elm və təhsil müəssisələri qrupudur.

Altklasterlərin səlahiyyətləri matrisi (Cədvəl 1.) sənaye innovasiya klasterinin iştirakçıları arasında təşkilati və idarəetmə funksiyalarını rəsmi şəkildə müəyyən etməyə kömək edəcəkdir.

Alt klasterlərin məsuliyyət sahələri, innovasiya prosesinin həyata keçirilməsi çərçivəsində müəyyən edilmiş səlahiyyətlərə uyğun olaraq, təsərrüfat subyektləri arasında məsuliyyət və vəzifələrin bölüşdürülməsini nəzərdə tutur. [6]

Innovativ klasterin formalaşmasının təkmilləşdirilmiş modelinin üstünlükləri kimi, aşağıdakıları qeyd etmək olar:

- Innovativ yeniliklərin həyata keçirilməsinin səmərəliliyinin planlaşdırılması, nəzarəti, qiymətləndirilməsi üçün vahid mərkəzin olması; Innovasiya-sənaye klasterinin qurulmasının bu formatı təsərrüfat subyektlərinin və ona daxil olarkən onların qarşılıqlı fəaliyyət sisteminin strukturlaşdırılmasını, innovativ müəssisələr arasında səmərəli rəqabətin yaradılmasını və onların klasterin digər təsərrüfat subyektləri və elm və təhsil müəssisələri ilə şəffaf integrasiyasını nəzərdə tutur. Bu modeldən istifadə etməklə, klaster üzvləri ilə klasterə daxil olmayan, lakin oxşar xidmətlər göstərən və sahibkarlıq subyektlərini klasterdən öz bazar segmentinə cəlb etməklə klasteri məhv etmək imkanını yaradan üçüncü tərəf təşkilatları arasında qarşılıqlı əlaqə problemi həll edilir.

- Rəqabət aparan təşkilatlar, klasterin bir hissəsi ola və ya innovasiya klasterində fəaliyyət göstərən təsərrüfat subyektlərində mövcud olmadıqda, klasterə nəzarət mərkəzi vasitəsilə öz xidmətlərini göstərə bilirlər. Bu sxemdən istifadə çərçivəsində, bütün innovativ layihələr marketing mühitinin aydın təhlili nəzərə alınmaqla formalaşdırılır və istehlakçıların seçimlərinə mümkün qədər uyğun gəlir.

- Layihələrə investisiya dəstəyi maliyyələşdirmə mənbələrini təhlil edən və innovativ layihələri və onları inkişaf etdirən təşkilatları lazımi maliyyələşdirməni vaxtında təmin edən xüsusi alt-klaster tərəfindən həyata keçirilir. Bu model çərçivəsində texnoparklar istehsala başlayarkən start-up şirkətlərə dəstək olmaq üçün, yalnız müvəqqəti platforma kimi istifadə olunur, kommersiya baxımından uğurlu müstəqil biznes vahidlərinə çevrilməli olan müstəqil innovativ müəssisələrin tədricən yetişdirilməsinə diqqət yetirilir.

- Innovativ sənaye klasterlərinin formalaşması regional iqtisadiyyat səviyyəsində integrasiya prosesinə yeni mənalər gətirir. Təqdim olunan klaster formalaşması modelinin istifadəsi sayəsində, integrasiya proseslərinin bütün iştirakçıları arasında əks əlaqə yaranır, innovativ layihələr praktik xarakter alır və regional iqtisadiyyatın təkamülü üçün ilkin şərtlər yaradılır.

Fikrimizcə, innovasiya-sənaye klasterinin əsas məqsədi, mövcud təsərrüfat subyektləri arasında daxili rəqabət yaratmaqdan çox, ilk növbədə, innovasiyaları əvəz edəcək yeni yüksək texnologiyalı sənaye müəssisələrini təşkil etmək və tədricən gücləndirməkdir.

İnnovativ klasterləşmənin təkmilləşdirilmiş modelindən istifadə nümunəsi olaraq, neft məhsullarının təsnifatına əsaslanaraq, neft klasterinin elementləri və alt sistemləri kimi aşağıdakı obyektləri göstərmək olar: 1) Xam neft; 2) Neft məhsulları; 3) Neft-kimya məhsulları; 4) Neft emalı müəssisələri; 5) Neft-kimya müəssisələri; 6) İstehsalat prosesləri. Neft klasterinin bu elementləri arasında münasibətlər, əlaqələr və qarşılıqlı təsirləri əks etdirən sxemlər neft klasterinin modeli təmsalında istifadə oluna bilər.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Azərbaycan Respublikasının 2022-2026-cı illərdə sosial-iqtisadi inkişaf strategiyası. -Bakı, 2022, 83 s.
2. Мировой опыт кластерной модели развития [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.uecs.ru/uecs-38-382012/item/1085-2012-02-28-05-46-20>.
3. Михеев, А.А. (2008). Развитие кластеров в региональных экономических системах: преимущества, проблемы, пути поддержки / А. А. Михеев // Проблемы современной экономики. - № 3. - с. 355–358.
4. Портер М. (2005). Конкуренция: пер. с англ. / М. Портер. – М.: Вильямс. – 608 с.
5. Hacızadə E.M. (2002). Neftqazçıxarma kompleksinin iqtisadi inkişaf modeli, Bakı Elm, 472s.
6. Ускова, Т.В. (2008). Развитие региональных кластерных систем [Электронный ресурс]/Т.В.Ускова.-Режим доступа: http://www.sinkevich.org/klaster.by/Sozdanie_klas te ra.pdf.

M.A.Imranova

PhD student, Azerbaijan State Oil and Industry University
ORCID 0000-0001-9663-5198

About matrices and models applied in the organization of innovative clusters

Abstract

The article briefly discusses the issues of creating and using a matrix and model of innovation clusters used for the development of the regional economy. The implementation of cluster strategy models as part of the overall regional strategy in the future is also considered.

Key words: cluster, matrices, models, regional economy, innovation.

М.А.Имранова

докторант, Азербайджанский Государственный Университет
Нефти и Промышленности
ORCID 0000-0001-9663-5198

О матрицах и моделях, применяемых при организации инновационных кластеров

Резюме

В статье, вкратце рассматриваются вопросы создания и использования матрицы и модели инновационных кластеров, применяемые для развития экономики региона. Так же рассмотрены, некоторые факторы обеспечения инновативными кластерами регионов и реализации моделей кластерной стратегии в составе общей региональной стратегии в перспективе.

Ключевые слова: кластер, матрицы, модели, региональная экономика, инновация.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-252-261>

M.Ş.İbrahimli
doktorant, Odlar Yurdu Universiteti
ORCID 0009-0004-4542-5878
metinbayram122023@gmail.com
A.S.Əliyeva
dissertant, Odlar Yurdu Universiteti
ORCID 0000-0002-0720-4191

Məqalə redaksiyaya daxil olub 02.10.2024

The article was received by editorial board on 02.10.2024

Статья принята к печати 02.10.2024

XİDMƏT SEKTORU MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ İNNOVATİV YANAŞMANIN SƏMƏRƏLİLİYİNİN ARTIRILMASININ ƏSAS İSTİQAMƏTLƏRİNİN TƏHLİLİ

Xülasə

Müasir rəqabət bazarında xidmət müəssisələri öz əməliyyat səmərəliliyini artırmaq və dəyişən müştəri ehtiyaclarını ödəmək üçün innovativ həlləri həyata keçirmək zərurəti ilə üzləşirlər. Bu məqalə xidmət sektoru müəssisələrində innovativ yanaşmanın səmərəliliyinin artırılmasının əsas istiqamətlərinin təhlilinə həsr edilmişdir. Təhlil qabaqcıl texnologiyaların integrasiyası, fərdiləşdirilmiş və müştəri mərkəzli xidmətlərin inkişaf etdirilməsi, təşkilati çevikliyin təmin edilməsi, insan kapitalının inkişafı və davamlı təcrübələrin tətbiqi kimi əsas sahələri vurğulamışdır. Prosesləri optimallaşdırmaq və müştərilərlə qarşılıqlı əlaqəni yaxşılaşdırmaq üçün rəqəmsal transformasiyaya və böyük verilənlərin istifadəsinə xüsusi diqqət yetirilir. Tədqiqatın nəticələri göstərir ki, bu strategiyaların uğurla həyata keçirilməsi xidmət müəssisələrinə nəinki rəqabətqabiliyyətliliyini artırmağa, həm də dinamik dəyişən biznes mühitində davamlı artımı və uzunmüddətli səmərəliliyi təmin etməyə imkan verir.

Açar sözlər: innovasiya, xidmət sektoru, iqtisadiyyat, biznes modelləri, texnologiya.

GİRİŞ

Yüksək rəqabətli və dinamik bazarda xidmət müəssisələri əməliyyat səmərəliliyini artırmaq, dəyişən müştəri gözləntilərini qarşılamaq və innovasiyaları qorumaq üçün artan təzyiqlərlə üzləşirlər. Xidmət proseslərinə innovativ yanaşmaların integrasiyası əsas uğur amilinə çevrilib, çünki bu, şirkətlərə fərqlənməyə, xidmətlərin göstərilməsini təkmilləşdirməyə və müştəri loyallığını gücləndirməyə imkan verir. Bununla belə, xidmət innovasiyası təkcə texnoloji irəliləyişləri deyil, həm də biznes proseslərinin optimallaşdırılmasını, insan resurslarının idarə edilməsini və müştərilərin cəlb edilməsi strategiyalarını əhatə edən mürəkkəb bir prosesdir.

Bu işin məqsədi xidmət sektoru müəssisələrində innovativ yanaşmaların səmərəliliyinin artırılmasının əsas istiqamətlərini araşdırmaq, innovativ inkişafın stimullaşdırılmasında texnoloji integrasiyanın, insan kapitalının inkişafı və proseslərin optimallaşdırılmasının rolunu təhlil etməkdir.

Ölkənin iqtisadi artımının müasir mərhələsində xidmət sferasının inkişaf etdirilməsinin əsas faktoru beynəlxalq bazarda ölkənin mövqeyini möhkəmləndirən, xidmətlərin rəqabət qabiliyyətliliyini yüksəldən, xidmətlərlə ticarətin balansını yaxşılaşdıran və iqtisadiyyatı diversifikasiya edən innovativ inkişafıdır. Xidmət sferasının məhz innovativ inkişafı əhalinin qarşısı

çıxan bütün tələbatını ödəməyə imkan verir, həmçinin yeni xidmət sferalarının yaranmasına və mövcud olanların inkişaf etdirilməsinə şərait yaradır.

Təcrübə göstərir ki, ölkənin dayanıqlı inkişafı əsas etibarilə onun dünya bazarında rəqabət qabiliyyətliliyinin təmin edilməsindən asılıdır. Öz növbəsində, rəqabət qabiliyyətlilik dünya ETİ səviyyəsini saxlamadan mümkün deyil, bu isə daimi və artan innovasiya axınının təmin edilməsini ifadə edir. Belə innovasiyalar intellektual fəaliyyətin nəticəsindən başqa bir şey deyildir.

Texnoloji innovasiyalar – təşkilatın yeniliklərin, texnoloji cəhətdən yeni məhsul və proseslərin işlənilib hazırlanması və tətbiqi, habelə məhsul və proseslərdə əhəmiyyətli texnoloji təkmilləşdirmələrin aparılması, xidmətlərin istehsalının yeni və təkmilləşdirilmiş üsullarının tətbiqi ilə bağlı fəaliyyətdir.

XSM-də (xidmət sahələri müəssisələrində) innovasiyaları XSM-ə strateji üstünlük verə bilən imkan, həmçinin başqa sferalarda yeniliklər bazası kimi istifadə olunan elmi-texniki və başqa nəticələrin əldə edilməsi məqsədilə həyata keçirilən fəaliyyət kimi nəzərdən keçirmək lazımdır.

Xidmət sferasının mürəkkəbəkkəbliyi və onun XSM-də xüsusiyyətləri innovasiya proseslərinin menecment sisteminin formalaşdırılmasına, müxtəlif tip innovasiyaların əlaqələndirilməsinə, innovasiyaların stimullaşdırılmasında dövlətin rolunun artırılmasına yanaşmaların və metodların özünəməxsusluğunu müəyyən edir .

İnkişafa innovativ yanaşma				
Xidmət sferasının xüsusiyyətləri	→	Tip	→	Əsas komponentlər
Növ, sahə, texnoloji, regional, təşkilati		- servis-xidmət edici		XSM-in potensialının artırılması, XSM-in idarə edilməsi sistemi və texnologiyasının təkmilləşdirilməsi
		- istehsal-texnoloji		Konyunktur-bazar XSM
		- sosial-iqtisadi		İş yerlərinin yaradılması və kadr potensialının artırılması, xidmət istehsalının istehlakçı tələbinə adaptasiyası, təşkilati sistemin təkmilləşdirilməsi
		-təşkilati idarəetmə		XSM-in fəaliyyət istiqaməti, keyfiyyət menecmenti, XSM-in strukturunun optimallaşdırılması, əməyin ödənilməsinin təkmilləşdirilməsi, İKT-nin tətbiqi, marketing və investisiya fəaliyyəti
		-ekoloji		

Şəkil 1. Xidmət sferasının innovativ inkişaf istiqamətləri

Mənbə: müəlliflər tərəfindən tərtib edilmişdir.

Beynəlxalq təşkilatların 2019-cü il üzrə statistik məlumatlarına əsasən bu göstərici aşağıdakı kimi olmuşdur:

- Azərbaycan təşkilatlarının məcmu innovasiya fəallığının səviyyəsi (9,0%) əksər xarici ölkələrin bu göstəricisindən (19% müqabilində 65%) geri qalır;
- Azərbaycanda marketinq sahəsində innovasiyalar aparan təşkilatların xüsusi çəkisi 17%, xarici ölkələr üçün isə bu göstərici 30% müqabilində 10,6%-dir;
- Azərbaycanda təşkilati innovasiyalar aparan təşkilatların xüsusi çəkisi 2,8%, xarici ölkələr üçün isə bu göstərici 40% müqabilində 10%-dir;

Xidmət sferasında innovasiyaların tətbiqini zəruriləşdirən obyektiv amillər XSM-in təşkilati səviyyəsi ilə müəyyən olunur: səviyyə nə qədər yüksəkdirsə, innovasiyalara bir o qədər çox ehtiyac duyulur.

Fəaliyyəti intellektual fəaliyyətlə və yeni ETİ-lər və nailiyyətlərlə (kompyuter xidmətləri, proqram təminatı, idxal olunan radioteleviziya qurğularının və məişət avadanlıqlarının təmiri və texniki xidmət göstərilməsi, xarici markalı avtomobillərə xidmət, mobil rabitə, tibbi və sağlamlıq xidmətləri, kimyəvi təmizləmə və geyimlərin rənglənməsi, məsləhət xidmətləri) bağlı olan XSM-lər daha yüksək təşkilati səviyyəyə malik olurlar. Məişət-kommunal xidmətləri, təmir-tikinti firmaları, sosial xidmət təsisatların kimi XSM-lərdə isə aşağı təşkilati səviyyəli fəaliyyət həyata keçirilir.

Qeyd etmək lazımdır ki, iqtisadiyyatın innovasiyalılığı göstəricilərindən biri innovasiya fəallığıdır. Bu göstərici texnoloji, təşkilati və marketinq innovasiyalarını həyata keçirən XSM-lərin xüsusi çəkisini ifadə edir. Qeyd edək ki, 2015-ci ildən 2022-ci ilə qədər ticarətdə innovasiyaların xüsusi çəkisi dəyişməmiş, xidmət sektorunda 1,5%, ictimai işə sektorunda 0,9%, turizmde 1,3%, sənayedə isə 1,3% artmışdır. otellər 0,6% artıb. (cədvəl 1).

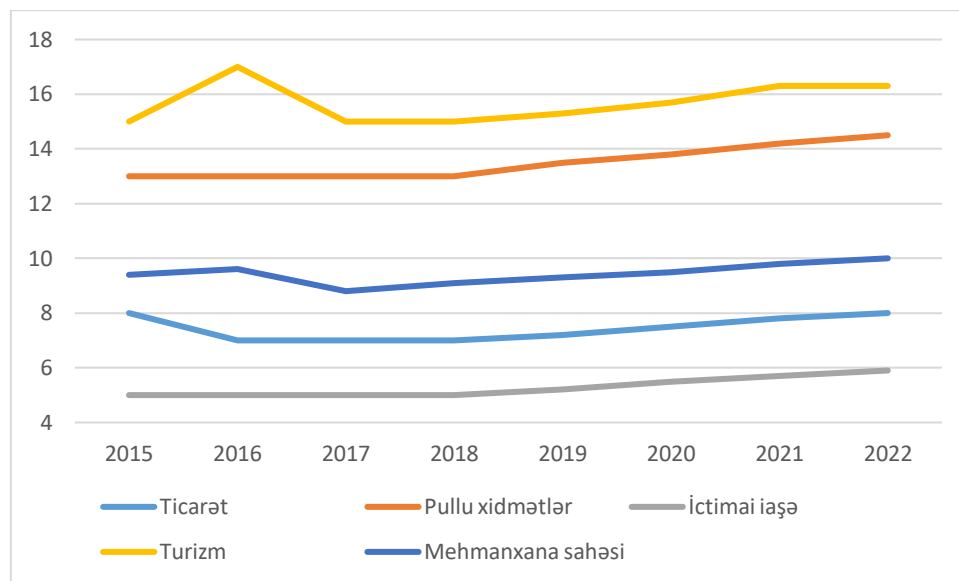
Cədvəl 1

Azərbaycan Respublikasında XSM üzrə innovasiya fəallığı

Iqtisadi fəaliyyət növləri	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Ticarət	8,0	7,0	7,0	7,0	7,2	7,5	7,8	8
Pullu xidmətlər	13,0	13,0	13,0	13,0	13,5	13,8	14,2	14,5
İctimai işə	5,0	5,0	5,0	5,0	5,2	5,5	5,7	5,9
Turizm	15,0	17,0	15,0	15,0	15,3	15,7	16,3	16,3
Mehmanxana sahəsi	9,4	9,6	8,8	9,1	9,3	9,5	9,8	10

Mənbə: *Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları əsasında müəlliflər tərəfindən tərtib edilmişdir.*

Innovasiyaların dinamikasını təhlil edərkən qeyd etmək lazımdır ki, 1018-ci ilə qədər innovasiyanın payı ya dəyişməz qalmış, ya da mənfi tendensiya müşahidə edilmişdir. 2019-cu ildən 2022-ci ilə qədər bütün istiqamətlər üzrə müsbət tendensiya qeydə alınıb. Buna görə də, ümumilikdə 8 il ərzində innovasiya komponentinin artımının kiçik olduğu qeyd edildi.



Şəkil 2. İqtisadiyyat sektorları üzrə innovasiyaların payının dinamikası

Mənbə: Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları əsasında müəlliflər tərəfindən tərtib edilmişdir.

Xidmət müəssisələrində innovativ yanaşmaların səmərəliliyinin artırılmasının əsas istiqamətləri bir neçə əsas istiqamətə yönəlmişdir. Bunlara rəqəmsal texnologiyaların istifadəsi, fərdiləşdirilmiş xidmətlər vasitəsilə müştəri təcrübəsinin təkmilləşdirilməsi, davamlılığın təşviqi və çevik təşkilati strukturların inkişafı daxildir. Bundan əlavə, uzunmüddətli inkişafı təmin etmək üçün işçilər arasında davamlı öyrənmə və innovasiya mədəniyyətini inkişaf etdirmək vacibdir. Bu strategiyaları tətbiq etməklə müəssisələr nəinki rəqabətqabiliyyətliliklərini artırır, həm də xidmət sənayesinin daha geniş transformasiyasına töhfə verə bilirlər.

Ədəbiyyat icmalı.

Xidmət firmalarında innovasiyaların rolu son onilliklərdə geniş tədqiqatların mövzusu olmuşdur. Alimlər innovasiyaların xidmət təşkilatlarında əməliyyat səmərəliliyini, müştəri məmnuniyyətini və rəqabət qabiliyyətini necə artırır biləcəyinin müxtəlif aspektlərini araşdırırlar. Ədəbiyyatda texnoloji irəliləyişlər, müştəri yönümlü innovasiyalar, təşkilati çeviklik və insan kapitalının inkişafı da daxil olmaqla, xidmət firmalarında innovasiya təcrübələrinin təkmilləşdirilməsi üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edən bir neçə əsas sahəyə diqqət yetirilir.

Tədqiqatın ən vacib istiqamətlərindən biri xidmət müəssisələrində rəqəmsal texnologiyaların integrasiyasıdır. Boons F. & Lüdeke-Freund F. və digərlərinə (2013) görə, rəqəmsal innovasiya əməliyyatları tənzimləməklə xidmətlərin göstərilməsini əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşdırır və müəssisələrə müştərilərə daha səmərəli və fərdiləşdirilmiş xidmətlər təqdim etməyə imkan verir. Eynilə, Verhoef və digərləri (2021) iddia edirlər ki, süni intellekt, böyük verilənlər və Əşyaların İnterneti (IoT) kimi texnologiyalar şirkətlərə müştəri məlumatlarını toplamaq və təhlil etmək, ehtiyacları proqnozlaşdırmaq və fərdi həllər təqdim etmək imkanı verməklə xidmətlər sənayesini dəyişdirir. Onların araşdırmaları xidmət sektorunda innovasiyaların əsas sürücüsü kimi texnologiyanın mənimsənilməsinin vacibliyini vurğulayır.

Ədəbiyyatdakı digər mühüm istiqamət müştəri mərkəzli yanaşmaların vurğulanmasıdır. Vargo və Lusch (2004) xidmətlərin üstünlüyü məntiqi ilə bağlı əsas işlərində xidmət təminatçıları və müştərilər arasında dəyər birgə yaradılmasının innovasiyanın əsasını təşkil etdiyini iddia edirlər. Bu perspektiv diqqəti provayderin təkliflərindən həmin xidmətlərin müştəri tərəfindən necə qəbul edildi-

yinə və istifadəsinə yönəldir. Prahalad və Ramaswamy (2004) tərəfindən aparılan araşdırmaların təsdiq etdiyi kimi, müştərilərin innovasiya prosesinə cəlb edilməsi yeni xidmət dizaynlarının effektivliyini artırmaqla yanaşı, həm də müştəri loyallığını və məmnuniyyətini artırır.

Təşkilati çeviklik xidmət müəssisələrində innovasiyaları təkmilləşdirmək üçün geniş tanınan başqa bir sahədir. Teece və digərləri (2016) çevik strukturlara və uyğunlaşma qabiliyyətlərinə malik olan şirkətlərin yenilik etmək və dəyişən bazar tələblərinə cavab vermək üçün daha yaxşı mövqe tutduğunu vurğulayır. Çeviklik bizneslərə innovativ ideyaları tez bir zamanda həyata keçirməyə, bazara çıxarma vaxtı azaltmağa və rəqabət üstünlüyünü qorumağa imkan verir. Doz və Kosonen (2010) kimi alimlər də şirkətlərə texnoloji və ya bazar dəyişikliklərinə cavab olaraq öz biznes modellərini və əməliyyat təcrübələrini dəyişməyə imkan verən strateji çevikliyin rolunu vurğulamışlar.

Innovasiyaların təşviqində insan kapitalının rolu da yaxşı araşdırılmış bir sahədir. Davenporta (2013) görə xidmət müəssisələrində davamlı öyrənmə və innovasiya mədəniyyətinin inkişaf etdirilməsi innovasiyaların davamlı olması üçün çox vacibdir. İşçilər yeni ideyaların yaradılmasında və innovativ həllərin həyata keçirilməsində əsas rol oynayır, buna görə də işçilərin təliminə, inkişafına və işə cəlb olunmasına sərmayə qoymaq vacibdir. Schiuma və digərləri (2012) tərəfindən aparılan bir araşdırma göstərdi ki, biliklərin idarə edilməsi təcrübələri və innovasiyaya uyğun mədəniyyət işçilərin daha çox yaradıcılığına və nəticədə şirkətin innovativ imkanlarına kömək edir.

Son tədqiqatlar xidmət firmalarında davamlılıq və innovasiya arasındakı əlaqəni də araşdırıb. Boons və Lüdeke-Freund (2013) kimi tədqiqatçılar davamlılığın biznes modellərinə integrasiyasının təkcə ekoloji və sosial məsələləri həll etməklə kifayətlənmir, həm də innovasiyaları təşviq etdiyini iddia edirlər. Onların araşdırmaları göstərir ki, resurs səmərəliliyi və yaşıllıq xidmətlər kimi davamlı təcrübələri mənimsəyən xidmət müəssisələri məsuliyyətli istehlaka artan tələbatı ödəmək üçün innovasiyalara təkan verir.

Mövcud ədəbiyyatın təhlili göstərir ki, xidmət firmalarında innovasiya təcrübələrinin təkmilləşdirilməsi çoxölçülü bir prosesdir. Texnoloji irəliləyişlər, müştəri mərkəzli strategiyalar, təşkilati çeviklik və insan kapitalının inkişafı əsas sahələrdir. Bundan əlavə, davamlılığın innovasiya təcrübələrinə integrasiyası artan diqqəti cəlb edir. Gələcək tədqiqatlar xidmət firmalarında innovasiyaların təkmilləşdirilməsi üçün hərtərəfli çərçivə yaratmaq üçün bu sahələrin necə sintez oluna biləcəyini araşdırmaqda davam etməlidir.

Metodlar və məlumatlar.

Xidmət sektoru müəssisələrində innovativ yanaşmanın səmərəliliyinin artırılmasının əsas istiqamətlərini təhlil etmək üçün OECD və BVF kimi beynəlxalq təşkilatların məlumatlarından istifadə edə bilərsiniz.

1. **Innovasiya və səmərəlilik:** OECD hesabatına əsasən, rəqəmsallaşma və texnoloji integrasiya xidmətlər sektorunda səmərəliliyin əsas amillərinə çevrilir. Statistika göstərir ki, informasiya-kommunikasiya texnologiyalarından fəal istifadə edən müəssisələr daha yüksək məhsuldarlığa nail olurlar. Ölkələr üzrə interaktiv qrafiklər müxtəlif xidmət sektorlarında texnoloji yetkinlik və innovasiya fəaliyyətinin səviyyəsini qiymətləndirməyə imkan verir (OECD, 2020).

2. **Ayrılma səmərəliliyi:** BVF hesabatları göstərir ki, ticarətə açıqlığın artırılması və xidmətlər sektorunda daha səmərəli resurs bölgüsü məhsuldarlığı əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşdırır bilər. Məsələn, dünyanın əsas iqtisadiyyatları üçün qrafiklər göstərir ki, aşağı xidmət sektoru açıqlığı yüksək ayırma səmərəsizliyi ilə əlaqələndirilir (IMF eLibrary).

3. **Rəqabətçilik və Innovasiya:** Dünya İqtisadi Forumunun hesabatı ölkələrin rəqabət qabiliyyəti kontekstində innovasiya ekosistemini təhlil edir. Əsas prioritetlərdən biri pandemiya kimi böhranlardan sonra iqtisadi göstəriciləri yaxşılaşdırmaq üçün innovasiya ekosisteminin transformasiyasıdır (Dünya İqtisadi Forumu).

Bu məlumatlar beynəlxalq meyarlar əsasında innovasiya yanaşmalarının effektivliyini artırmaq üçün tendensiyaları və strategiyaları qiymətləndirmək üçün istifadə edilmişdir. Bundan əlavə, müəlliflər 2005-ci ildən bu günə kimi Azərbaycanda xidmət sektorunun inkişaf tendensiyasını araşdırıblar. Çünki bu gün innovasiyaların tətbiqi və onlardan iqtisadi gəlir əldə edilməsi ilə ən sıx bağlı olan xidmət sahəsidir.

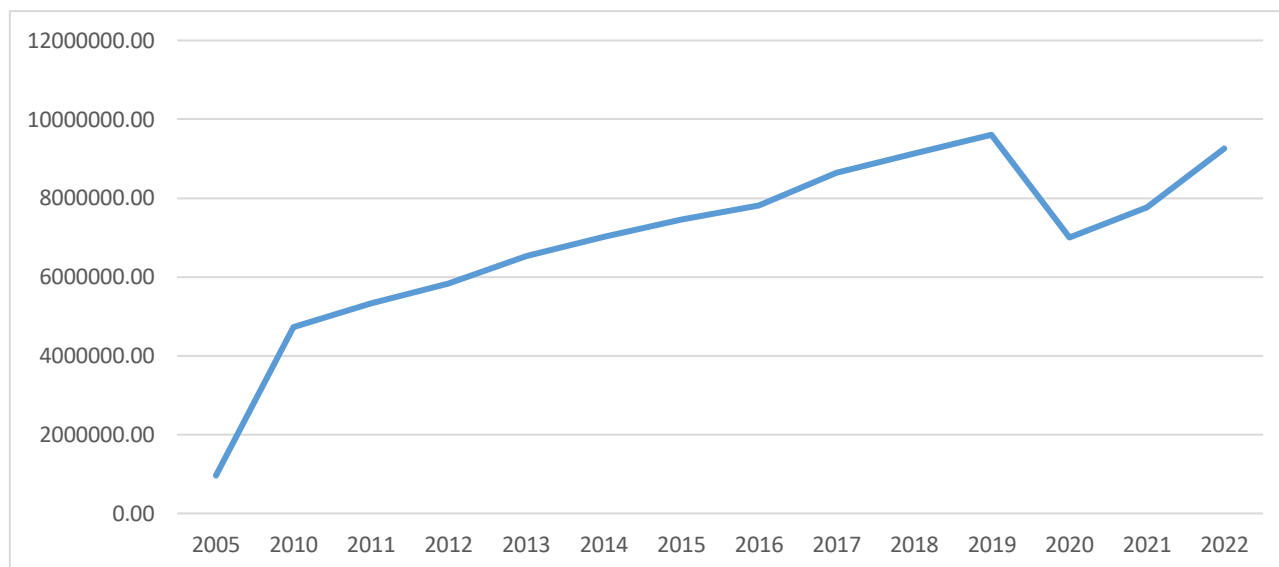
Cədvəl 2

Əhaliyə göstərilən ödənişli xidmətlərin dəyəri, min manat

	Əhaliyə göstərilən ödənişli xidmətlərin dəyəri, min manat		o cümlədən məişət xidməti üzrə, min manat		Əvvəlki ilə nisbətən fiziki həcm indekslər, faizlə			
					Əhaliyə göstərilən ödənişli xidmətlər üzrə		o cümlədən məişət xidməti üzrə	
	Cəmi	o cümlədən hüquqi şəxslər üzrə	Cəmi	o cümlədən hüquqi şəxslər üzrə	Cəmi	o cümlədən hüquqi şəxslər üzrə	Cəmi	o cümlədən hüquqi şəxslər üzrə
2005	960732,40	699919,50	210400,40	37623,6	126,10	129,80	124,50	127,00
2010	4724490,00	3680332,20	610675,10	76888,10	110,80	107,60	108,80	103,90
2011	5332371,20	4096066,20	662015,80	88016,00	107,80	106,30	106,70	112,70
2012	5828068,40	4407965,00	705375,20	97025,30	108,00	106,30	104,90	108,50
2013	6527282,20	4879757,70	763164,50	108257,40	108,20	107,00	107,00	110,40
2014	7016435,70	5172420,90	809696,70	116535,10	107,20	105,70	104,10	105,60
2015	7462765,20	5440609,70	863114,60	126567,00	105,10	103,90	106,50	108,50
2016	7809755,70	5677375,60	896486,80	127421,00	98,90	98,60	99,80	96,60
2017	8636035,80	6258695,00	959087,40	137215,00	101,20	100,90	99,80	100,30
2018	9131758,60	6615302,60	991319,00	131257,70	103,00	102,90	101,50	94,00
2019	9 607 258,7	6953898,10	1021799,30	135063,50	103,10	103,10	101,60	101,40
2020	6 998 374,3	5256998,70	756064,70	110163,50	72,10	74,80	73,20	73,50

2021	7758186,6 0	5885026, 30	819913,1 0	130415,1 0	104,80	105,80	103,9 0	113,10
2022	9 253 414,5	7019846, 40	987446,6 0	152347,5 0	108,00	108,00	107,6 0	104,40

Mənbə: müəlliflər tərəfindən tərtib edilmişdir.



Şəkil 3. Əhaliyə göstərilən ödənişli xidmətlərin dəyəri və fiziki həcm indeksləri

Mənbə: müəllif hesablamaları

Cədvəl 2-də əhaliyə göstərilən pullu xidmətlərin həcmində dair illər üzrə min manatla ifadə olunan məlumatlar verilmişdir. 2005-ci ildən 2022-ci ilə qədər olan dövr üçün məlumatları nəzərdən keçirək və dinamikəni təhlil edək.

2005-ci ildə pullu xidmətlərin ilkin səviyyəsi 96 073,24 min manat təşkil edir. Bu, pullu xidmətlərin artımını təhlil etmək üçün başlanğıc nöqtəsidir. 2010-cu ildə 472 449,0 min manata qədər əhəmiyyətli artım olmuşdur ki, bu da 2005-ci illə müqayisədə 4,9 dəfədən çox olmuşdur. Bu sıçrayış iqtisadi artım və xidmət sektorunun innovasiyaların tətbiqi, xidmətlərin çeşidinin genişləndirilməsi və ya tələbatın artması nəticəsində əldə edilən məcmu effektlə əlaqələndirilir. 2011-2012-ci illərdə artım davam edir və 2011-ci ildə 533 237,1 min manat, 2012-ci ildə 582 806,8 min manat təşkil edib ki, bu da pullu xidmətlərə tələbatın sabit artımından xəbər verir. 2013-cü ildə xidmətlərin həcmi 652 728,2 min manata, 2014-cü ildə isə 701 643,6 min manata çatıb ki, bu da müsbət dinamikənin davam etdiyini göstərir. Sonrakı artım yavaşlayır, lakin hələ də davam edir. 2015-ci ildə həcmi 746 276,5 min manat, 2016-cı ildə isə 780 975,6 min manat təşkil edib. 2017-2019-cu illərdə müşahidə olunan göstəricinin 2019-cu ilin səviyyəsinə - 960 725,9 min manata aktiv artımı müşahidə olunur. 2020-ci ildə 699 837,4 min manata qədər azalma olub ki, bu da çox güman ki, COVID-19 pandemiyasının fəsadları nəticəsində xidmətlərə tələbatın azalmasına səbəb olub. 2021-ci ildə iqtisadi canlanma başlanıb və həcmi 775 818,7 min manat, 2022-ci ildə isə 925 341,5 min manat təşkil edib ki, bu da rəqəmləri demək olar ki, pandemiya əvvəlki səviyyəyə qaytarır.

Cədvəl 2-dəki məlumatlara uyğun gələn şəkil 3, 2012-ci ildən mülayim artımla 2005-2019-cu illər arasında sürətli artımı təsdiq edir. Qlobal məhdudiyyətlər səbəbindən 2020-ci ildə kəskin azalma müşahidə edildi.

Müşahidə olunan göstəricinin müqayisəli təhlili aşağıdakı nəticələrə gətirib çıxardı:

1. 2005-2019-cu illər: Pullu xidmətlərin həcmində davamlı və əhəmiyyətli artım, bəzi illərdə cüzi ləngiməsi ilə xarakterizə olunur.

2. 2020: Pandemiyanın yaratdığı əhəmiyyətli azalma və bu, xidmətlərin demək olar ki, 30% azalması ilə özünü göstərir.

3. 2021-2022: Bərpa dövrü, artım 2019-cu ildə müşahidə olunan səviyyəyə yaxındır.

Beləliklə, dinamika son illərdə müəyyən iqtisadi dalğalanmalarla pullu xidmətlərin davamlı artımını göstərir.

NƏTİCƏ

Xidmət sektoru müəssisələrində innovativ yanaşmanın səmərəliliyinin artırılmasının əsas istiqamətlərini qeyd edək.

Elmi ədəbiyyatın təhlili əsasında bu işin müəllifləri xidmət sektoru müəssisələrində innovativ yanaşmanın səmərəliliyini artırmaq üçün aşağıdakı əsas istiqamətləri təklif edirlər:

1. Texnologiya İnteqrasiyası: Xidmət sektoru müəssisələrində innovativ yanaşmaların effektivliyinin artırılmasının əsas istiqamətlərindən biri xidmətlərin göstərilməsini və əməliyyat səmərəliliyini yaxşılaşdıran süni intellekt, maşın öyrənməsi və avtomatlaşdırma kimi qabaqcıl texnologiyaların tətbiqidir.

2. Müştəri mərkəzli innovasiya: Fərdiləşdirilmiş və müştəri mərkəzli həllərin hazırlanması innovasiya strategiyalarında əsas rol oynayır, çünki bu, bizneslərə dəyişən müştəri gözləntilərini və ehtiyaclarını daha yaxşı qarşılamağa, müştəri məmnuniyyətini və sədaqətini artırmağa imkan verir.

3. Təşkilati çeviklik: Təşkilati çevikliyin təşviq edilməsi xidmət müəssisələrinə bazardakı dəyişikliklərə tez uyğunlaşmağa, yeni ideyaları qəbul etməyə və innovativ həlləri həyata keçirməyə imkan verir, sürətlə dəyişən biznes mühitində rəqabət qabiliyyətini qoruyur.

4. İnsan Kapitalının İnkişafı: İşçilər arasında innovasiya mədəniyyətinin və davamlı öyrənmənin təşviqi xidmət müəssisələrində davamlı innovasiya üçün ilkin şərtədir, çünki bu, işçilərə yaradıcı həllər yaratmağa və həyata keçirməyə imkan verir.

5. Davamlılığa əsaslanan innovasiya: Davamlılığın innovasiya təcrübələrinə inteqrasiyası getdikcə daha çox xidmət müəssisələri üçün kritik diqqət mərkəzi kimi tanınır, çünki o, sosial cəhətdən məsuliyyətli və bazarda rəqabətə davamlı ekoloji cəhətdən təmiz xidmət və proseslərin inkişafına kömək edir.

6. Məlumat əsaslanan qərarların qəbulu: Böyük verilənlərin və analitikanın istifadəsi xidmət bizneslərinə qərar qəbul etmə proseslərini təkmilləşdirməyə, əməliyyatları sadələşdirməyə və xidmətləri fərdi müştərilərin seçimlərinə uyğunlaşdırmağa imkan verir ki, bu da daha effektiv innovativ nəticələrə gətirib çıxarır.

7. Birgə innovasiya ekosistemləri: Texnologiya təminatçıları, tədqiqat institutları və müştərilər kimi xarici maraqlı tərəflərlə tərəfdaşlıq əlaqələrin qurulması yaradıcılığı artırır və innovativ xidmətlərin inkişafını sürətləndirən açıq innovasiya mühitini təşviq edir.

8. Rəqəmsal transformasiya: Xidmət müəssisələrinin rəqəmsallaşdırılması innovasiya performansının yaxşılaşdırılması üçün mühüm sahədir, çünki bu, şirkətlərə öz proseslərini yenidən təşkil etməyə, rəqəmsal platformalar vasitəsilə müştəriləri cəlb etməyə və yeni xidmət növləri təklif etməyə imkan verir.

Bu sahələr innovativ yanaşmalarını təkmilləşdirmək və uzunmüddətli davamlılıq və böyüməyə nail olmaq istəyən xidmət müəssisələri üçün strateji yolları təmsil edir.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Boons F. & Lüdeke-Freund F. (2013). Business models for sustainable innovation: State-of-the-art and steps towards a research agenda. *Journal of Cleaner Production*, 45, 9-19.
2. Davenport T. H. (2013). *Process innovation: Reengineering work through information technology*. Harvard Business Press.
3. Doz Y. & Kosonen M. (2010). Embedding strategic agility: A leadership agenda for accelerating business model renewal. *Long Range Planning*, 43(2), 370-382.
4. Zeithaml V. A. & Malhotra A. (2005). E-S-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213-233.

5. Prahalad C. K. & Ramaswamy V. (2004). Co-creating unique value with customers. *Strategy & Leadership*, 32(3), 4-9.
6. Schiuma G., Lerro A. & Carlucci D. (2012). The knowledge-based foundations of organizational performance improvement: Towards a theoretical framework. *Journal of Knowledge Management*, 16(4), 690-701.
7. Teece D. J., Peteraf M. & Leih S. (2016). Dynamic capabilities and organizational agility: Risk, uncertainty, and strategy in the innovation economy. *California Management Review*, 58(4), 13-35.
8. Vargo S. L. & Lusch R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing*, 68(1), 1-17.
9. Verhoef P. C., Broekhuizen T., Bart Y., Qi Dong J., Fabian N. & Haenlein M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889-901.
10. Azərbaycan Respublikasının 2022-2026-cı illərdə sosial-iqtisadi inkişaf Strategiyası. Bakı. 22 iyul 2022. 7. Azərbaycan 2030: sosial-iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər, Bakı ş., 2 fevral 2021-ci il, N 2446.
11. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi internet saytı www.stat.gov.az

M.Sh.Ibrahimli

doctoral student, Odlar Yurdu University
ORCID 0009-0004-4542-5878

A.S.Aliyeva

dissertation candidate, Odlar Yurdu University
ORCID 0000-0002-0720-4191

Analysis of key directions for enhancing the efficiency of innovative approaches in service sector enterprises

Abstract

In today's competitive market, service enterprises face the necessity of implementing innovative solutions to enhance their operational efficiency and meet changing customer needs. This paper is dedicated to analyzing the key directions for increasing the efficiency of innovative approaches in service sector enterprises. The analysis highlights key areas such as the integration of advanced technologies, the development of personalized and customer-centric services, ensuring organizational agility, human capital development, and the implementation of sustainable practices. Special attention is paid to digital transformation and the use of big data to optimize processes and improve customer interaction. The results of the study show that the successful implementation of these strategies enables service enterprises not only to enhance their competitiveness but also to ensure sustainable growth and long-term efficiency in a dynamically changing business environment.

Key words: innovation, service sector, economy, business models, technology.

М.Ш.Ибрагимли

докторант, Университет Одлар Юрду
ORCID 0009-0004-4542-5878

А.С.Алиева

диссертант, Университет Одлар Юрду
ORCID 0000-0002-0720-4191

**Анализ основных направлений повышения эффективности инновационного
подхода на предприятиях сферы услуг**

Резюме

В современных условиях конкурентного рынка предприятия сферы услуг сталкиваются с необходимостью повышения своей операционной эффективности и внедрения инновационных решений для удовлетворения изменяющихся потребностей клиентов. Настоящее исследование посвящено анализу основных направлений повышения эффективности инновационного подхода в предприятиях сферы услуг. В ходе анализа были выделены ключевые направления, такие как интеграция передовых технологий, развитие персонализированных и ориентированных на клиента услуг, обеспечение организационной гибкости, развитие человеческого капитала и внедрение устойчивых практик. Особое внимание уделяется цифровой трансформации и использованию больших данных для оптимизации процессов и улучшения взаимодействия с клиентами. Результаты исследования показывают, что успешная реализация этих стратегий позволяет предприятиям сферы услуг не только повысить свою конкурентоспособность, но и обеспечить устойчивый рост и долгосрочную эффективность в условиях динамично изменяющейся бизнес-среды.

Ключевые слова: инновации, сфера услуг, экономика, бизнес-модели, технологии.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-262-266>

N.L.Hüseynova
i.ü.f.d., Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
ORCID 0000-0002-7940-8628
nigar777@hotmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 27.09.2024

The article was received by editorial board on 27.09.2024

Статья принята к печати 27.09.2024

INNOVASIYA SİSTEMLƏRİNİN SƏMƏRƏLİLİYİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

Xülasə

Məqalədə innovasiya sisteminə mövcud yanaşmalar, o cümlədən milli səviyyədə innovasiyaların idarə olunmasına xətti deyil, ölçülüb biçilmiş, sistemik yanaşmalara əsaslanan tədqiqatlara üstünlük verilməsi vurğulanır. Burada innovasiyaların effektivliyinin qiymətləndirilməsi baxımından innovasiya məhsulları üçün giriş/çıxış nisbəti, innovasiya siyasətinin effektivliyi kimi göstəricilərin hesablanması metodikalarının işlənilib hazırlanmasının zəruriliyi göstərilir. Milli innovasiya sisteminin effektivliyini qiymətləndirərkən verilənlərin əlçatanlığı və düzgünlüyü məsələsinə diqqət yetirmək, müqayisəli təhlilin aparılması üçün qiymətləndirmə metodikalarının unifikasiyasının aktuallığı qorunmalıdır.

Açar sözlər: innovasiya sistemi, səmərəlilik, qiymətləndirmə metodikası, innovasiya siyasəti, müqayisəli təhlil.

GİRİŞ

Innovasiya sisteminə yanaşmalar müxtəlif dövrlərdə yerli və xarici alimlərin tədqiqatlarının əsasını təşkil etmişdir. Qısa bir dövr ərzində innovasiya sistemi geniş vüsət almışdır. Xüsusən akademik məzmununda olan işləmələrdə, eyni zamanda innovasiya siyasətinin formalaşmasında innovasiya fəaliyyəti, innovasiya sistemi, həmçinin onun mexanizminin qiymətləndirilməsi məsələləri ətraflı şəkildə işıqlandırılmışdır. Lakin ölkələrin iqtisadiyyatının, beynəlxalq əlaqələrin genişlənməsini nəzərə alaraq innovasiya sistemlərinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi məsələlərinin araşdırılmasına böyük ehtiyac duyulur.

Tədqiqat işinin məqsədi – innovasiya sisteminə mövcud yanaşmaları təhlil etmək, milli innovasiya sisteminin səmərəliliyinin qiymətləndirməkdir.

Milli innovasiyaların iqtisadi bazası

“Milli innovasiya sistemi” (MİS) anlayışı elmi dövriyyəyə 1980-ci illərin sonunda daxil olmuş [1] və sonrakı illərdə inkişaf etmişdir [4]. Bu gün o geniş kontekstdə istifadə edilir və elmi tədqiqatın faydalı analitik aləti hesab edilərək, innovasiya proseslərinin və müvafiq amillərin başa düşülməsinə yardım edir. Buna baxmayaraq, hazırda MİS-in ümumi qəbul edilmiş vahid tərfi olmasa da, semantik özək istifadə olunan təriflərin əksəriyyətində saxlanılır.

Ekspertlərin təsəvvüründə MİS xarici mühitin xarakteristikalarının təsiri altında biliklərin yaradılmasının innovasiya prosesinin (BYİP) qarşılıqlı təsiri əsasında formalaşır. O strukturun şərtləri və infrastrukturla, dövlət normativləri ilə təyin edilən parametrlərlə təmsil olunub. Fiziki tərkibi baxımından MİS – biliklər istehsal edən və innovasiyalar həyata keçirən qarşılıqlı fəaliyyət göstərən institutlar/aktorlar sırasındır (məsələn, sənaye müəssisələri və assosiasiyaları, hökumət müəssisələri, universitetlər). Bu aktorlar milli innovasiyaların iqtisadi bazasını yaradır ki, bunun da çərçivəsində

hökumət innovasiya prosesinə öz təsirini həyata keçirir. MİS interfeysinin strukturu (aralıq təşkilatlar, kommunikasiya sistemləri) vasitəsilə iştirakçılar müxtəlif mədəni və təşkilati kontekstlərə cəlb edilmiş olur və bu əlaqələr innovasiyaların istehsalı və xarici mühit arasında institusional rəsmiləşdirilmiş münasibətləri müəyyən edir.

Bu elmi istiqamətdə nəzəriyyənin inkişafı (MİS konsepsiyası çərçivəsində) ali məmurları milli səviyyədə innovasiyaların idarə olunmasına xətti deyil, ölçülüb biçilmiş, sistemik yanaşmalardan istifadə etməyə vadar edir. İnnovasiya siyasətində təklif tərəfindən baxışı əks etdirən xətti, ənənəvi yanaşmadan fərqli olaraq, alternativ yeni yanaşma bu prosesləri formalaşdıran amillərdən başqa, innovasiya proseslərinə təsir göstərən amilləri daha yaxşı nəzərə almağa kömək edərək, beləliklə də, taktiki siyasi tədbirlərin işlənilib hazırlanmasını stimullaşdırır. Sistem aspektində MİS-ə yanaşma iqtisadi sistem inzibatçılarına

BYİP-də iştirak edən qarşılıqlı fəaliyyət göstərən təşkilat arasında əməkdaşlığı stimullaşdırmaq, xarici mühitə təsiri nəzərə almaq zərurəti haqqında xatırladır. Ali hökumət məmurlarını başlıca olaraq innovasiyaların effektivliyi maraqlandırdığından ekspertlərin vəzifəsi, digərləri ilə yanaşı, innovasiya məhsulları üçün giriş/çıxış nisbəti, innovasiya sahəsində dövlət siyasətinin effektivliyi kimi göstəricilərin hesablanması metodikalarının işlənilib hazırlanmasıdır. İnnovasiyaların effektivliyi innovasiya prosesinin girişində eyni miqdarda resursun çıxışda daha çox məhsul əldə etməyə imkan verdiyi və yaxud eyni miqdarda innovasiya məhsulunu istehsal etmək üçün girişdə zəruri olan resursların az olduğu halda yüksələn məhsuldarlıq anlayışı ilə bağlıdır. Bu kontekstdə optimum istehsalat imkanları konsepsiyası çərçivəsində müəyyən edilir və effektivlik sadəcə texniki göstəricidir.

Bu mənada effektiv MİS öz istehsalat imkanlarının sərhədindədir. İnnovasiyaların effektivliyinin qiymətləndirilməsi innovasiya effektivliyinin yüksəldilməsi metodlarının hansı metodlar olduğunu başa düşmək və zəif yerləri müəyyən etmək üçün innovasiya sahəsinin ən yaxşı praktikalarını fərqləndirməyə kömək edir. Strateji hərəkət etməyə çalışan ölkələrdə innovasiyaların idarə olunmasında hazırda daha çox “ən yaxşı metodlarının” təkrarlanması təcrübəsindən istifadə edilir. Bundan başqa, təcrübə göstərir ki, xarici effektlər, xarici mühitin innovasiya proseslərinə təsir amilləri də həmçinin innovasiyaların dövlət idarəetməsinin effektivliyi ilə bağlıdır. Əvvəlki tədqiqatlar [1,4] göstərmiş və ya təcrübə yolu ilə nümayiş etdirmişlər ki, milli səviyyədə innovasiya təcrübəsində fərqlər innovasiyaların xarici mühit parametrləri ilə sıx bağlıdır. İnnovasiya prosesinin xətti modelləri innovasiyaları texnologiyalarla əlaqələndirildilər.

Bu halda tipik modellər innovasiyaların bilik və ideyaların iqtisadi dəyərlərə çevrilməsi üsulu kimi nəzərdən keçirildiyi “innovasiya layihəsi blok-sxemləri”, “innovasiya prosesi diaqramları”, “biliklərin funksiyasının istehsalat diaqramları” formatında modellərdir. Bu cür modellər struktur olaraq xarici mühitin innovasiyalara təsiri nəzərə alınmaqla istehsalatda MİS fiziki elementlərinin çevrilməsi proseslərinə istiqamətlənilər ki, bu da “İnnovasiya sistemi istehsalat strukturundan (texnoiqtisadi strukturlar) və institusional infrastrukturdan (siyasi-institusional strukturlar) ibarətdir” kimi işçi təriflərə uyğundur [2].

İnnovasiya sahəsi fəaliyyətinin hansı şəkildə yaxşılaşdırıla biləcəyini başa düşmək üçün innovasiyaların effektivliyinin müəyyən edilməsi üçün ən yaxşı innovasiya təcrübələri modellərindən daha çox milli xüsusiyyətlərə uyğun olan göstəricilər sisteminin yaradılması və ölkələrarası müqayisələr üçün başlıca MİS parametrlərinin tədqiqat metodikasının yaradılması tələb olunur [5].

Bu cür iş bir sıra tədqiqatçılar tərəfindən aparılır. Belə ki, C.Quan və K.Çen (Guan, Chen) Çinin ətraf mühitini tənzimləyən indikatorlar kimi iki amili seçiblər (əqli mülkiyyət hüquqlarının təmin edilmə dərəcəsi və texnoloji hüquqi mühitin keyfiyyəti) [2].

Bundan başqa, innovasiya prosesi parametrlərinin tərkibinə ölkənin beynəlxalq ticarət və rəqabət üçün nisbi açıqlığı parametri daxil edilib. Digər göstəricilərlə yanaşı, müəlliflər, onların fikrincə, innovasiya proseslərinin mikroiqtisadi şərtlərini müəyyən edən və artan proseslər çərçivə-

sində elmi və texnoloji fəaliyyətlərdən baş verən proseslərə aidiyyəti olan milli sənaye sahələrinin əməliyyatlarınadək olan müddətdə nə qədər “izafi” biliyin toplanmasına təsir göstərən infrastruktur parametrlərinin üzərində dayanıblar.

Beləliklə də, İƏİT-in 22 ölkəsini əhatə edən verilənlərin kross-seksiya təhlili üçün istifadə edilən ikimərhələli model alınmışdır. Müəlliflər təcrübə yolu ilə zaman laqının qiymətləndirmə nəticələrinə əhəmiyyətli təsir göstərmədiyini sübut etmiş S.Qrilixin elmi işinə istinad etsələr də, innovasiya proseslərinin giriş və çıxışlarında parametrlərin ən yaxşı əlaqəsinə nail olmaq üçün onlar iki alt-prosesdən (artan və azalan) hər biri üçün müəyyən dövrü tədqiq etmişlər. Digər ekspertlər həmçinin təcrübə yolu ilə zaman yubanmalarının istifadəsinin innovasiyaların çoxsaylı effektivlik göstəricilərinə cüzi təsir göstərdiyini müəyyən etmişlər [3].

Əldə olunmuş nəticələr biliklərin azalan kommersiyalaşma prosesinin MİS-in innovasiya qabiliyyətinin gücləndirilməsində biliklərin artan istehsalat prosesindən statistik olaraq daha mühüm rol oynadığını nəzərdə tutur. Bu innovasiya prosesində kommersiyalaşmanın həlledici rolunu təsdiq edir və innovasiya strukturunun əməkdaşlığa əsaslanan sənaye universiteti modelinin effektiv milli innovasiyalar sisteminin inkişafında niyə görə başlıca rol oynadığını izah edir. Aydındır ki, bu gün gündəlikdə innovasiyaların sistemli ölçülməsi durur və bu halda problem innovasiyaların, çox zaman qeyri-formal təbiətə malik olan innovasiya əlaqələrinin dinamik tərkib hissələrini aşkar və müəyyən etməkdən, onların effektivliyini qiymətləndirməkdən ibarətdir. Artıq təkcə zəngin ölkələr deyil, həm də aşağı gəlirli ölkələr innovasiya mənbələri olur, problem bu tip innovasiyaların sayı və səviyyəsini, eləcə də, onların qarşılıqlı təsir dərəcəsini müəyyən etməkdən ibarətdir.

Milli innovasiya sisteminin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi

Milli innovasiya sisteminin effektivliyinin qiymətləndirilməsi problemlərinin müzakirəsi zamanı verilənlərin əlçatanlığı və düzgünlüyü məsələsinə toxunmamaq olmaz. Əslində innovasiya proseslərinin göstəricilərinin monitorinq sistemi hələ formalaşmaqdadır və müqayisəli təhlil məqsədi ilə qiymətləndirmə metodikalarının unifikasiyası problemi aktual olaraq qalır. Bir sıra milli və beynəlxalq təşkilatlar bu istiqamətdə işini davam etdirir. “Dünya innovasiyalar indeksi 2023” analitik hesabatı (The Global Innovation Index 2023 – GII 2023) INSEAD beynəlxalq təhsil təşkilatının (2007-ci ildən), Ümumdünya əqli mülkiyyət təşkilatının (World Intellectual Property Organization WIPO (2011-ci ildən)) və onların tərəfdaşlarının Knowledge Partners ekspertlər qrupunun işinin nəticəsidir. Hesabatın baş redaktoru – biznes və texnologiyalar professoru, INSEAD-in elmi rəhbəri S. Duttadır (Soumitra Dutta) [https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2023/].

GII 2012 modeli innovasiyaların məzmunu və inkişaf parametrlərinin başa düşülməsi artdıqca inkişaf edir. 2023-cü ilin versiyası, məsələn, iqtisadi sistemlərin və yaradıcı potensialın ekoloji dayanıqlığının ölçülməsinə böyük vurğu edir. GII 2023 həmçinin innovasiyalara xərclərin ölçülməsi və buraxılışına deyil, həm də qarşılıqlı əlaqələrə xüsusi diqqət yetirir.

Məsələn, göstəricilərin tərkibinə birgə müəssisələrin sayı, daxili və xarici ixtiraçılar tərəfindən birlikdə verilmiş patentə dair ərizələrin sayı daxildir. Müəssisələrin qarşılıqlı fəaliyyətinə və insan kapitalının yaradılması, biliklər və texnologiyaların istifadəsi və yayılması interaktiv proseslərinə daha çox diqqət yetirilib. Elmi nəticələr və ixtiraların ötürülməsi, eləcə də, çox və aztəminatlı ölkələrdə onların sosial problemlərə tətbiqi problemləri də xüsusi diqqət cəlb edir. İnnovasiyalara xərclər alt-indeksi aşağıdakı sahələrdə innovasiya aktivliyinin qiymətləndirilməsini nəzərə alır: (1) İnstitutlar, (2) İnsan kapitalı və İR, (3) İnfrastruktur, (4) Bazar fəaliyyəti təcrübəsi (Market sophistication), (4) Biznes təşkilatının təcrübəsi (Business sophistication). İnnovasiya buraxılışı alt-indeksi aşağıdakı sahələrdə innovasiya aktivliyinin qiymətləndirilməsini nəzərə alır: (6) Bilik və texnologiya və (7) Yaradıcılıq məhsulları (Creative outputs).

GII indeksi üzrə innovasiya fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi üzrə dörd əsas indeks: Dünya innovasiyalar indeksi, İnnovasiyaların effektivliyi indeksi (buraxılış/xərclər nisbəti), İnnovasiyalara xərclər alt-indeksi, İnnovasiya buraxılışı alt-indeksi. Hesabat 100-dən çox indikatoru ehtiva edir, la-

kin bizim tədqiqatımızın məqsədləri üçün onlardan bəzilərini qeyd edək. İnstitutların indeksinin tərkibində, öz növbəsində, hökumətin destabilizasiya ehtimalının qavrayışını, kommunal xidmət və dövlət xidmətlərinin keyfiyyətini, strategiyaların formalaşdırılması və onların icrasını, mətbuat azadlığının pozuntularına münasibəti əks etdirən üç indeks ehtiva edən siyasi əhatə alt-indeksi mövcuddur. Ətraf mühitin keyfiyyət alt-indeksi hökumətin xüsusi sektorun inkişafına kömək edən siyasət (müqavilənin, mülkiyyət hüququnun həyata keçirilməsi, polis və məhkəmələr kimi aspektlərdə) formalaşdırmaq və həyata keçirmək qabiliyyətini qiymətləndirən iki indeks ehtiva edir. Üçüncü indikator artıq işçinin işdən azad olunma dəyərini (alınmış əmək haqqının, işdən çıxma müavinətinin ödənilməsi, əvvəlcədən xəbərdarlıq tələblərinin dəyəri və s.) qiymətləndirir. Ümumi infrastrukturun keyfiyyət alt-indeksinə enerji təminatı (məhsul vahidi buraxılışına və əhalinin adambaşına kVt/s elektrik istehlakına ortalama xərclər), yanacaqın mürəkkəb keyfiyyət indikatoru və nəqliyyat infrastrukturunu (məsələn, limanlar, dəmir yolları, şose yolları, informasiya texnologiyaları); eləcə də, əsas fondlara və iqtisadiyyatın xalis maddi ehtiyatlarına əlavələri, o cümlədən, torpaqların meliorasiyası (hasarlar, kanallar, kanalizasiya); zavodlar, maşınlar, avadanlıq; şose və dəmir yollarının salınması və məktəblər, ofislər, xəstəxanalar, xüsusi yaşayış binaları, kommersiya və sənaye binaları da daxil olmaqla digər tikintini ehtiva edən kapital ehtiyatlarının artırılması daxildir. Ekoloji dayanıqlılıq alt-indeksi enerji vahidinə görə alınmış ÜDM (enerjinin istifadəsində effektivlik ölçüsü), Yel universiteti və Kolumbina universitetinin ekoloji effektivlik indeksləri və Beynəlxalq Standartlaşdırma Təşkilatının 14001 (ekoloji sistemlərin idarə olunması) tələblərinə uyğunluq şəhadətnaməsini ehtiva edir.

NƏTİCƏ

Tədqiqat əsasında aparılan təhlil innovasiyaların səmərəliliyinin qiymətləndirilməsində dörd indeks fərqləndirməyə imkan vermişdir. Bu indekslərə aşağıdakılar daxil edilmişdir: Dünya innovasiyalar indeksi, İnnovasiyaların effektivliyi indeksi (buraxılış/xərclər nisbəti), İnnovasiyalara xərclər alt-indeksi, İnnovasiya buraxılışı alt-indeksi. Bu metodikadan istifadə edərək 100-dən artıq göstəricinin təhlil prosesinə cəlb edilməsinə imkan verir ki, bunun nəticəsində ölkələrin milli innovasiya sistemini qiymətləndirərkən istifadə edilməlidir.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Freeman, C. (1987). *Technology Policy and Economic Performance: Lessons from Japan*. London: Pinter; Dosi, G. (1988). *The Nature of the Innovation Process*. In G. Dosi, C. Freeman, R. Nelson, G. Silverberg, & L. Soete (Eds.), *Technical Change and Economic Theory* (pp. 221-238). London: Pinter.
2. Guan J., Kaihua C. Modeling the relative efficiency of national innovation systems// *Research Policy*. – 2012. - № 41. – PP. 102-115.
3. Hollanders, H., ter Weel, B., 2002. Technology, knowledge spillovers and changes in employment structure: evidence from six OECD countries. *Labour Economics* 9 (5), 579–599.
4. Lundvall, B.A. (1992) *National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning*. Pinter Publishers, London.; Nelson, R.R. (1993) *National Innovation Systems: A Comparative Analysis*. Oxford University Press, Oxford; Edquist, C. (Ed.) (1997). *Systems of Innovation: Technologies, Institutions and Organizations*. London: Pinter Publishers/Cassell Academic, 432 pp.
5. Вишнеvский В., Дементьев В. Инновации, институты и эволюция// *Вопросы экономики*. 2010. № 9. С. 41 – 62.; Егоров А.Ю. Инновационное направление развития как основа социально – экономического прогресса/ в «Экономическая история мира» в 6 т./ колл. авторов; под общ. ред. проф. М.В. Конотопова. – Т.6. Кн. 2. – Очерки экономической теории. – М.: КНОРУС, 2012. –с. 345 – 484.

6.https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2023/

N.L.Huseynova

PhD in Economics, Azerbaijan State University of Economics
ORCID 0000-0002-7940-8628

Assessment of efficiency of innovation systems

Abstract

The article emphasizes the existing approaches to the innovation system, as well as the preference for studies based on measured, systemic approaches to the management of innovations at the national level. Here, in terms of evaluating the effectiveness of innovations, it is necessary to develop methods for calculating indicators such as the input/output ratio for innovation products and the effectiveness of innovation policy. When evaluating the effectiveness of the national innovation system, it is necessary to pay attention to the availability and accuracy of data, and to maintain the relevance of the unification of evaluation methods for comparative analysis.

Key words: *innovation system, efficiency, assessment methodology, innovation policy, comparative analysis.*

Н.Л.Гусейнова

д.ф.по э., Азербайджанский Государственный Экономический Университет
ORCID 0000-0002-7940-8628

Оценка эффективности инновационных систем

Резюме

В статье подчеркиваются существующие подходы к инновационной системе, а также предпочтение исследований, основанных на взвешенных, системных подходах к управлению инновациями на национальном уровне. Здесь с точки зрения оценки эффективности инноваций необходима разработка методов расчета таких показателей, как соотношение затрат и выпуска инновационной продукции и эффективность инновационной политики. При оценке эффективности национальной инновационной системы необходимо обращать внимание на доступность и точность данных, сохранять актуальность унификации методов оценки для сравнительного анализа.

Ключевые слова: *инновационная система, эффективность, методология оценки, инновационная политика, сравнительный анализ.*

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-267-274>

S.E.Salahova
doktorant, UNEC
samaya.salahova348@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 27.05.2024

The article was received by editorial board on 27.05.2024

Статья принята к печати 27.05.2024

RƏQƏMSAL VERGİTUTMADA QLOBAL TENDENSİYALAR

Xülasə

Sürətlə inkişaf edən rəqəmsal iqtisadiyyatda ənənəvi vergi sistemləri onlayn əməliyyatların sərhədsiz təbiətinə uyğunlaşmaqda əhəmiyyətli çətinliklərlə üzləşir. “Rəqəmsal vergitutmada qlobal tendensiyalar” məqaləsi rəqəmsal xidmətlərin yaratdığı dəyəri effektiv şəkildə ələ keçirən vergitutma mexanizmlərinin tətbiqi üzrə beynəlxalq səylərin hərtərəfli təhlilini təqdim edir. O, İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişafı Təşkilatı və Avropa İttifaqı kimi qlobal təşkilatlar tərəfindən təklif olunan müxtəlif modelləri və müxtəlif ölkələrin rəqəmsal nəhənglərin ədalətli vergiyə cəlb edilməsini təmin etmək üçün bu təlimatları necə qəbul etdiyini və eyni zamanda innovasiya və inkişaf üçün əlverişli mühiti gücləndirdiyini araşdırır. İƏİT-in layihələrinə o cümlədən eyni adlı təşkilatın Baza Eroziyası və Mənfəət Yönlətməsi (BEMY) layihəsinə nəzər salınmışdır. Həmçinin İƏİT-nin iki sütunlu yanaşma mövqeyinin nəticələri, yarada biləcəyi çətinliklər-ticarət möharibəsi riskləri də təhlil edilmişdir. Məqalədə rəqəmsal vergilərin beynəlxalq ticarətə, istehlakçı davranışına və daha geniş iqtisadi mənzərəyə təsirləri də araşdırılır. Cari siyasətlərin, ekspert rəylərinin və iqtisadi məlumatların sintezi vasitəsilə bu məqalə rəqəmsal vergitutmanın gələcək trayektoriyası və onun qlobal maliyyə siyasətini yenidən formalaşdırmaq potensialı haqqında dəyərli fikirlər təklif edir.

Açar sözlər: rəqəmsal iqtisadiyyat, İƏİT-nin BEMD layihəsi, Rəqəmsal Xidmət Vergisi (RXV), İƏİT-nin İki sütun layihəsi, qeyri-maddi aktivlər, vergi çərçivələri, mənfəət təyinatı.

GİRİŞ

Rəqəmsal iqtisadiyyatın eksponensial artımına və bütün dünyada vergi sistemləri üçün sonrakı çətinliklərə baxış.

Rəqəmsal iqtisadiyyat son on il ərzində ümumi iqtisadiyyatı əhəmiyyətli dərəcədə üstələyərək nəzərəcarpacaq artım yaşadı. Rəqəmsal iqtisadiyyatın təməli hesab edilən İnformasiya və Kommunikasiya Texnologiyaları (İKT) sektoru 2013-2023-cü illər arasında orta hesabla 6.3% artıb ki, bu da təhlil edilən 27 İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf təşkilatı (İƏİT) ölkəsi üzrə ümumi iqtisadiyyatdan təxminən 3 dəfə yüksəkdir. Təkcə 2023-cü ildə İKT-nin artım Tempisi orta hesabla 7.6% təşkil edib, bəzi ölkələr isə 10%-dən yuxarı artım tempinə nail olub [1].

Bu sürətli artım bütün dünyada vergi sistemləri üçün də bir sıra problemlər yaratmışdır. İƏİT-nin “Rəqəmsal İqtisadiyyatın vergi problemlərinin həlli” adlı hesabatı rəqəmsallaşma əsrində beynəlxalq vergitutmanın mürəkkəbliyini araşdıran mühüm sənəddir. Hesabat İƏİT/G20 Baza Eroziyası və Mənfəətin dəyişdirilməsi (BEMD) Layihəsinin bir hissəsidir və 16 sentyabr 2014-cü ildə dərc edilmişdir. Ənənəvi vergi sistemləri rəqəmsal xidmətlərin sərhədsiz təbiətinə və qeyri maddi aktivlərdən asılılığa uyğunlaşmaq üçün mübarizə aparır. Rəqəmsal iqtisadiyyatın xüsusiyyətləri-fiziki aktivlərin olmaması, məlumatların kütləvi istifadəsi və çoxtərəfli biznes modellərinə etibar-baza aşınması və mənfəətin dəyişmə risklərini artırır [2].

Vergi orqanları vergi əlaqəsini yaratmaq və vergiyə cəlb olunan gəlirləri aid etmək üçün dəyərin harada yaranmasını və mənfəət əldə edilməsini müəyyən etmək kimi çətin vəzifə ilə qarşılaşırlar. Əqli mülkiyyətin mobilliyi, rəqəmsal xidmətlərdən əldə edilən gəlirin xarakterizə edilməsinin çətinliyi və yaşayış yeri üzrə vergitutmanın qeyri-adekvatlığı rəqəmsal iqtisadiyyatın vergiyə cəlb edilməsini çətinləşdirən əsas məsələlərdəndir [3].

Bundan əlavə, rəqəmsal iqtisadiyyatın yüksəlişi əsas biznes funksiyalarının dəyişməsinə gətirib çıxarmış, potensial olaraq vergitutma hüquqlarının fərqli paylanması ilə nəticələnib və müəyyən yurisdiksiyalarda aşağı vergitutmaya gətirib çıxarmışdır. Bu, İƏİT kimi beynəlxalq təşkilatları bu çağırışları hərtərəfli həll etmək üçün BEMD Fəaliyyət Planı və İki Sütunlu həll kimi təşəbbüslər hazırlamağa sövq etmişdir.

Xülasə, rəqəmsal iqtisadiyyatın sürətli inkişafı qlobal vergi sistemləri üçün ciddi problem yaradır, rəqəmsal dövrdə ədalətli və effektiv vergi tutmanı təmin etmək üçün innovativ həllər və beynəlxalq əməkdaşlıq tələb edir.

Vergi orqanlarının rəqəmsal xidmət və məhsulların sərhədsiz təbiətinə uyğunlaşmasının aktuallığı.

Rəqəmsal inqilab müəssisələrin fəaliyyət tərzini dəyişdirərək, ənənəvi sərhədləri aşan rəqəmsal xidmətlər və məhsulların artmasına gətirib çıxartdı. Rəqəmsal inqilabın bu sərhədsiz xarakteri vergiləri tutmaq üçün tarixən fiziki mövcudluğa güvənən vergi orqanları üçün ciddi problemlər yaradır. Uyğunlaşmanın zəruriliyi bir neçə amillə şərtlənir:

İnkişaf edən termin-anlayışlar və onların əhatə dairəsinin genişləndirilməsi: Vergi orqanları rəqəmsal xidmətlərin təriflərində təkamülün şahidi olurlar ki, bu da ƏDV/GST sistemləri çərçivəsində vergi tutulanların əhatə dairəsini tədricən atırır. Bura “rəqəmsal xidmətlər”dən “uzaqdan xidmətlərə” keçid daxildir, və onlar geniş əməliyyatları və fəaliyyətləri əhatə edir. Daha aydın izah etsək, belə demək olar ki, rəqəmsal xidmət anlayışı dəyişir və bu da ƏDV sistemləri altında vergiləndirilən sahənin genişlənməsinə səbəb olur. Bu, texnologiya və məhsul inkişafı ilə birlikdə müstəqil xidmətlər və digər əməliyyatlar arasındakı fərqi qarışdırmağa səbəb olur. Məsələn, COVID-19 pandemiyası nəticəsində bir çox ənənəvi tədbirlər “virtuallaşır” və virtual oyun əməliyyatları (metaverse daxil olmaqla) çoxalır. Bu yeni məhsulların vergiləndirilməsi və bir tərif və ya anlayış kimi orta çıxmasında hakimlər və siyasətçilər üçün problem yaradır. Bu dəyişikliklər nəticəsində praktiki olaraq hər şey ƏDV altında vergiləndiriləcəkdir və təsiri təchizatçılardanda yan keçməyəcəkdir [4].

Dəyişən Biznes Modelləri: Rəqəmsal iqtisadiyyat çox vaxt mövcud vergi çərçivələrinə tam uyğun gəlməyən innovativ biznes modelləri ilə xarakterizə olunur. Bura vergitutma üçün yeni problemlər yaradan virtual hadisələrin, rəqəmsal oyunların və metaverse-də əməliyyatların artması daxildir[4].

Vətəndaşların gözləntiləri: Texnologiyanın bir çox xidmətlərin əlimizin altında olmasına imkan verdiyi bir dövrdə Vergi orqanları, vergi ödəyicilərinə daha səmərəli və fərdiləşdirilmiş xidmət göstərmək üçün rəqəmsal çevrilmələr vasitəsilə xidmət göstərməklə bağlı təzyiq altındadırlar. Bu, hökumət xidmətlərinin, xüsusilə vergi ilə əlaqəli proseslərin, müasir texnologiya ilə uyğunlaşdırılması və vətəndaşların bu xidmətlərdən asanlıqla və səmərəli şəkildə istifadə etmələri üçün yenilənməsinin vacibliyini vurğulayır [5].

Texnoloji Adaptasiya: Vergi idarələri vergi gəlirlərinin toplanması və uyğunluğunu yaxşılaşdırmaq üçün e-qeydiyyat, elektron sənədlərin təqdim edilməsi, e-ödəniş və e-qaimə-faktura kimi rəqəmsal texnologiyalardan getdikcə daha çox istifadə edirlər. Bu adaptasiya prosesi rəqəmsal iqtisadiyyatın tempi ilə ayaqlaşmaq və ədalətli vergi sistemini təmin etmək üçün çox vacibdir[6].

Qlobal Trendlər: Vergi inzibatçılığında rəqəmsallaşmaya doğru qlobal keçid fərqli yurisdiksiyalarda fərqli yetkinlik və innovasiya səviyyələri ilə eyni deyil. Bu qeyri-bərabər mənzərə beynəlxalq səviyyədə təcrübə və standartların uyğunlaşdırılması üçün birgə səy tələb edir [5].

Vergi orqanlarının uyğunlaşma ehtiyacı təkcə təcili deyil, həm də rəqəmsal dövrdə vergi sistemlərinin davamlılığı üçün vacibdir. O, rəqəmsal xidmətlərə və məhsullara effektiv vergi tətbiq etmək üçün siyasətin qurulması, texnoloji tərəqqilərin qəbul edilməsi və beynəlxalq əməkdaşlığın təşviq edilməsinə proaktiv yanaşma tələb edir. Məqsəd rəqəmsal iqtisadiyyatın mürəkkəbliklərini idarə edə bilən ədalətli, səmərəli və şəffaf vergi mühiti yaratmaqdır.

Rəqəmsal İqtisadiyyat: Vergi Çıxılmazı.

Rəqəmsal iqtisadiyyatın daim inkişaf edən mənzərəsində müəssisələr getdikcə daha çox qeyri-maddi aktivlərdən istifadə edir və beynəlxalq sərhədləri aşaraq fəaliyyət göstərirlər. Bu dəyişiklik indi görünməmiş mürəkkəblik problemi ilə üzləşən ənənəvi vergi təcrübələri üçün dərin təsirlərə malikdir. Əsasən də özünü bu məsələlərdə göstərməkdədir:

- 1) sərhədlər boyu qeyri-maddi aktivlərdən istifadə;
- 2) vergi əlaqəsi yaratma mübarizəsi;
- 3) mənfəətin xüsusi yurisdiksiyalara aid edilməsi.

Sərhədlər Boyu Qeyri-maddi Aktivlərdən İstifadə. Rəqəmsal bizneslər əqli mülkiyyət, məlumatlar, alqoritmlər və brend reputasiyası kimi qeyri-maddi aktivlər üzərində inkişaf edir [7] [8]. Maddi aktivlərdən fərqli olaraq, bu qeyri-maddi aktivlər fiziki məhdudiyyətlərlə bağlı deyil və qlobal miqyasda nisbətən asanlıqla istifadə edilə bilər. Qeyri-maddi aktivlərin dəyəri çox böyükdür və çox vaxt rəqəmsal aləmdəki fiziki aktivləri üstələyir. Şirkətlər əhəmiyyətli rəqəbat üstünlükləri yaratmaq, innovasiyaları təşviq etmək və sürətli miqyaslılığa nail olmaq üçün bu aktivlərdən istifadə edə bilirlər [7]. Bununla belə, bu aktivlərin qeyri-maddi xarakteri ənənəvi vergi praktikasını çətinləşdirir. Uzun müddət vergi yurisdiksiyasının təməl daşı olan fiziki mövcudluq, şirkətin dəyəri sərhədləri aşan rəqəmsal məhsullara və ya xidmətlərə kökləndikdə qeyri-müəyyənlik yaranır 3. Bu, aydın vergi əlaqəsinin yaradılmasında çətinliklərə səbəb olmuşdur, çünki rəqəmsal şirkətlər əhəmiyyətli yerli izlər olmadan bir neçə yurisdiksiyada fəaliyyət göstərə bilər [9].

Vergi Əlaqəsi yaratma Mübarizəsi. Vergi əlaqəsi anlayışı biznesin harada və nə qədər vergiyə cəlb edilməli olduğunu müəyyən etmək üçün əsasdır. Rəqəmsal iqtisadiyyatda bu əlaqəni qurmaq xüsusilə çətinidir. Ənənəvi vergi sistemləri mənfəətin dəyərin yaradıldığı yerdə vergiyə cəlb edilməli olduğu fikrinə əsaslanır. Bununla belə, rəqəmsal kontekstdə dəyər yaradılması mütləq fiziki mövcudluqla əlaqələndirilmir və bu, mənfəətin konkret yurisdiksiyalara aid edilməsində çətinliklərə gətirib çıxarır [10].

İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı (İƏİT) bu problemi həll etmək üçün daimi təsisatın tərifinə “əhəmiyyətli iqtisadi mövcudluq” anlayışının daxil edilməsini təklif etmişdir[10]. Bununla belə, “əhəmiyyətli” olanın nə olduğu ilə bağlı konsensus azdır, çünki qavrayışlar şəxsi hisslərə, milli iqtisadiyyatların ölçüsünə və onların daxilində rəqəmsal bizneslərin mövcudluğuna görə dəyişir.

Mənfəətin xüsusi yurisdiksiyalara aid edilməsi. Rəqəmsal iqtisadiyyatda mənfəətləri yurisdiksiyalara təyin etmək, rəqəmsal dəyər zəncirlərinin integrasiya olunmuş və bir-biri ilə əlaqəli təbiəti səbəbindən mürəkkəb bir vəzifədir. Mənfəətlər bir ölkədə yaradıla bilər, lakin başqa bir ölkədəki müştərilərdən və ya əməliyyatlardan əldə edilə bilər. Bu əlaqənin kəsilməsi, vergi orqanlarına ənənəvi mənbəyə əsaslanan vergiləndirmə prinsiplərini tətbiq etməkdə ciddi bir çətinlik yaradır.

Beynəlxalq vergi ədəbiyyatından və İƏİT kimi təşkilatlardan gələn təkliflər vergitutma bazasının bazar yurisdiksiyasına aid edilməsinə, vergitutmanın təyinat prinsipinə uyğunlaşdırılmasına işarə edir. Bu yanaşma, mənfəəti biznesin fiziki mövcud olduğu yerdən daha çox müştərilərin yerləşdiyi yerə görə vergiyə cəlb edəcək [11].

Rəqəmsal iqtisadiyyatın qeyri-maddi aktivlərə olan təması və onun əsasən sərhədsiz əməliyyatları, ənənəvi çərçivələri idarə etməkdə çətinlik çəkdiyi bir vergiləndirmə çıxılmazını təqdim edir. Rəqəmsal bizneslər böyüməyə və inkişaf etməyə davam etdikcə, vergi orqanları təcrübələrini ədalətli və effektiv vergitutmanı təmin etmək üçün uyğunlaşdırılmalıdırlar. Bunun üçün innovativ

düşüncə, beynəlxalq əməkdaşlıq və rəqəmsal dövrdə vergi yurisdiksiyasının əsaslarını yenidən müəyyən etmək istəyi tələb olunacaq. Rəqəmsal iqtisadiyyatda vergitutmanın gələcəyi hökumətlərin ehtiyacları ilə müasir biznes təcrübələrinin reallıqları arasında tarazlığın tapılmasından asılıdır.

İƏİT-nin qabaqcıl səyləri və iki sütunlu yanaşma.

Rəqəmsal iqtisadiyyatların sürətlə inkişaf etdiyi bir dövrdə İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı (İƏİT) Baza Eroziyası və Mənfəətin dəyişdirilməsi (BEMD) təşəbbüsü ilə vergidən yayınma problemlərinin həllində ön sıralarda olmuşdur. Bu layihə mənfəət əldə edən iqtisadi fəaliyyətlərin həyata keçirildiyi və dəyərin yaradıldığı yerlərdə mənfəətin vergiyə cəlb edilməsini təmin etmək üçün birgə səyi təmsil edir. BEMD layihəsi transmilli müəssisələrin başqa sözlə multi kultural şirkətlərin vergi yükünü azaltmaq üçün müxtəlif ölkələrin vergi sistemləri arasında boşluqlar və uyğunsuzluqlardan istifadə etməsi ilə bağlı bütün dünyada artan narahatlığa cavab olaraq ortaya çıxmışdır. Transmilli şirkətlərin bu tip addımları təkcə vergi sistemlərinin ədalətliliyinə və bütövlüyünə xələl gətirmir, həm də bütün dünya üzrə hökumətlər üçün əhəmiyyətli gəlir itkiləri ilə nəticələnir və bu təxminən hər il 100-240 milyard ABŞ dolları arasında hesablanır [12].

140-dan çox ölkə və yurisdiksiyanı əhatə edən BEMD üzrə İƏİT /G20 İnküziv Çərçivəsi vergidən yayınma ilə mübarizə, beynəlxalq vergi qaydalarının uyğunluğunu yaxşılaşdırmaq və daha şəffaf vergi mühitini təmin etmək üçün 15 fəaliyyət nöqtəsi hazırlamışdır [12]. Bu tədbirlər iqtisadiyyatın rəqəmsallaşması nəticəsində yaranan vergi problemlərini həll etmək və daxili vergi bazalarının aşınmasının qarşısını almaq üçün nəzərdə tutulub.

İki sütunlu yanaşma. İki sütunlu həll beynəlxalq vergi sistemində iki komponentdən ibarət təməlqoyma islahatlarıdır:

Birinci Sütun: Bu sütun vergitutma hüquqlarının yenidən bölüşdürülməsinə diqqət yetirir və mənfəətin vergitutma hüququnun dəyərin yaradıldığı yerə uyğun olmasını təmin etməyə çalışır. Birinci Sütun çərçivəsində, ən böyük və ən gəlirli transmilli şirkətlərin gəlirlərinin bir hissəsi, həmin şirkətlərin orada fiziki mövcud olub-olmamasından asılı olmayaraq, onların biznes fəaliyyətləri və mənfəət əldə etdikləri bazar yurisdiksiyalarına yenidən bölüşdürüləcəkdir.

İkinci Sütun: İkinci Sütun qlobal minimum 15% vergi dərəcəsini təqdim edir. Bu, çox millətli şirkətlərin baş qərargahlarından və ya fəaliyyət göstərdikləri yurisdiksiyalardan asılı olmayaraq minimum səviyyədə vergi ödəmələrini təmin edir. Bu sütunun məqsədi ölkələr arasında vergi rəqabətinə zəmin yaratmaq və həmin şirkətlərin vergi gəlirlərində ədalətli payını təmin etməkdir [13].

Nəticə olaraq, İƏİT-nin BEMD təşəbbüsü və İki Sütunlu yanaşma layihəsi beynəlxalq vergi çərçivəsinin modernləşdirilməsi istiqamətində mühüm addımdır. Rəqəmsal iqtisadiyyatın yaratdığı vergi problemlərini həll etməklə və çox millətli təşkilatların öz ədalətli vergi paylarını ödəmələrini təmin etməklə, İƏİT daha ədalətli və davamlı qlobal vergi mühitinə yol açır [14].

Birtərəfli Tədbirlər: Parçalanmış Cavab. Rəqəmsal iqtisadiyyatın vergiyə cəlb edilməsi ilə bağlı qlobal konsensus olmadığı halda, bir neçə ölkə rəqəmsal xidmət vergilərini (RXV) tətbiq etməklə birtərəfli tədbirlər görüb. Bu vergilər böyük rəqəmsal şirkətlərin seçilmiş ümumi gəlir axınlarından tutulur və tez-tez fiziki olaraq mövcud olmadan bu ölkələrdəki istifadəçilərdən əhəmiyyətli gəlir əldə etdikləri güman edilən texnologiya nəhənglərini hədəf alır.

Rəqəmsal Xidmətlər Vergisinin(RXV) Tətbiqi. Avstriya, Danimarka, Fransa, Macarıstan, İtaliya, Polşa, Portuqaliya, İspaniya, İsveçrə, Türkiyə və Böyük Britaniya kimi ölkələr RXV tətbiq etmişdir. Digər ölkələr, o cümlədən Belçika və Çexiya bu cür vergilərin qüvvəyə minməsi ilə bağlı təkliflər dərc etmişlər, Latviya, Norveç, Slovakiya və Sloveniya isə onları ya rəsmən elan etmişlər, ya da onları həyata keçirmək niyyətlərini nümayiş etdirirlər [15].

Ticarət münaqişələri və çoxtərəfli sazişə ehtiyac.

Bununla belə, RXV-nin tətbiqi potensial ticarət münaqişələri ilə bağlı narahatlıqlara səbəb oldu. Rəqəmsal vergitutma üzrə çoxtərəfli saziş iqtisadi ixtilafın qarşısını almaq və rəqəmsal iqtisadiyyatda ədalətli və şəffaf vergitutma sistemini təmin etmək üçün çox vacibdir [17]. Bu, ticarət müharibəsinin

qarşısını almağa kömək edəcək və ölkələrin kollektiv səylərini yeni qlobal vergi rejiminin uğurla həyata keçirilməsinə yönəltməsinə təmin edəcəkdə. Bu vergilər əsasən ABŞ şirkətlərinə təsir göstərdiyindən, İƏİT xəbərdarlıq edib ki, rəqəmsal vergitutma üzrə çoxtərəfli saziş olmadan, geniş yayılmış ticarət müharibəsi riski var.

Çoxtərəfli saziş ikiqat vergitutmanın aradan qaldırılmasına və daha ədalətli və daha sabit beynəlxalq vergi mənzərəsini dəstəkləyəcəkdir [16].

Ayrı-ayrı ölkələrin RXV-ləri vasitəsilə parçalanmış reaksiyası qlobal həllin aktuallığını vurğulayır. RXV-lər vergi bazasının eroziyası ilə bağlı dərhal narahatlıqları həll etsə də, beynəlxalq ticarətə və investisiyalara mane ola biləcək mürəkkəb vergi öhdəlikləri şəbəkəsi yaradır. İƏİT-nin təklif etdiyi çoxtərəfli saziş ticarət gərginliyinin artmasının qarşısını alaraq rəqəmsal müəssisələrin vergilərin ədalətli payını ödəməsinə təmin edəcək.

Transsərhəd rəqəmsal əməliyyatlarda ƏDV/MXV tətbiqinə keçid.

Transsərhəd rəqəmsal əməliyyatlarda Əlavə Dəyər Vergisi (ƏDV) və ya Mallar və Xidmətlər Vergisinin (ing. goods and services tax-GST) tətbiqi istiqamətində dəyişiklik rəqəmsal iqtisadiyyatın vergiyə cəlb edilməsi ilə bağlı problemlərin daha təcili və praktiki həlli kimi ortaya çıxdı. Bu yanaşma İƏİT-nin təlimatlarına uyğundur və rəqəmsal xidmətlərin və e-ticarətin artan həcmindən gəlir əldə etmək üçün müxtəlif ölkələr tərəfindən qəbul edilmişdir.

Transsərhəd Rəqəmsal Əməliyyatlara ƏDV/MXV tətbiqi. Ölkələr sərhədləri aşan rəqəmsal əməliyyatların vergiyə cəlb edilməsinin zəruriliyini getdikcə daha çox dərk edirlər. İƏİT rəqəmsal məhsulların transsərhəd satışından ƏDV-nin toplanması ilə bağlı problemlərin həlli üçün təlimatlar təqdim edərək, müştərinin yaşadığı ölkəyə ƏDV vergisi hüquqlarını ayıran Təyinat Prinsipini tövsiyə edib[18]. İstehlakçıların alış-verişlərini fiziki mağazalardan onlayn satışlara yönəltməsi ilə hökumət vergi gəlirlərinin azalmasına cavab olaraq, ƏDV-nin istehlak olunan ölkədə tətbiq edilməsi təmin edilir. Bu, xüsusilə rəqəmsal məhsullar və xidmətlər üçün vacibdir, çünki bu məhsulların və xidmətlərin tədarükü üçün fiziki sərhədlər mənasızdır. Bu, istehlak ölkəsində ƏDV-nin tətbiq edilməsinə təmin edir və bununla da istehlakçıların alışları onlayn rejimdə keçdiyi üçün dövlət vergi gəlirlərinin azaldılması problemini həll edir [18].

AB-nin Rəqəmsal Xidmətlərdən ƏDV Gəlirləri ilə bağlı müvəffəqiyyəti. Avropa İttifaqı (Aİ) rəqəmsal xidmətlərdən ƏDV gəlirlərində əhəmiyyətli artımlarla bu mövzuda uğur hekayəsi olmuşdur. Aİ-nin rəqəmsal dövrə daha yaxşı uyğunlaşmaq üçün ƏDV sisteminin modernləşdirilməsinə, Aİ daxilində transsərhəd fəaliyyət göstərən müəssisələr üçün e-qaimə-fakturaya əsaslanan real vaxt rejimində rəqəmsal hesabat kimi tədbirləri əhatə etmişdir. Bu tədbirlər Üzv Dövlətlərə hər il 18 milyard avroya qədər əlavə ƏDV gəlirləri toplamağa kömək etdi [19]. Komissiyaın ƏDV-ni rəqəmsal dövrə gətirmək təklifi ƏDV fırldaqçılığını ildə 11 milyard avroya qədər azaltmaq və e-ticarət satıcılarına uyğunluq xərclərinə ildə 1 milyard avro qənaət etmək məqsədi daşıyır.

Yekun olaraq qeyd edək ki, transsərhəd rəqəmsal əməliyyatlara ƏDV/MXV tətbiqi rəqəmsal iqtisadiyyatda ədalətli və effektiv vergitutma istiqamətində mühüm addımdır. Aİ-nin nümunəsi rəqəmsal müəssisələrin fəaliyyət göstərdikləri iqtisadiyyatlara öz ədalətli paylarını vermələrini təmin edərək, digər xalqların izləməsi üçün bir plan təqdim edir.

NƏTİCƏ

Rəqəmsal iqtisadiyyat həm çağırışlar, həm də imkanlar təqdim edərək qlobal vergitutma mənzərəsini əsaslı şəkildə dəyişdirdi. Rəqəmsal iqtisadiyyat iqtisadiyyatın özündən getdikcə fərqlənməyən bir hala düşdükcə, ənənəvi vergi sistemləri sərhədləri aşan rəqəmsal əməliyyatların mürəkkəbliklərini idarə etmək üçün özlərini zəif təchiz edir. Ölkələr qlobal miqyasda fəaliyyət göstərən, lakin mənfəət və əməliyyatların strateji bölüşdürülməsi yolu ilə vergi öhdəliklərini minimuma endirməyi bacaran transmilli müəssisələrdən vergi gəlirlərini tutmaq vəzifəsi ilə mübarizə apardıqları üçün innovativ həllərə ehtiyac heç vaxt bu qədər aktual olmayıb.

İƏİT-nin Baza Eroziyası və Mənfəətin dəyişdirilməsi (BEMD) təşəbbüsü iki sütunlu həll yolu ilə birlikdə bu problemlərin həlli üçün qabaqcıl səyləri təmsil edir. Bununla belə, ayrı-ayrı ölkələr tərəfindən Rəqəmsal Xidmətlər Vergiləri (RXV) kimi birtərəfli tədbirlərin həyata keçirilməsi məsələnin aktuallığına sübut olmaqla yanaşı, mövcud cavabların parçalanmış xarakterini vurğulayır. Bu hissə-hissə yanaşmalar beynəlxalq əməkdaşlığın mühüm rolunu vurğulayaraq, ticarət münaqişələrini və iqtisadi ixtilafları qızışdırmaq riski daşıyır.

Beynəlxalq əməkdaşlıq balanslaşdırılmış və hərtərəfli rəqəmsal vergi çərçivəsinin təməli daşıdır. O, vergitutma qaydalarının ədalətli, şəffaf və vahid şəkildə tətbiq edilməsini təmin edir, ikiqat vergitutmanın və vergidən yayınma kimi strateji tələblərin qarşısını alır. Birləşmiş Millətlər Təşkilatı və İƏİT hər ikisi inkluziv və effektiv beynəlxalq vergi əməkdaşlığının vacibliyini vurğulamış, BMT beynəlxalq vergi əməkdaşlığını tam əhatəli etmək üçün səyləri gücləndirməyə çağırmışdır. İƏİT-nin BEMD üzrə Inkluziv Çərçivəsi çoxtərəfliliyə və konsensusa əsaslanan yanaşmaya sadıqlığı əks etdirən Birinci Sütun və İkinci Sütun Planlarına ictimai rəyə dəvət edir [20].

İrəliləyərkən, beynəlxalq ictimaiyyətin 21-ci əsrə uyğun rəqəmsal vergi sistemini təkmilləşdirmək və tətbiq etmək üçün birgə işləməyə davam etməsi mütləqdir. Belə bir sistem təkcə rəqəmsallaşmanın vergi problemlərini həll etməməli, həm də rəqəmsal iqtisadiyyatı xarakterizə edən artım və innovasiyaları dəstəkləməlidir. Əməkdaşlıq və ortaq anlaşma mühitini inkişaf etdirməklə biz rəqəmsal iqtisadiyyatın davamlı iqtisadi inkişaf və firavanlığa yol açaraq bütün dünya ölkələrinin dövlət maliyyəsinə öz ədalətli töhvəsini verməsini təmin edə bilərik.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. <https://www.oecd.org/newsroom/growth-of-digital-economy-outperforms-overall-growth-across-oecd.htm>
2. <https://www.oecd.org/tax/addressing-the-tax-challenges-of-the-digital-economy-9789264218789-en.htm>
3. <https://www.cambridge.org/core/books/taxing-the-digital-economy/challenges-to-the-tax-system-posed-by-the-digitalisation-of-business/293795205C53EE94101F15F9604244B7>
4. <https://kpmg.com/xx/en/home/insights/2022/09/proposition-1-the-digitalization-of-the-economy.html>
5. <https://www.mckinsey.com/industries/public-sector/our-insights/four-innovations-reshaping-tax-administration>
6. International Monetary Fund Notes 2023/008 “Exploring the Adoption of Selected Digital Technologies in Tax Administration” file:///C:/Users/HP%20Pavilion/Downloads / I N SEA2023008%20(1).pdf
7. (<https://www.deloitte.com/global/en/services/legal/perspectives/the-impact-of-intangible-assets.html>.)
8. (<https://www.veloceinternational.com/business/leveraging-intangible-assets-for-competitive-advantage-in-the-digital-age/>)
9. (<https://www.alvarezandmarsal.com/insights/global-trends-digital-taxation-depth-look>)
10. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-96196-1_46
11. <https://pure.eur.nl/en/publications/tax-jurisdiction-in-a-digitalizing-economy-why-online-profits-are>
12. <https://www.oecd.org/tax/beps/>
13. OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project Two-Pillar Solution to Address the Tax Challenges Arising from the Digitalisation of the Economy
14. <https://www.oecd.org/tax/beps/brochure-two-pillar-solution-to-address-the-tax-challenges-arising-from-the-digitalisation-of-the-economy-october-2021.pdf>

15. <https://taxfoundation.org/data/all/eu/digital-tax-europe-2022/>
16. <https://taxfoundation.org/data/all/eu/digital-tax-europe-2024/>
17. <https://pro.bloombergtax.com/brief/oecd-beps-and-the-multilateral-instrument/>
18. <https://iit.adelaide.edu.au/news/list/2020/12/16/the-case-for-multilateral-agreement-on-digital-taxation>
19. <https://aicasia.org/wp-content/uploads/2017/06/AIC-Tax-Policy-Paper-June-2017.pdf>
20. https://taxation-customs.ec.europa.eu/news/commission-proposes-measures-bring-vat-digital-age-2022-12-08_en
21. <https://pro.bloombergtax.com/brief/beps-the-oecd-taxation-of-the-digital-economy/>

S.E.Salahova
PhD student, UNEC

Global trends in digital taxation

Abstract

In the rapidly evolving digital economy, traditional tax systems face significant challenges in adapting to the borderless nature of online transactions. The article “Global Trends of Digital Tax” provides a comprehensive analysis of the international efforts to implement taxation mechanisms that effectively capture the value generated by digital services. It examines the various models proposed by global organizations such as the OECD and the EU, and how different countries are adopting these guidelines to ensure fair taxation of digital giants while fostering an environment conducive to innovation and growth. The article also looks at the OECD’s projects, including the organization’s Base Erosion and Profit Shifting (BEPS) project. Additionally, it notes the outcomes of the OECD’s two-pillar approach, including the challenges it may create—such as the risks of trade wars. The article also explores the implications of digital taxes on international trade, consumer behavior, and the broader economic landscape. Through a synthesis of current policies, expert opinions, and economic data, this article offers valuable insights into the future trajectory of digital taxation and its potential to reshape global fiscal policy.

Key words: digital economy, OECD BEPS project, Digital Service Tax (DST), OECD Two Pillars project, intangible assets, tax frameworks, profit allocation.

С.Э.Салахова
докторант, UNEC

Глобальные тенденции в цифровом налогообложении

Резюме

В условиях быстро развивающейся цифровой экономики традиционные налоговые системы сталкиваются с серьезными проблемами при адаптации к безграничному характеру онлайн-транзакций. В статье «Глобальные тенденции цифрового налогообложения» представлен комплексный анализ международных усилий по внедрению механизмов налогообложения, которые эффективно отражают стоимость, создаваемую цифровыми услугами. В нем рассматриваются различные модели, предложенные глобальными организациями, такими как ОЭСР и ЕС, а также то, как разные страны принимают эти руководящие принципы для обеспечения справедливого налогообложения цифровых гигантов, одновременно создавая среду, способствующую инновациям и росту. В статье также рассматриваются проекты ОЭСР, в том числе проект организации по размыванию базы и перемещению прибыли (BEPS). Кроме того, в нем отмечаются результаты двухкомпонент-

ного подхода ОЭСР, включая проблемы, которые он может создать, например, риски торговых войн. В статье также исследуются последствия цифровых налогов для международной торговли, поведения потребителей и более широкого экономического ландшафта. Посредством синтеза текущей политики, мнений экспертов и экономических данных эта статья предлагает ценную информацию о будущей траектории цифрового налогообложения и его потенциале изменить глобальную налогово-бюджетную политику.

Ключевые слова: цифровая экономика, проект ОЭСР BEPS, налог на цифровые услуги (DST), проект «Два столпа» ОЭСР, нематериальные активы, налоговая система, распределение прибыли.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-275-282>

Т.А.Дадашев
магистрант, Азербайджанский Государственный Экономический Университет
turaldadashev@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 07.10.2024

The article was received by editorial board on 07.10.2024

Статья принята к печати 07.10.2024

БОЛЬШИЕ ДАННЫЕ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ

Резюме

Развитие информационных и коммуникационных технологий позволяет быстро собирать и обрабатывать большие объемы данных. Использование этих данных, называемых большими данными, в сферах экономической и социальной деятельности приводит к стимулированию инноваций и повышению производительности. В то же время растущие объемы, скорость, разнообразие и социально-экономическая ценность данных позволяют осуществить смену парадигмы в соответствии с социально-экономической моделью, основанной на данных. Главным фактором, отличающим нынешнюю эволюцию и приводящим к качественным изменениям, является сочетание технологий больших данных и искусственного интеллекта при манипулировании данными. Но эти новые наборы данных и аналитические методы предоставляют множество преимуществ для исследований и экономической политики, но также создают некоторые проблемы для экономистов. В статье кратко объяснены суть и преимущества больших данных, изучены потенциальные возможности в экономической сфере и проблемы, возникающие в связи с использованием этих возможностей.

Ключевые слова: *большие данные, экономический анализ, прогностическая аналитика, экономика данных, рынок больших данных.*

ВВЕДЕНИЕ

В последнее время привлекает внимание тот факт, что большие данные получили широкое распространение в науке, промышленности и государственных кругах по всему миру. Разработаны мощные инструменты для сбора, хранения, анализа, обработки и визуализации больших объемов данных, а также запущены инициативы в сфере открытых данных для обеспечения широкого доступа к данным государственного сектора, бизнеса и научной сферы. В этом смысле «Инициатива по исследованию и развитию больших данных», объявленная правительством США в марте 2012 года, представляет собой не только стратегический план в высокотехнологичных областях, но и план по улучшению национальной безопасности и социально-экономического развития. Эта стратегия, реализуемая Соединенными Штатами в целом, применяется и в западных странах. Ряд престижных международных организаций и Великобритании, Японии, Китая, Кореи и др. развитые страны также начали предпринимать соответствующие инициативы в этой области. Европейская комиссия приняла очередную программу Horizon 2020 в сфере научных исследований и инноваций. В эту программу, связанную с исследованием и применением больших данных, инвестировано 120 миллионов евро. Программа определила исследовательскую и инновационную стратегию для успешного внедрения экономики боль-

ших данных, включая высокие навыки, промышленное лидерство и социальные проблемы. Организация Объединенных Наций (ООН) разработала проект под названием «Глобальный пульс» по экономическому развитию, чтобы помочь развитию мировой экономики. В этом проекте предполагается с помощью анализа больших объемов сетевых данных прогнозировать социальные проблемы, такие как уровень безработицы, снижение затрат и распространение заболеваний (эпидемий) в определенных регионах. В то же время IBM, Google, Microsoft, Oracle и др. Мировые гиганты, такие как Таким образом, не будет ошибкой сказать, что экономическая и политическая конкуренция между странами в будущем будет основана на потенциальном использовании больших данных. Иными словами, изучение и применение крупномасштабных данных будет стратегически необходимым и важным для повышения конкурентоспособности любой страны. По этой причине важно изучить экономический потенциал больших данных, их преимущества в экономическом анализе и проблемы их использования.

БОЛЬШИЕ ДАННЫЕ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ

Общепринятого определения больших данных не существует. Большие данные определяются как совокупность больших и сложных данных, которые трудно обработать с помощью традиционных программных инструментов. В отчете McKinsey Global Institute этот термин характеризуется как набор данных, выходящий за рамки возможностей типичной базы данных по сбору, хранению, управлению, поиску и анализу информации [4, 7]. Большие данные также можно рассматривать как цепочку, которая соединяет и соединяет физический мир и киберпространство.

Экономическая и социальная деятельность обычно основана на данных. В последние годы в этих областях широко используются большие наборы данных. Растущий объем, скорость, разнообразие и социально-экономическая ценность данных позволяют сменить парадигму в соответствии с социально-экономической моделью, основанной на данных [9]. Параллельно с непрерывным увеличением объема данных увеличивается доступность данных и информационных систем, разрабатываются новые технологии сбора, хранения, анализа, обработки и визуализации данных. Это приводит к активизации деятельности в сфере больших данных и увеличению ценности больших данных.

Заявление O'Reilly Media о том, что «будущее принадлежит компаниям и людям, которые могут превращать данные в продукты», основано на фактах [10]. Нили Крус, комиссар по электронным технологиям Евросоюза, неоднократно оценивала большие данные как нефть будущей экономики и отмечала, что ближайшее будущее — это эра больших данных [11]. Как показывают исследования, данные стали экономическим активом, который может создать значительные конкурентные преимущества, способствовать инновациям, повысить конкурентоспособность и оказать социальное воздействие. Таким образом, большие данные можно ценить как ключевой экономический актив для всех секторов, организаций, стран и регионов.

По утверждениям глобальной консалтинговой компании McKinsey, обилие данных потенциально может предоставить предприятиям новые возможности, такие как следующие [2]:

1. повышение эффективности организации за счет повышения прозрачности ее деятельности;
2. к более точному и всестороннему анализу работы сотрудников и систем посредством экспериментирования и обратной связи;
3. сегментация населения;
4. создание автоматических алгоритмов, не требующих участия людей при принятии решений;

5. создание новых бизнес-моделей, продуктов и услуг.

Использование технологий больших данных, программных приложений и бизнес-моделей в различных секторах и сферах имеет огромный социально-экономический потенциал. С помощью сбора и анализа больших объемов данных можно оптимально управлять доходами и расходами, улучшить финансовые показатели и повысить прозрачность. Решения для больших данных включают социальные сети, журналы вызовов, виды услуг и т. д. Анализируя данные из различных источников, он позволяет точнее сегментировать потенциальных покупателей и глубже понять потребности и мотивацию этих покупателей.

Аналитические методы, такие как прогнозный анализ и интеллектуальный анализ данных, помогают извлекать из данных полезную информацию и генерировать новые бизнес-идеи. Исследования показывают, что компании, использующие аналитику больших данных, имеют возможность повысить производительность на 5–10% больше, чем другие компании. По данным IDC, в последние годы выделились пять направлений (на общую сумму \$91,4 млрд) инвестиций в технологии больших данных и бизнес-аналитики [12] (рис. 1).



Рисунок 1. Инвестиции в технологии больших данных по отраслям [12]

В зависимости от темпов использования технологий больших данных, программных приложений и бизнес-моделей в различных областях, размер рынка больших данных также увеличивается. Рынок больших данных - это сфера бизнеса, которая включает в себя миллиарды долларов продаж ИКТ-оборудования, программного обеспечения и ИТ-услуг.

По данным Statista, ожидается, что мировой рынок больших данных вырастет с 56 миллиардов долларов в 2020 году до 103 миллиардов долларов в 2027 году (рисунок 2), при этом среднегодовые темпы роста составят 11 процентов в течение прогнозируемого периода [13].

По итогам 2019 года США имеют более высокую долю (более половины рынка больших данных) на мировом рынке больших данных (рис. 2), при этом наблюдается значительное развитие рынка больших данных в страна [12].

Столь высокие темпы роста в Северной Америке объясняются растущим использованием устройств Интернета вещей (IoT) на различных предприятиях региона. Организации в США начали использовать решения Big Data для генерации аналитических данных для принятия стратегических бизнес-решений и поддержания конкурентоспособности на рынке [13].

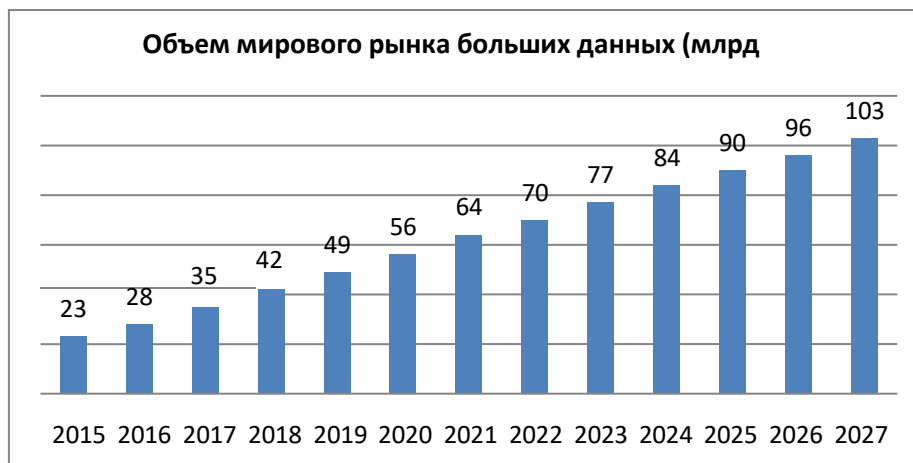


Рисунок 2. Общий доход мирового рынка больших данных за 2015-2027 гг. [13]

Исследования показывают, что предприятия поддерживают конкурентоспособность на рынке, используя технологии больших данных, программные приложения и бизнес-модели. В то же время они зарабатывают миллиарды долларов на продаже оборудования, программного обеспечения и ИТ-услуг. Это показывает, что большие данные имеют огромный потенциал в экономической сфере.



Рисунок 3. Доля стран-лидеров на рынке больших данных (%) [12]

Доступность источников, включающих информацию об экономических процессах и поведении человека, а также глубокий анализ больших массивов данных могут сыграть важную роль в устойчивом экономическом развитии стран и повышении конкурентоспособности предприятий.

Многие исследователи связывают применение больших данных в экономическом анализе с количеством переменных наблюдения, многомерностью количества наблюдений, а также с тем, что большие наборы данных предоставляют полезную информацию на микроуровне для анализа поведения агентов.

Некоторые преимущества больших данных в сфере исследований и экономической политики перечислены ниже [6].

- Способность собирать большие объемы административных данных на микроуровне центральных и местных органов власти в таких областях, как сбор налогов, социальные программы, образование или демография. Эти данные могут повлиять на совершенствование мониторинга и прогнозирования экономической деятельности на государственном уровне.

- Использование новых данных для мониторинга экономической деятельности частного сектора, а также данных в реальном времени (например, данных, собранных с сайтов для определения точного показателя инфляции), может быть более мощным инструментом, чем традиционные данные обследований, для мониторинга частоты и уровень детализации экономической деятельности.

- Такие критерии, как поиск в Интернете или публикации в социальных сетях, также могут использоваться в качестве надежных показателей занятости и экономических показателей домохозяйств. Например, запросы о продукте в Google могут точно отражать спрос на этот продукт.

- Наличие больших объемов административных и частных данных может привести к более качественному измерению экономических последствий (особенно тех, которые связаны с поведением отдельных агентов) с помощью более широких и детальных данных. Большие данные также могут решить статистическую проблему ограниченного числа наблюдений и сделать анализ более надежным и точным.

- Большие данные могут стимулировать экономистов к новым проблемам и темам исследований в различных областях, таких как динамика рынка труда, влияние дошкольного образования на будущие доходы, динамика фондового рынка и эффективность онлайн-рынков.

- Возможность проводить «натуральные эксперименты». Например, переход от еженедельных данных к значительно более частым данным, данным о потребителях или отдельных продуктах, может позволить обнаружить детали или изменения на микроуровне (например, замену других продуктов в случае изменения цен).

- Использование новых статистических методов и методов машинного обучения для создания более мощных прогнозных моделей (особенно в области эмпирической микроэкономики). Использование методов прогнозного моделирования может помочь исследователям понять поведение потребителей в области заимствований и то, как кредиторы должны оценивать кредиты и устанавливать «оценки кредитного риска», которые помогают им устанавливать лимиты кредитного риска и т. д. позволяет

- *Большие данные и новые аналитические методы открывают множество возможностей для экономических областей, но также создают множество проблем.

Неструктурированный характер данных и отсутствие какой-либо закономерности в их организации создают серьезные проблемы для их анализа. Эти проблемы в основном связаны с характеристиками и доступностью больших данных, современными моделями и методами анализа, а также системами обработки данных. Некоторые из этих проблем перечислены ниже [1, 3]:

- Доступность данных. Большая часть этих новых данных, используемых исследователями, специфична для конкретных компаний, и стоимость их получения часто не по карману экономистам.

- Сложность данных. Присущая большим данным сложность (включая сложность типов, структур и шаблонов) затрудняет их восприятие, описание, понимание и вычисления, что приводит к резкому увеличению вычислительной сложности по сравнению с традиционными вычислительными моделями, основанными на общих данных. Неструктурированный характер данных создает проблему с эконометрической точки зрения,

то есть изолировать зависимость между изучаемыми рядами. Это самая важная техническая проблема с данными такого типа, требующая разработки новых инструментов регрессии.

➤ Вычислительная сложность. Три основные характеристики больших данных, а именно наличие нескольких источников, большой объем и быстрая изменчивость, не позволяют эффективно обрабатывать, анализировать и вычислять большие данные с помощью традиционных вычислительных методов (таких как машинное обучение, поиск информации и обработка данных). горное дело). Традиционные подходы, используемые для обработки небольших данных – окончательные статистические данные, методы анализа и итеративные методы – не подходят для вычислений больших данных. При решении проблем с большими данными следует учитывать и исследовать вычислимость, вычислительную сложность и алгоритмы.

➤ Недостаточная способность работать с большими данными и новыми статистическими методами и методами машинного обучения. При использовании больших данных традиционные задачи анализа и обработки, такие как поиск информации, обнаружение контента, семантический анализ и анализ настроений, становятся чрезвычайно трудными.

Отсутствие знаний о правилах распределения и интеграции, связанных с большими данными, сложности больших данных и сложности вычислений, а также отсутствие полного понимания взаимодействия предметно-ориентированных методов обработки больших данных ограничивают возможности разработки высокоэффективных вычислительных моделей и методов решения задач, связанных с большими данными. Чтобы иметь возможность связать концептуальную структуру экономических исследований с большими базами данных, экономистам необходимо развивать свои навыки в области использования передового программного обеспечения и языков (SQL, R и т. д.), а также алгоритмов машинного обучения и компьютерные технологии [5].

Наконец, нехватка менеджеров в сфере организации и управления большими данными. Большие базы данных часто объединяют данные, созданные разными способами и для разных целей. Чрезмерное доверие к этим данным может даже иметь неприятные последствия; этот риск особенно велик для данных, собранных в результате поиска в Интернете. Поэтому при проведении экономического анализа важно обращать внимание на качество данных и надежность источника. Таким образом, точные экономические результаты тесно связаны с использованием надежных данных и передовых статистических методов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Использование больших данных в различных областях имеет большой социально-экономический потенциал, чем конкретный рынок больших данных. Сбор, обработка, анализ и использование больших объемов данных могут сыграть важную роль в экономическом развитии стран. Обратите внимание, что взрывной рост данных — это реальность. Эти данные должны быть преобразованы в ценность для общества, людей и бизнеса во всех сферах. Однако, хотя большие данные и новые статистические методы открывают множество возможностей для областей экономики, экономисты сталкиваются с некоторыми проблемами. Эти проблемы в основном связаны с характеристиками больших данных, их доступностью, текущими моделями и методами анализа, системами обработки данных. Для решения этих задач экономистам необходимо развивать свои навыки в области использования передового программного обеспечения и языков кодирования (программирования), а также алгоритмов машинного обучения и компьютерных технологий.

Как уже говорилось выше, экономическая и политическая конкуренция между странами в будущем будет основываться на потенциальном использовании больших данных. Другими словами, переход к экономике, основанной на данных, неизбежен во всем мире. Для этого

важно использовать технологии больших данных, программные приложения и бизнес-модели в разных секторах и областях. Это обеспечит их быстрое внедрение организациями и отдельными лицами, а также обеспечит значительный рост и повышение конкурентоспособности.

Список использованной литературы:

1. Arne H., "Amount of data created, consumed, and stored 2010-2025", Jun 7, 2021, <https://www.statista.com/statistics/871513/worldwide-data-created/>.
2. Big Data: перспективы развития, тренды и объемы рынка больших данных 21 Декабря 2020, <https://delprof.ru/press-center/open-analytics/>.
3. EU Digital Commissioner: Open Public Data, The Oil Of The Digital Age, 2012, <https://www.ip-watch.org/2012/03/05/eu-digital-commissioner-open-public-data/>.
4. Əliquliyev R.M., Hacırahimova M.Ş., "Big Data" fenomeni: problemlər və imkanlar", *İnformasiya texnologiyaları problemləri*, 2014, №2, s. 3-16.
5. Hacırahimova M.Ş., Əliyeva A.S., "İnkişaf etmiş ölkələrin "Big data" ilə bağlı təşəbbüsləri", *İnformasiya cəmiyyəti problemləri*, 2017, №1, s.12–23.
6. Horizon 2020 - The EU Framework Programme for Research and Innovation 2014-2020, ec.europa.eu/programmes/horizon2020.
7. Jina X., Benjamin W. W., Chenga X., Wang Y., "Significance and Challenges of Big Data Research", *Big Data Research*, 2015, vol. 2, no. 2, pp. 59–64.
8. Khalid B., Chaabita R., "Big data in economic analysis: advantages and challenges", *International Journal of Social Science and Economic Research*, Volume: 04, Issue: 07 "July 2019, 5196-5204.
9. Kimberly M. "Forecast revenue big data market worldwide 2011-2027", Jan 22, 2021, <https://www.statista.com/statistics/254266/global-big-data-market-forecast/>.
10. Loukides M., "What is data science?The future belongs to the companies and people that turn data into products", June 2, 2010, <https://www.oreilly.com/radar/what-is-data-science/>.
11. Makrufa Sh. Hajirahimova, Aybeniz S. Aliyeva, "About Big Data Measurement Methodologies and Indicators", *International Journal of Modern Education and Computer Science (IJMECS)*, vol.9, no.10, pp. 1-9, 2017.DOI: 10.5815/ijmecs.2017.10.0.
12. Manyika J., Chui M., Brown B.et al., "Big Data: The Next Frontier for Innovation, Competition, and Productivity", San Francisco, USA: McKinsey Global Institute, 2011, pp. 1-137.
13. Martin H., "Big Data for Development: A Review of Promises and Challenges. Development Policy Review", martinhilbert.net.
14. UN Global Pulse, "Integrating Big Data into the Monitoring and Evaluation of Development Programmes", 2016, <http://unglobalpulse.org/>.

T.A.Dadashev

master student, Azerbaijan State Economic University

Big data and its impact on economic development

Abstract

The development of information and communication technologies enables the rapid collection and processing of large amounts of data. The use of these data, called big data, in the fields of economic and social activity leads to stimulation of innovation and increase in productivity. At the same time, the increasing volume, speed, diversity, and socio-economic value of data make it possible

to make a paradigm shift in accordance with the socio-economic model based on data. The main factor that distinguishes the current evolution and leads to qualitative changes is the combination of Big data and artificial intelligence technologies during data manipulation. But these new datasets and analytical methods present many advantages for research and economic policy, but also present some challenges for economists. In the article, the essence and advantages of Big data are briefly explained, potential opportunities in the economic field and the problems arising in connection with the use of these opportunities are studied.

Key words: big data, economic analysis, prognostic analytics, data economy, big data market.

T.A.Dadaşov

magistrant, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti

Big data və onun iqtisadi inkişafa təsiri

Xülasə

İnformasiya və kommunikasiya texnologiyalarının inkişafı böyük miqdarda verilənlərin sürətlə toplanmasına və emalına şərait yaradır. Big data adlanan bu verilənlərin iqtisadi və sosial fəaliyyət sahələrində istifadəsi innovasiyanın stimullaşdırılmasına və məhsuldarlığın artmasına səbəb olur. Eyni zamanda verilənlərin artan həcmi, sürəti, müxtəlifliyi və sosial-iqtisadi dəyəri verilənlərə əsaslanan sosial-iqtisadi modelə uyğun paradiqma dəyişikliyinə baş verməsini mümkün edir. Mövcud təkamülü fərqləndirən və keyfiyyət dəyişikliklərinə səbəb olan əsas faktor verilənlərin manipulyasiyası zamanı Big data və süni intellekt texnologiyalarının birləşməsidir. Lakin bu yeni verilənlər dəstləri və analitik üsullar tədqiqat və iqtisadi siyasət sahəsində bir çox üstünlüklərlə yanaşı, iqtisadçılar üçün müəyyən çətinliklər də yaradır. Məqalədə Big data-nın mahiyyəti, üstünlükləri qısa şərh olunur, iqtisadi sahədəki potensial imkanları və bu imkanların istifadəsi ilə bağlı yaranan problemlər tədqiq olunur.

Açar sözlər: big data, iqtisadi analiz, proqnostik analitika, verilənlər iqtisadiyyatı, big data bazarı.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-283-288>

U.H.Bağirov
magistrant, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
bagirov.ugur13@gmail/com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 09.10.2024

The article was received by editorial board on 09.10.2024

Статья принята к печати 09.10.2024

ELEKTRON TİCARƏTİN GƏLƏCƏYİ: TƏKAMÜL VƏ REKLAM METODLARININ TƏSİRLƏRİ

Xülasə

Elektron ticarət rəqəmsallaşmanın təsiri ilə sürətlə böyüyən və transformasiya olunan bir sektordur. Bu proses zamanı reklam üsulları da əhəmiyyətli təkamül keçirmişdir. Ənənəvi media üsullarından rəqəmsal platformalara, sosial media kampaniyalarından influencer marketinginə qədər bir çox strategiya brendlərin hədəf auditoriyasına çatma üsulunu dəyişdirdi.

Gələcəkdə süni intellekt və məlumat analitikası kimi texnologiyaların integrasiyası fərdiləşdirilmiş reklam təcrübələrini artıraraq müştəri məmnuniyyətini artıracaq. Bundan əlavə, davamlılıq və etik dəyərlərə üstünlük verən istehlak yanaşmasının mənimsənilməsi reklam strategiyalarını yenidən formalaşdıracaq.

Bu məqalədə e-ticarətin gələcəyini formalaşdıran reklam üsullarının təkamülü və bu üsulların markalara və istehlakçılara təsiri ətraflı şəkildə araşdırılır. Nəticədə, markaların rəqabət üstünlüyü əldə etmək üçün bu dinamik dəyişikliklərə uyğun olaraq strategiyalarını yeniləmələri çox vacibdir. Gələcəkdə e-ticarətdə effektiv reklam üsullarının mənimsənilməsi uğurun əsas amili olacaqdır.

Açar sözlər: elektron ticarət, gələcək, təkamül, metod, təsir.

GİRİŞ

Son illərdə rəqəmsallaşmanın sürətlənməsi ilə e-ticarət sektoru alış-veriş təcrübəmizi kökündən dəyişdirdi. Bu transformasiya təkcə onlayn məhsullar təklif etməklə məhdudlaşmır, həm də reklam üsullarının təkamülünə səbəb olur. Ənənəvi media üsullarından sosial media kampaniyalarına, axtarış sisteminin optimallaşdırılmasından təsirli marketingə qədər bir çox fərqli strategiya brendlərin hədəf auditoriyasına çatma üsulunu kökündən dəyişdirdi.

Elektron ticarətin gələcəyi bu dəyişikliklərlə, eləcə də istehlakçı davranışındakı transformasiya ilə formalaşır. Bugünkü istehlakçılar daha şüurlu və araşdırmaçı münasibət nümayiş etdirir və markaların rəqəmsal aktivlərini və ünsiyyət üslublarını yaxından izləyirlər. Bu kontekstdə reklam üsullarının təkamülü təkcə marketing strategiyası deyil, həm də müştəri münasibətlərinə və təcrübələrinə dərin təsir göstərən bir prosesə çevrilmişdir.

Bu məqalədə, e-ticarətin gələcəyini formalaşdıran reklam üsullarının təkamülünü araşdıracaq və bu üsulların həm markalara, həm də istehlakçılara təsirlərini qiymətləndirəcəyik. Xüsusilə rəqəmsal dünyanın dinamik strukturunda uğurlu e-ticarət strategiyasının əsas elementlərini başa düşmək rəqabət üstünlüyünə nail olmaq üçün kritik əhəmiyyət kəsb edəcək.

NƏZƏRİ YANAŞMALAR

Elektron ticarət son illərdə texnoloji irəliləyişlər və dəyişən istehlakçı davranışları ilə sürətlə inkişaf edən bir sektor olmuşdur. Bu artım bir neçə əsas dinamika ilə dəstəklənir:

1. Texnoloji inkişaf. İnternetə çıxışın artırılması, mobil cihazların geniş istifadəsi və bulud texnologiyalarının inkişafı e-ticarətin əsas tikinti bloklarını təşkil edir. Xüsusilə, mobil ticarət (m-ticarət) istifadəçilərə istənilən vaxt və hər yerdə alış-veriş etmək imkanı verir ki, bu da sektorda artımı sürətləndirir.

2. İstehlakçı davranışlarının dəyişməsi. Müasir istehlakçılar zamanın qədrini bilə-bilə onlayn alış-verişə üstünlük verirlər. Sürətli, praktiki və fərdiləşdirilmiş təcrübə axtarışı brendlərin e-ticarət platformalarına sərmayə qoymasını məcbur edir. Bundan əlavə, sosial medianın təsiri ilə istifadəçilərin alış-veriş qərarlarına təsiri artır.

3. Rəqəmsal Marketing Strategiyaları. Axtarış motorunun optimallaşdırılması (SEO), sosial media marketingi və təsir edən əməkdaşlıq kimi rəqəmsal marketing üsulları brendlərə daha geniş auditoriyaya çatmağa imkan verir. Bu strategiyalardan səmərəli istifadə e-ticarət saytlarının görünürsüzlüyünü artıraraq satışlara müsbət təsir göstərir.

4. Qloballaşma. Elektron ticarət biznesə qlobal bazarlara çıxış imkanı verir. Hətta kiçik və orta biznes də rəqəmsal platformalar vasitəsilə beynəlxalq müştəri bazasına çata bilər. Bu, bazarın genişlənməsinə və diversifikasiyasına kömək edir.

5. Logistika və İnfrastruktur İnkişafı. Elektron ticarətin inkişafı həm də effektiv logistika və paylama sistemlərinin qurulmasından asılıdır. Sürətli və etibarlı yük xidmətləri istehlakçıların onlayn alış-verişə inamını artırır və bu sahənin inkişafına əhəmiyyətli töhfə verir.

6. Məlumatların Təhlili və Fərdiləşdirmə. Böyük məlumat analitikası brendlərə müştəri davranışını başa düşməyə və fərdiləşdirilmiş təcrübələr təqdim etməyə imkan verir. İstehlakçıların alış-veriş vərdisləri və üstünlükləri ilə bağlı təhlillər məqsədyönlü kampaniyalar yaratmağa imkan verir.

7. COVID-19 Təsiri. Pandemiya prosesi e-ticarətin böyüməsini xeyli sürətləndirdi. İnsanların fiziki mağazalardan alış-veriş etmək istəyinin azalması onlayn platformalara üstünlük verilməsinə səbəb olub. Bu dövrdə bir çox müəssisə rəqəmsal kanallara keçərək sağ qalmağa çalışdı.

TƏHLİL

Elektron Ticarətdə Reklam Metodlarının Təkamülü

Elektron ticarətin böyüməsi ilə brendlərin istehlakçılara çatma üsulu da köklü dəyişikliyə məruz qalıb. Ənənəvi reklam üsullarından tutmuş rəqəmsal marketing strategiyalarına qədər bir çox üsullar zamanla təkamül keçirmiş və indiki dinamik strukturunu qazanmışdır. Bu araşdırmada e-ticarət sahəsində reklam üsullarının təkamülünü və bu prosesin əsas mərhələlərini araşdıracağıq.

1. Ənənəvi Reklam Dövrü. Elektron ticarət ilk dəfə yarananda brendlər daha çox ənənəvi media kanallarından (TV, radio, çap nəşrləri) istifadə edərək reklam edirdilər. Bu üsullar böyük auditoriyaya çatmaq imkanı təqdim etsə də, hədəfləmə baxımından məhduddu idi. Reklamı tez-tez müəyyən bir auditoriyaya çatmaqda çətinlik çəkirdi və istehlakçı rəyini ölçmək çətin idi.

2. Rəqəmsal Transformasiya və İnternet Reklamı. 1990-cı illərin sonundan etibarən internetin geniş yayılması ilə rəqəmsal reklamlar meydana çıxmağa başladı. Veb saytlarda banner reklamları, pop-uplar və e-poçt marketingi kimi üsullar brendlərə onlayn görünmələrini artırmağa imkan verib. Ancaq bu dövrdə istifadəçilərin diqqətini cəlb etmək çox çətin idi və çox vaxt bezdirici tapıldı.

3. Search Engine Optimization (SEO) və Search Engine Advertising (SEM). 2000-ci illərin əvvəllərində axtarış sistemləri e-ticarət reklamında mühüm rol oynamağa başladı. SEO, üzvi axtarış nəticələrində daha yüksək yer tutmaq üçün məzmun və texniki optimallaşdırma proseslərini əhatə etsə də, SEM pullu reklam vasitəsilə görünürsüzlük əldə etmək üsuludur. Bu iki strategiya brendlərə hədəf auditoriyaları ilə daha effektiv əlaqə saxlamağa kömək etdi.

4. Sosial Media Reklamları. Sosial media platformalarının yüksəlişi e-ticarətin reklam üsullarını əhəmiyyətli dərəcədə dəyişdirdi. Facebook, Instagram, Twitter və TikTok kimi platformalar brendlərə istifadəçi yönümlü, hədəflənmiş və interaktiv reklam imkanları təklif edir.

Sosial media istifadəçilərə brendlərlə birbaşa əlaqə saxlamağa imkan verib, cəmiyyət qurmaq və brend loyallığı yaratmaq üçün yeni imkanlar təqdim edib.

5. Influencer Marketing. Son illərdə təsir edən marketing e-ticarətin ən təsirli reklam üsullarından birinə çevrilmişdir. Sosial media təsir edənlər və bloggerlər müəyyən bir auditoriyaya güclü təsir yaratmaqla brendlərə öz məhsullarını tanıtmaya kömək edirlər. Bu yanaşma istehlakçıların etibarını qazanmaq və üzvi qarşılıqlı əlaqə yaratmaq üçün mühüm strategiyaya çevrilir.

6. Fərdiləşdirilmiş Reklam. Məlumatların təhlili və süni intellekt texnologiyalarının inkişafı brendlərə istehlakçı davranışını daha yaxşı başa düşməyə imkan verib. Fərdiləşdirilmiş reklam istifadəçilərin keçmiş alışlarına və davranışlarına əsaslanan fərdi tövsiyələr təqdim etməklə daha effektiv təcrübə yaradır. Bu, həm dönüşüm nisbətlərini artırır, həm də müştəri məmnuniyyətini artırır.

7. Avtomatlaşdırılmış və Proqramlı Reklam. Nəhayət, proqramlı reklam, markaların hədəf auditoriyalarına daha effektiv şəkildə çatması üçün qabaqcıl üsul kimi seçilir. Avtomatlaşdırılmış sistemlər reklamların ən uyğun vaxtda və ən effektiv platformada göstərilməsini təmin etmək üçün istifadəçi məlumatlarını təhlil edir. Bu, reklam büdcələrindən daha səmərəli istifadə etməyə və ROI-ni artırmağa kömək edir.

Elektron ticarətin reklam üsulları texnologiya və istehlakçı davranışı ilə birlikdə daim inkişaf edir. Ənənəvi üsullardan rəqəmsal və sosial media strategiyalarına, fərdiləşdirilmiş məzmunu və proqram həllərinə qədər uzanan bu proses brendlərə hədəf auditoriyaları ilə daha dərin əlaqə qurmağa imkan verir. Gələcəkdə bu dinamikanın necə formalaşacağı e-ticarətin uğuruna birbaşa təsir edəcək. Brendlərin bu dəyişiklikləri izləməsi, strategiyalarını yeniləməsi və rəqabət üstünlüyü əldə etmək üçün innovativ yanaşmalar inkişaf etdirməsi çox vacibdir.

Elektron Ticarətin Gələcəyi

Elektron ticarət son illərdə sürətli inkişaf nümayiş etdirdi və alış-veriş vərdişlərini kökündən dəyişdirdi. Texnologiyanın inkişafı, istehlakçı davranışının təkamülü və global hadisələr e-ticarətin gələcəyini formalaşdıran mühüm amillərdir. Bu araşdırmada e-ticarətin gələcəyi ilə bağlı proqnozlar, meyllər və potensial problemlər müzakirə olunacaq.

1. Texnoloji inkişaf. Texnologiya e-ticarətin inkişafında ən mühüm determinantdır. Süni intellekt, maşın öyrənməsi və böyük məlumat analitikası bizneslərə müştəri davranışını daha yaxşı başa düşməyə və fərdiləşdirilmiş təcrübələr təqdim etməyə imkan verir. Məsələn, süni intellektlə işləyən chatbotlar müştəri xidmətlərini daha sürətli və effektiv edəcək, maşın öyrənmə alqoritmləri isə hədəflənmiş reklam və məhsul tövsiyələrini təkmilləşdirəcək.

2. Mobil ticarətin yüksəlişi. Mobil cihazların yayılması m-ticarətin (mobil ticarət) sürətli böyüməsinə səbəb oldu. İstənilən yerdə və istənilən vaxt alış-veriş etmək imkanının olması ilə yanaşı, istifadəçilər mobil proqramlar vasitəsilə daha rahat təcrübə yaşayırlar. Gələcəkdə mobil ödəniş sistemlərinin və pul kisəsi tətbiqlərinin daha çox qəbulu bu tendensiyanın davam edəcəyini göstərir.

3. Fərdi Alış-veriş Təcrübəsi. Fərdiləşdirmə e-ticarətin gələcəyində mühüm rol oynayacaq. İstehlakçılar fərdi tövsiyələr və təcrübələr tələb edirlər. Süni intellekt və məlumat analitikası sayəsində brendlər daha çox hədəflənmiş kampaniyalar hazırlamaq və istifadəçi təcrübəsini təkmilləşdirmək üçün müştərilərinin keçmiş alış-veriş məlumatlarından istifadə edə bilərlər.

4. Sosial Ticarət. Sosial media platformaları e-ticarətin yeni siması kimi seçilir. Instagram, Facebook və TikTok kimi platformalar brendlərə məhsullarını birbaşa satmağa imkan verən xüsusiyyətlər təklif edir. Sosial ticarət istifadəçilərə sosial media vasitəsilə alış-veriş etməyə imkan versə də, təsir edən marketingin təsiri bu sahəni daha da gücləndirəcək.

5. Davamlılıq və Etik İstehlak. Gələcəkdə istehlakçıların davamlı və etik məhsullara marağı artacaq. Ətraf mühitə təsirlər və sosial məsuliyyət brendlərin marketing strategiyalarının müəyyən edilməsində mühüm amilə çevriləcək. Elektron ticarət şirkətləri bu yeni tələbata ekoloji cəhətdən təmiz məhsullar təklif etməklə və davamlı təcrübələri qəbul etməklə cavab verməli olacaqlar.

6. Qloballaşma və bazara çıxış. Elektron ticarət biznesə qlobal bazarlara çıxış imkanı verir. Hətta kiçik və orta bizneslər rəqəmsal platformalar sayəsində beynəlxalq müştəri bazasına çata bilirlər. Bu, e-ticarətin sərhədləri aşmasına və daha rəqabətli olmasına səbəb olacaq.

7. Logistika və Dağıtım İnnovasiyaları. Sürətli və effektiv logistika e-ticarətin uğuru üçün çox vacibdir. Gələcəkdə dron çatdırılması, avtonom nəqliyyat vasitələri və ağıllı anbar sistemləri kimi yeniliklər logistik prosesləri daha səmərəli edə bilər. Bu inkişaflar daha sürətli çatdırılma müddətləri təklif edərək istehlakçı məmnuniyyətini artıracaq.

8. Məlumat Təhlükəsizliyi və Məxfilik. Elektron ticarətin böyüməsi məlumat təhlükəsizliyi və məxfilik problemlərini də gündəmə gətirib. İstehlakçılar şəxsi məlumatlarının təhlükəsizliyi haqqında daha şüurlu olurlar. E-ticarət şirkətləri təhlükəsizlik protokollarını gücləndirməklə və şəffaf şəkildə məlumatların istifadəsi ilə bağlı siyasətlər quraraq istehlakçıların etibarını qazanmalıdırlar.

E-ticaret, gelecekte birçok fırsat ve zorlukla karşılaşacaktır. Teknolojik gelişmeler, değişen tüketici davranışları ve küresel dinamikler, bu alanın evrimini etkileyecektir. İşletmelerin, bu değişimlere ayak uydurarak stratejilerini geliştirmeleri, rekabet avantajı sağlamaları açısından hayati öneme sahiptir. Sürdürülebilirlik, kişiselleştirme ve inovasyon, e-ticaretin geleceğinde öne çıkacak anahtar kelimeler olacaktır.

Reklam metodlarının elektron ticarətə təsirləri

Rəqəmsal dünyanın təqdim etdiyi imkanlarla sürətlə inkişaf edən bir sahə olaraq e-ticarət effektiv reklam üsullarına ehtiyacı günü-gündən artırır. Reklam, markaların hədəf auditoriyaları ilə qarşılıqlı əlaqədə olmasına imkan yaratmaqda mühüm rol oynayır, eyni zamanda məhsulların tanıtımını və satışını artırır. Bu araşdırmada müxtəlif reklam üsullarının e-ticarətə təsiri araşdırılacaq.

1. Rəqəmsal reklamın yüksəlişi. Rəqəmsal reklam ənənəvi media üsulları ilə müqayisədə daha geniş və hədəf auditoriyaya çatmaq imkanı təqdim edir. Onlar e-ticarət saytları, axtarış sistemləri, sosial media və digər rəqəmsal platformalar vasitəsilə reklamlarını dərc etməklə potensial müştərilərə daha effektiv şəkildə çata bilirlər. Bu, brendlərin məhsul və xidmətlərini tanıtmaya qabiliyyətini artırır, eyni zamanda konversiya nisbətərini artırır.

2. Hədəfləndirmə və Fərdiləşdirmə. Rəqəmsal reklam, istifadəçi məlumatlarına əsaslanan hədəfləmə və fərdiləşdirmə təklif edir. E-ticarət saytları istifadəçilərin keçmiş alış-veriş davranışlarını, maraqlarını və demografik məlumatlarını təhlil edərək hədəflənmiş reklamlar yarada bilər. Bu tip reklam istifadəçilərin diqqətini cəlb etmək və onların satın alma ehtimalını artırmaqda daha effektivdir. Fərdiləşdirilmiş təcrübələr müştəri məmnuniyyətini artıraraq sadıqlıq yaradır.

3. Sosial Media Reklamları. Sosial media platformaları e-ticarət üçün əvəzolunmaz reklam məkanına çevrilib. Facebook, Instagram və TikTok kimi platformalar brendlərə öz izləyiciləri ilə əlaqə saxlamağa, məhsullarını nümayiş etdirməyə və birbaşa satmağa imkan verir. Sosial media reklamları istifadəçilərə brendlərlə daha interaktiv təcrübə əldə etməyə imkan verir və brend şüurunu artırır. İstifadəçinin üzvi məzmunla qarşılıqlı əlaqəsi brendə sadıqlıq yaradır.

4. Influencer Marketing. Influencer marketinqi sosial mediada təsir edənlərin brendlərin məhsullarını təbliğ etmək üsuludur. Bu üsul xüsusilə gənc istehlakçılar arasında böyük təsirə malikdir. Influencerlər izləyiciləri ilə qurduqları inam əlaqəsi sayəsində markaların mesajlarını daha effektiv şəkildə çatdırı bilirlər. Bu strategiyadan istifadə edərək, e-ticarət markaları məhsullarını daha böyük auditoriyaya çatdırma və dönüşüm nisbətərini artırma bilər.

5. Axtarış Motoru Reklamı (SEM). Axtarış motoru reklamı, potensial müştərilər xüsusi açar sözlər axtarıqda markaları görünən edir. Google Ads kimi platformalar vasitəsilə edilən bu reklamlar e-ticarət saytlarının internet trafikini artırsa da, hədəflənmiş açar sözlərlə hazırlanan reklamlar birbaşa istifadəçilərin axtarış niyyətlərinə cavab verir. Bu, yüksək dönüşüm nisbətərinə və satışların artmasına səbəb ola bilər.

6. E-poçt marketinqi. E-poçt marketinqi e-ticarət markaları üçün effektiv reklam üsuludur. Müştəri bazası olan brendlər müəyyən kampaniyalar, yeni məhsullar və ya endirimlər haqqında mə-

lumatlandırıcı e-poçt göndərə bilər. Bu üsul istifadəçilərlə birbaşa əlaqə saxlayır, sədaqəti artırır və təkrar alışıları təşviq edir. Xüsusilə fərdiləşdirilmiş e-poçt kampaniyaları effektiv nəticələr verə bilər.

7. İnnovativ Reklam Formatları. E-ticarət həmçinin video reklamlar, hekayə formatları və interaktiv məzmun kimi yenilikçi reklam formatlarına ev sahibliyi edir. Xüsusilə video məzmunu məhsulun tanıtımında və hekayələrin izahında effektiv vasitədir. İstifadəçilər daha çox dinamik və vizual cəhətdən zəngin məzmunu maraqla göstərir və belə məzmun satışın artırılmasında təsirli olur.

Reklam üsulları e-ticarətin uğurunda mühüm rol oynayır. Hədəfləmə, fərdiləşdirmə və interaktiv məzmun brendlərə istehlakçılarla daha güclü əlaqə yaratmağa və satışları artırmaq potensialını artırmağa imkan verir. Rəqəmsallaşmanın gətirdiyi imkanlar brendlərdən daim öz strategiyalarını yeniləməyi və yenilikçi yanaşmalar inkişaf etdirməyi tələb edir. Gələcəkdə e-ticarətdə effektiv reklam üsullarından istifadə brendlərin rəqabət üstünlüyü əldə etməsi üçün vacib olacaq.

NƏTİCƏ

Elektron ticarət rəqəmsallaşan dünyada daim inkişaf edən dinamik bir sektordur. Bu təkamül prosesində reklam üsullarının rolu brendlərə hədəf auditoriyaları ilə daha effektiv qarşılıqlı əlaqə yaratmağa imkan verir və onların bazarda rəqabət üstünlüyünü artırır. Ənənəvi media üsullarından rəqəmsal platformalara keçid brendlərə daha çox hədəflənmiş və fərdiləşdirilmiş kampaniyalar həyata keçirməyə imkan verdi; Sosial media, təsir edən marketing və proqramlı reklam kimi innovativ üsullar istehlakçı davranışını formalaşdıran mühüm vasitələrə çevrilib.

Gələcəkdə bu transformasiya prosesinin daha da sürətlənəcəyi gözlənilir. Süni intellekt və məlumat analitikası kimi texnologiyaların integrasiyası istifadəçilərin gözləntilərinə, eləcə də fərdiləşdirilmiş təcrübələrə cavab verən daha effektiv reklam strategiyalarının hazırlanmasına imkan verəcək. Bundan əlavə, davamlılıq və etik dəyərlərin ön planda olduğu istehlak yanaşmasının yayılması markaların reklam strategiyalarını yenidən formalaşdıracaq.

Nəticədə e-ticarətin gələcəyi birbaşa olaraq reklam üsullarının daimi təkamülü və təsiri ilə bağlıdır. Brendlərin bu dəyişiklikləri və inkişafı yaxından izləməsi və strategiyalarını yeniləməsi, müştəri məmnuniyyətini artırması və davamlı böyüməyə nail olması həyati əhəmiyyət kəsb edir. Elektron ticarətin dinamik strukturunda innovativ reklam üsullarının mənimsənilməsi brendlərin gələcək uğurlarının açarı olacaq.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Ashworth, J. (2019). The impact of digital marketing on consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 45(2), 272-287.
2. Chaffey, D. (2021). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson Education.
3. Coiro, J. (2016). The Future of E-Commerce: The Evolution of Online Shopping. *Journal of Business Research*, 69(5), 1683-1690.
4. Jansen, B. J., & Schuster, S. (2011). B2B Brand Building through Social Media. *International Journal of Business and Social Science*, 2(23), 59-67.
5. Geyskens, K., Steenkamp, J.B.E.M., & Kumar, N. (2006). Make, buy, or ally: A metaanalysis of transaction-cost economics and the resource-based view. *Journal of Marketing*, 70(3), 37-55.
6. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
7. Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). *E-Commerce 2020: Business, Technology, Society*. Pearson.
8. Ryan, D. (2016). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. Kogan Page Publishers.

9. Tiago, M. T. P. M. B., & Veríssimo, J. M. C. (2014). Digital marketing and social media: Why bother? *Business Horizons*, 57(6), 703-708.

10. Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203-220.

U.H.Bagirov

master student, Azerbaijan State University of Economics

The future of E-commerce: evolution and implications of advertising methods

Abstract

E-commerce is a rapidly growing and transforming sector under the influence of digitalization. In this process, advertising methods have also undergone a significant evolution. From traditional media methods to digital platforms, from social media campaigns to influencer marketing, many strategies have changed the way brands reach their target audiences.

In the future, the integration of technologies such as artificial intelligence and data analytics will increase personalized advertising experiences and increase customer satisfaction. In addition, adopting a consumption approach that prioritizes sustainability and ethical values will reshape advertising strategies.

In this article, the evolution of advertising methods that shape the future of e-commerce and the effects of these methods on brands and consumers are examined in detail. As a result, it is critical for brands to update their strategies to keep up with these dynamic changes and gain competitive advantage. Adopting effective advertising methods in the future of e-commerce will be a key factor for success.

Key words: *electronic commerce, future, evolution, method, impact.*

У.Г.Багиров

магистрант, Азербайджанский Государственный Экономический Университет

Будущее электронной коммерции: эволюция и значение методов рекламы

Резюме

Электронная коммерция - это быстрорастущий и трансформирующийся сектор под влиянием цифровизации. В ходе этого процесса методы рекламы также претерпели значительную эволюцию. Многие стратегии, от традиционных медиа-методов до цифровых платформ, от кампаний в социальных сетях до маркетинга влияния, изменили способы достижения брендов своей целевой аудитории.

В будущем интеграция таких технологий, как искусственный интеллект и анализ данных, повысит удовлетворенность клиентов за счет повышения персонализированной рекламы. Кроме того, принятие подхода к потреблению, в котором приоритет отдается устойчивости и этическим ценностям, изменит рекламные стратегии.

В статье подробно рассматривается эволюция методов рекламы, определяющих будущее электронной коммерции, и влияние этих методов на бренды и потребителей. В результате для брендов крайне важно обновлять свои стратегии, не отставая от этих динамических изменений, чтобы получить конкурентное преимущество. Внедрение эффективных методов рекламы в будущем электронной коммерции станет ключевым фактором успеха.

Ключевые слова: *электронная коммерция, будущее, эволюция, метод, влияние.*

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-289-293>

K.A.Büyüker
i.e.f.d., Bakı Dövlət Univetsiteti
k.buyuker@mail.ru

Məqalə redaksiyaya daxil olub 02.10.2024

The article was received by editorial board on 02.10.2024

Статья принята к печати 02.10.2024

İNNOVASIYAYA ƏSASLANAN BİZNES SİSTEMİNDƏKİ DƏYİŞİKLİKLƏR VƏ ONUN İQTİSADI ARTIMA TƏSİRİ

Xülasə

Məqalədə innovasiyaların Azərbaycanın biznes mühitinə təsiri araşdırılır və ölkənin bu sahədə üzləşdiyi problemlər vurğulanır. Bu araşdırmada innovasiyanın həm texnoloji, həm də sosial aspektləri ön olana çəkilir. Növbəti onillikdə Azərbaycan üçün əsas diqqət mərkəzində olan sahələrə infrastrukturun inkişafı, rəqəmsallaşma, enerji sektorunda innovasiyalar və insan kapitalına investisiyalar daxildir. Bu səylərin ölkənin iqtisadi artımına təkan verəcəyi və global rəqabət qabiliyyətini artıracağı gözlənilir.

Açar sözlər: innovasiya, rəqəmsallaşma, biznes, rəqabətqabiliyyətlilik, iqtisadi artım.

Hal-hazırda, süni intellekt, davamlılıq və inklüziv böyümə ehtiyacı kimi tendensiyalar innovasiya və rəqabət qabiliyyəti arasındakı əlaqəyə təsir göstərir. Bu əlaqələrdən istifadə etməklə ölkələr və şirkətlər innovasiyaları təşviq edən mühiti inkişaf etdirə, eyni zamanda onu uzunmüddətli rəqabət üstünlüyünə və iqtisadi rifaha çevirə bilirlər. Azərbaycan özünün iqtisadi transformasiyası fonunda bu prosesin əsasını innovasiyalar olmaqla, global rəqabət qabiliyyətini artırmağa çalışır. Startapların, sahibkarlığın inkişafı, yeni texnologiyalara və biznes modellərinə dəstək yerli biznesin böyüməsi və genişlənməsi üçün zəmin yaradır.

Bu kontekstdə aydın olur ki, biznes sistemi istər-istəməz innovasiyaların təsiri altında inkişaf edir. Yeniliyin yalnız texnoloji irəliləyişlərdən kənara çıxdığını qəbul etmək vacibdir. Təhsilə, əmək münasibətlərinə və korporativ dəyərlərə yeni yanaşmalar kimi sosial innovasiyalar da rəqabət qabiliyyətinin artırılmasında mühüm rol oynaya bilər. İnkişaf etməkdə olan bazarlarda xarici texnologiyaların yerli bazar şərtlərinə uyğunlaşdırılması çox vaxt innovasiya prosesinin bir hissəsi kimi qəbul edilir. Qlobal bilik və texnologiya mübadiləsi ilə birlikdə elm və biznes arasında qarşılıqlı əlaqə davamlı iqtisadi artımın və texnoloji tərəqqinin təmin edilməsi üçün çox vacibdir.

Bir çox inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatlar bu baxımdan üstünlüyə malikdirlər, çünki onların gəlir səviyyələrində və ya iqtisadi inkişaflarında həmişə əks olunmayan güclü insan kapitalı bazası var. Xarici şirkətlər tez-tez bu xalqlardakı törəmə şirkətlər vasitəsilə tədqiqat layihələri həyata keçirir və bu da ölkələr arasında qarşılıqlı asılılığı vurğulayır. Bu, həm də belə bir vəziyyətə gətirib çıxarır ki, bu ölkələrdə qeydiyyatdan keçmiş bir çox patentlər xarici qurumların orta qəbulu mülkiyyətindədir. Yüksək texnologiyalı məhsulların idxalı və ixracı əsas bilik və texnoloji innovasiya mənbələri kimi çıxış edir. Bundan əlavə, global rəqabət şirkətləri yeni həllər hazırlamağa və ən yaxşı təcrübələri mənimsəməyə sövq edir, beynəlxalq miqrasiya və mübadilə isə biliklərin ötürülməsində və qabaqcıl texnologiyaların tətbiqində mühüm rol oynayır.

Bununla belə, beyin axını problemi bir çox inkişaf etməkdə olan ölkələri narahat etməkdə davam edir, çünki bacarıqlı mütəxəssislər tez-tez daha inkişaf etmiş ölkələrə miqrasiya edirlər.

Davamlı innovasiya və kommersiyalaşdırma davamlı texnoloji tərəqqi üçün vacibdir. Öz şirkətlərini quran sahibkarlar və tədqiqatçılar yeni ideyaların və innovasiyaların kommersiyalaşdırılmasında əsas rol oynayırlar. Bu rəqabətli mənzərədə sahibkarlıq və yeni biznes təşəbbüsləri kritik hala gəlir, çünki rəqabət və yeni bazar iştirakçılarının təhlükəsi qurulmuş şirkətləri tədqiqat, inkişaf və innovasiyaya investisiya qoymağa sövq edir. Eyni zamanda, yeni müəssisələr müasir texnologiyaları tez mənimsəyir, potensial problemləri həll edir və innovasiyaları daha səmərəli tətbiq edirlər.

Rəqabət qabiliyyəti özlüyündə məqsəd deyil, məqsədə çatmaq üçün bir vasitə kimi xidmət edir. Şirkət səviyyəsində bu, gəlirliliyi qorumaqla davamlı əsasda tələb olunan mal və xidmətlər istehsal etmək qabiliyyətinə aiddir. Daha çox rəqabətdavamlı şirkətlər öz bazar paylarını genişləndirə bilirlər, çox vaxt daha az rəqabətdavamlı həmkarlarının hesabına, bu da nəticədə mövqelərini itirə və bazardan çıxıb bilər. Bununla belə, rəqabətkabiliyyətlilik anlayışı milli səviyyədə tətbiq olunduqda fərqlənir, çünki ölkələr firmalar kimi rəqabət aparmır. Firmanın rəqabət qabiliyyətinin artırılması onun rəqiblərinə mənfi təsir göstərsə də, bir ölkədə artan rifah faktiki olaraq digərləri üçün bazar imkanları yarada bilər. Baxmayaraq ki, bütün ölkələr eyni vaxtda öz nisbi rəqabət qabiliyyətlərini yaxşılaşdırma bilməsələr də, onlar yenə də məhsuldarlığı və əmək haqqını artırma, bununla da global miqyasda müqayisəli mövqelərini mütləq dəyişmədən həyat standartlarını yüksəldə bilirlər.

Ölkələr hər biri müxtəlif səviyyələrdə mal və xidmətlər istehsal edən geniş çeşidli firmalara ev sahibliyi edir, buna görə də bir sektorda rəqabət qabiliyyəti bütövlükdə milli rəqabət qabiliyyətini birbaşa təmsil etmir. Şirkətlər daxilində innovasiyalar təkcə daxili bazarın rəqabət qabiliyyətini saxlamağa və ya yaxşılaşdırmağa kömək etmir, həm də ixracın payını artıraraq xarici bazar imkanlarını açır. Ticarət balansında dəyişikliklər, ixrac payı və idxalın nüfuzu kimi göstəricilər çox vaxt ölkənin rəqabət qabiliyyətini ölçmək üçün istifadə olunur. Artan rəqabət qabiliyyətinin əsas signalı istehsal olunan ixracın, xüsusən də şaxələndirilmiş və texnoloji cəhətdən inkişaf etmiş sektorlarda artımdır. Sənayenin modernləşdirilməsi irəlilədikcə, ölkənin ixracının tərkibi tez-tez daha yüksək texnologiyalı, əlavə dəyərli məhsullara doğru dəyişir. Bu transformasiya ölkənin dəyişən beynəlxalq ixtisaslaşmasını əks etdirir və onun ixracının ümumi dəyərinin artmasına töhfə verir.

Ölkənin beynəlxalq rəqabət qabiliyyətinə çox vaxt onun ixracatçı şirkətlərinin rəqabət qabiliyyətinin əksi kimi baxılır. İxracatçıları, xüsusən yüksək texnologiyalı və ya əlavə dəyərli məhsulların ixracı vasitəsilə xaricdə bazar paylarını qoruyub saxlaya bilsələr və ya artırma bilsələr, bir ölkə rəqabətə davamlı sayılır. Şirkətin rəqabət qabiliyyəti onların daxili resurslarından, strateji işgüzarlığından və innovasiya uğurlarından asılıdır. Bununla belə, ilk növbədə siyasi qərarlarla formalaşan institusional mühit bu qabiliyyətin inkişafında mühüm rol oynayır. Institusional fərqlər tez-tez millətlər arasında rəqabətkabiliyyətlilikdəki qeyri-bərabərliyi izah edən əsas amil kimi qeyd edilir və institutların keyfiyyəti milli rəqabət qabiliyyətinin əsas müəyyənedici amili kimi qəbul edilir. Rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün strategiyalar ya mövcud üstünlüklərdən yararlanma bilər, ya da işçi qüvvəsinin bacarıqlarının təkmilləşdirilməsi, infrastrukturun qurulması, maliyyələşdirmənin təmin edilməsi və ya dəstəkləyici institutların yaradılması kimi fəal siyasət tədbirləri vasitəsilə yenilərinin yaradılmasına diqqət yetirə bilər.

Innovasiyalar sahəsində fundamental tədqiqatlar, tətbiqi tədqiqatlar, təkmilləşdirmələr və kommersiyalaşdırma, eləcə də mövcud məhsul və proseslərin imitasiyasını fərqləndirmək vacibdir. Bu mərhələlər innovasiya prosesini başa düşmək üçün çox vacibdir, çünki dövlət siyasəti və dövlət və özəl sektorlar arasında əməkdaşlıq hər mərhələdə fərqli rol oynayır. Bundan əlavə, bu mərhələlərin əhəmiyyəti ölkənin iqtisadi inkişaf səviyyəsindən asılı olaraq dəyişə bilər. Şirkətlər rəqabətkabiliyyətlilik siyasətlərinin birbaşa təsirinə məruz qaldıqları üçün özəl sektorun bu siyasətlərin formalaşdırılmasında iştirak etməsi vacibdir. Bir çox ölkələrdə özəl sektorun daxil olmasını təmin etmək və dövlət qurumları ilə dialoqu asanlaşdırmaq üçün platformalar və şuralar yaradılmışdır.

2024-cü ilin yanvar-iyun ayları arasında Azərbaycan iqtisadiyyatında güclü iqtisadi artım müşahidə olunan qeyri-neft və qaz sektorlarında müsbət inkişaf tendensiyaları davam edib. Bu dövrdə ölkədə real ÜDM 4,3 % artıb, qeyri-neft-qaz sektoru 6,9 %, neft-qaz sektoru isə 0,6 % artıb.

İlin birinci yarısında ölkənin iqtisadi və sosial sahələrinin inkişafı üçün əsas kapitalla 8,0 milyard manat yönəldilmişdir ki, bu da əvvəlki ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə 9,4 % artım deməkdir. Neft-qaz sektoruna investisiya qoyuluşu 4,5%, qeyri-neft-qaz sektorunun maliyyələşdirilməsi isə 12,6% artıb.

Bu dövrdə əsas kapitalla yönəldilmiş ümumi investisiyaların 80,8 %i və ya 6,5 milyard manatı daxili, 19,2 %i və ya 1,5 milyard manatı isə xarici mənbələr hesabına formalaşib. Bu investisiyaların bölgüsünə gəlinə, 37,6 %i (3,0 milyard manat) neft-qaz sektoruna, 62,4 %i (5,0 milyard manat) isə qeyri-neft-qaz sektoruna yönəldilib. Cədvəl 1.

Cədvəl 1

Sahələr üzrə yaradılmış əlavə dəyər göstəriciləri (2024-cü ilin yanvar-iyun ayları)

Sahələr	Artım	
	mln. manatla	%-lə
Sənaye	22886,9	0,9
o cümlədən, qeyri neft-qaz sənayesi	3093,0	7,4
Kənd təsərrüfatı	3466,8	0,2
Tikinti	3456,0	18,4
Ticarət	5748,2	3,3
Turizm və ictimai iaşə	1403,4	10,3
Nəqliyyat və anbar təsərrüfatı	4163,2	15,4
İnformasiya və rabitə	1034,1	12,2

Mənbə: www.stat.gov.az

Növbəti onillikdə Azərbaycanın biznes mühitinin innovasiyalar hesabına əhəmiyyətli dəyişikliklərə məruz qalacağı gözlənilir. Ölkə iqtisadi və biznes mənzərəsini dəyişdirə biləcək bir neçə əsas sahəyə diqqət yetirməklə öz rəqabət qabiliyyətini yüksəltməyi hədəfləyir. Kritik diqqətlərdən biri infrastrukturun inkişafı, o cümlədən nəqliyyat, logistika və rəqəmsal infraqururura investisiyalardır. Bu təkmilləşdirmələr iqtisadi artım üçün möhkəm zəmin yaradacaq, vətəndaşların həyat keyfiyyətini yüksəldəcək və Azərbaycanı beynəlxalq investorlar üçün daha cəlbedici edəcək. Bu infraqurururun müasir olması və həm müəssisələrə, həm də əhaliyə yüksək keyfiyyətli xidmətlər təklif etməyə qadir olması vacibdir.

Rəqəmsallaşma Azərbaycanın gələcək inkişafında həlledici rol oynayacaq başqa bir sahədir. Müasir texnologiyaların kənd təsərrüfatından tutmuş maliyyəyə qədər müxtəlif sektorlar üzrə inteqrasiyası səmərəliliyi artıracaq, xərcləri azaldacaq və yeni biznes imkanları açacaq. Rəqəmsal texnologiyalar, xüsusən də fintech, e-ticarət və avtomatlaşdırmada ənənəvi xidmətləri transformasiya edəcək və məhsuldarlığı artıracaq. Fintech maliyyə xidmətlərini daha əlçatan və çevik etmək potensialına malikdir, eyni zamanda e-ticarətin inkişafı yerli istehsalçılara beynəlxalq bazarlara çıxmağa imkan verəcək. Bu irəliləyişləri dəstəkləmək üçün Azərbaycan beynəlxalq bazara inteqrasiya, ixrac imkanlarını genişləndirmək və məhsul keyfiyyətini artırmaq üçün yeni strategiyalar hazırlamalı olacaq.

Enerji sektorunda innovasiyalar da prioritetdir. Azərbaycanın böyük- karbohidrogen ehtiyatlarına malik olmasına baxmayaraq, növbəti illərdə diqqət bərpa olunan enerji texnologiyalarının inkişafına yönəldiləcək. Bu dəyişiklik iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi, ənənəvi enerji mənbələrindən asılılığın azaldılması və qlobal iqlim dəyişikliyi şəraitində ekoloji dayanıqlığın yaxşılaşdırılması üçün açardır. Yaşıl texnologiyaların və davamlı inkişaf təcrübələrinin tətbiqi Azərbaycanın qlobal rəqabət qabiliyyətini artırmaqla yanaşı, gələcək nəsillər üçün təbii ehtiyatların qorunub saxlanmasını da təmin edəcək.

Nəhayət, təhsilə və insan kapitalına sərmayə qoyuluşu Azərbaycanın innovasiyaya əsaslanan transformasiyası üçün həlledici rol oynayacaq. STEM (elm, texnologiya, mühəndislik və riyaziyyat) üzrə təhsil proqramlarının genişləndirilməsi innovativ layihələri həyata keçirə bilən ixtisaslı mütəxəssislərin hazırlanmasına kömək edəcək.

İnformasiya texnologiyaları və mühəndislik kimi yüksək texnologiyalı sahələrdə təlim proqramları müasir sənayelərin tələblərinə cavab verən yüksək ixtisaslı işçi qüvvəsi yaradacaq. Bu səylər ölkənin istedad fondunu gücləndirəcək və onun daha rəqabətqabiliyyətli, innovasiyaya əsaslanan iqtisadiyyata doğru ümumi hərəkətini dəstəkləyəcək.

NƏTİCƏ

İnnovasiyaların nə dərəcədə müsbət xarici təsirlər yaratması, yəni onların digər müəssisələrdə əlavə innovativ fəaliyyətləri stimullaşdırmaq qabiliyyəti bu gün rəqabətqabiliyyətlilik üçün xüsusilə vacibdir. İnformasiya və kommunikasiya texnologiyalarında (İKT) yeniliklər müxtəlif sənaye sahələri üzrə şirkətlərə yeni satış kanalları və ya yenidən qurulmuş dəyər zəncirləri kimi müasir biznes modellərini mənimsəməyə imkan verir.

Bu baxımdan, iqtisadi sektorlarda geniş tətbiq olunan və gələcək innovasiyalara təkan verə bilən ümumi təyinatlı texnologiyalar mühüm rol oynayır. Biznes sisteminin innovativ iqtisadiyyatın inkişafına necə təsir etdiyini başa düşmək üçün innovasiyanın müxtəlif formalarını, o cümlədən məhsul, proses, təşkilati və biznes modeli innovasiyalarını nəzərə alan kompleks yanaşma lazımdır.

Növbəti onillikdə Azərbaycanın biznes mühitində innovasiyalar sahəsində bir sıra mühüm dəyişikliklər gözlənilir. Bunlara infrastrukturda irəliləyişlər, rəqəmsallaşmanın artması, enerji sektorunda innovasiyalara daha çox diqqət, təhsil və insan kapitalının inkişafına sərmayələrin artırılması daxildir. Bu sahələrdə həyata keçirilən tədbirlər ölkənin rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi, iqtisadiyyatının şaxələndirilməsi və davamlı inkişafın təmin edilməsinə hesablanıb.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. A number of mechanisms for stimulating innovation activities. Ministry of Economy of the Republic of Azerbaijan, Scientific Research Institute of Economic Reforms, Baku, 2017
2. Innovations and entrepreneurship: startup ecosystem. Scientifically edited by V. Gasimli, Baku, 2023
3. European Commission, Joint Research Centre, Desruelle P., Pesole A., Nepelsky D. et al., 7 ways to boost digital innovation and entrepreneurship in Europe – A European innovation policy framework for Digital Transition project, Publications Office, 2017, [https://data.europa.eu/doi/ 10.2791/019397](https://data.europa.eu/doi/10.2791/019397)
4. European Commission, Joint Research Centre, Roy V., Nepelsky D., Di Minin A. et al., Digital Platform Innovation in European SMEs – Business Proposition Analysis and Case Studies on SME Tools, Martens, B. (eds), Duch-Brown, [https://data.europa.eu/doi/ 10.2760/57240](https://data.europa.eu/doi/10.2760/57240)
5. European Investment Bank, Business Resilience in the Context of the Pandemic and Beyond - Adaptation, Innovation, Financing and Climate Action from Eastern Europe to Central Asia, European Investment Bank, 2022, <https://data.europa.eu/doi/10.2867/832329>
6. www.stat.gov.az

K.A.Buyuker

PhD in economics, Baku State University

**Shifts in the business system driven by innovation and its impact
on economic growth**

Abstract

The article explores the impact of innovation on Azerbaijan's business environment, highlighting the challenges the country faces in this area. It emphasizes both technological and social aspects of innovation. Key focus areas for Azerbaijan over the next decade include infrastructure development, digitalization, innovation in the energy sector, and investments in human capital. These efforts are expected to drive the country's economic growth and enhance its global competitiveness.

Key words: innovation, digitalization, business, competitiveness, economic growth.

К.А.Бююкер

д.ф.по э., Бакинский Государственный Университет

**Изменения в бизнес-системе, вызванные инновациями и их влияние
на экономический рост**

Резюме

В статье рассматривается влияние инноваций на бизнес-среду Азербайджана, подчеркиваются проблемы, с которыми сталкивается страна в этой области. В ней подчеркиваются как технологические, так и социальные аспекты инноваций. Основные направления деятельности Азербайджана в течение следующего десятилетия включают развитие инфраструктуры, цифровизацию, инновации в энергетическом секторе и инвестиции в человеческий капитал. Ожидается, что эти усилия будут способствовать экономическому росту страны и повышению ее глобальной конкурентоспособности.

Ключевые слова: инновации, цифровизация, бизнес, конкурентоспособность, экономический рост.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-294-303>

A.A.Qədəşov
Azexport portalının rəhbəri
N.R.Şabanxadə
magistrant, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
narminshabanxade@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 01.08.2024

The article was received by editorial board on 01.08.2024

Статья принята к печати 01.08.2024

FƏRQLİ NƏSİLLƏRDƏ E-TİCARƏTƏ TƏSİR EDƏN AMİLLƏR

Xülasə

Bu gün kommersiya əməliyyatlarının həyata keçirilmə üsulu ənənəvi üsullardan uzaqlaşır, alqı-satqı əməliyyatları elektron şəkildə və xüsusilə internet vasitəsilə həyata keçirilir. Eyni tendensiya marketing, maliyyələşdirmə, bank və dövlət xidmətləri kimi əməliyyatlara da aiddir. Bu gün internet bütün dünyada kommersiya qazanc alətinə çevrilib və elektron iqtisadiyyat (elektron iqtisadiyyat) adlı sistem yaranıb.

Elektron ticarət anlayışı rabitə və kompüter texnologiyalarının inkişafı ilə paralel olaraq ortaya çıxan və ticarəti asanlaşdıran bir yenilikdir. Elektron ticarət yeni bir anlayış olsa da, etibarlı prinsip və prinsiplər baxımından ənənəvi kommersiya üsulları ilə oxşarlıqlara malikdir və ənənəvi ticarətə alternativ yaratmaqdan daha çox onu tamamlayan və asanlaşdıran bir üsuldur.

Nəsil nəzəriyyəsi, doğulduğu illərdən bəri oxşar siyasi və sosial hadisələri yaşayan, unikal dəyər mühakimələri və inanc sistemləri inkişaf etdirən və oxşar şəxsiyyət xüsusiyyətlərinə malik olan fərdlərdən ibarət bir cəmiyyət təklif edir.

Açar sözlər: nəsillər, e-ticarət, texnologiya, sosial media, online alış-veriş, internet.

GİRİŞ

Y və Z nəsillərinin internetdən istifadə müddəti günü-gündən artır. 2021 – ci ilin hesabatından əldə olunan məlumata görə; “Dünyada internet istifadəçilərinin sayı 4,6 milyarddır. Bütün dünyada insanlar gündə təxminən 7 saat internetdə vaxt keçirirlər. Dünyada insanlar gündə orta hesabla 3,5 saat televizora baxır, 2,5 saatını sosial şəbəkələrdə keçirir, 2 saat kitab oxuyur, 1,3 saat musiqi dinləyir, 1 saat radio/podkast dinləyir, 1 saat oyun oynayır.

Onlayn alış-veriş edən nəsillər Y və Z nəsillərinin digər nəsillərə nisbətən fərqli alış-veriş üstünlüklərinin əsas səbəbi onların internet dövründə böyümələri, daha doğrusu bu dövrdə doğulub yaşamaları, qavradıqları və ya atfətdikləri dəyərlərlə izah edilir. Bu nəsillərin internet alış-verişə üstünlük verməsinin səbəbi, satın almadan əvvəl və ya sonra qəbul etdikləri risk dəyişənlərinin digər nəsillərdən fərqli olması ilə izah edilə bilər.

Tədqiqatın aktuallığını e-ticarətin X, Y və Z nəsillərinin həyat tərzində müəyyənləşdirilməsi təşkil edir. Buna uyğun olaraq, aparılmış araşdırmada X, Y, Z nəslinin E-ticarətə münasibəti cinsiyyətə görə, X, Y, Z nəslinin E-ticarətə münasibəti gəlir qruplarına görə nəticələri analiz edilmişdir.

ƏSAS HİSSƏ

Nəsil anlayışı bəşər tarixinin başlanğıcından bu günə qədər təxminən eyni illərdə doğulmuş, eyni yaş şəraitini paylaşan, buna görə də oxşar dərdləri, taleləri paylaşan, eyni vəzifələr yerinə yetir-

mək məcburiyyətində qalan insanlar qrupudur. (www.tdk.gov.tr). Nəsil nəzəriyyəsi, müəyyən bir dövrdə doğulan fərdlərin oxşar dəyər mühakimələrinin, davranışlarının və həyat tərzlərinin müəyyən bir yaşda doğrulmasından qaynaqlandığına işarə edir. Hər nəsil bəzi xarakterik xüsusiyyətlər və dəyər mühakimələrini ehtiva etdiyi üçün fərdlər doğrulduğu nəsil qrupunun davranışlarına bənzər xüsusiyyətlər nümayiş etdirərkən, digər nəsil qrupunun davranışlarından fərqli xüsusiyyətlər nümayiş etdirirlər (Chen, 2010: 132).

Müxtəlif müəlliflər tərəfindən edilən təsnifatlarda nəslin hansı illəri əhatə etməsi ilə bağlı fikir ayrılıqları var (Reeves and Oh 2008: 296). Bildirilir ki, müasir iş dünyasında çalışan yetkin nəsillər səssiz nəsil və Baby Boomer nəslı işçilərindən, yeni nəsillər isə X və Y nəsil işçilərdən ibarətdir (Brown 2003: 1461).

Eyni dövrlərdə yaşayan və ortaq xüsusiyyətlərə malik fərdlərin yaratdığı qruplara nəsillər deyilir. Fərdlərin qavrayış və gözləntiləri, həyata prioritetləri və baxışları zaman anlayışından asılı olaraq dəyişə bilər. Dəyişikliklər eyni mühitdə işləyən, lakin müxtəlif nəsillərdən olan fərdlərin davranışlarında, iş anlayışlarında, bir sözlə, bütün işə münasibətlərində müşahidə oluna bilər. Bu, iş həyatı baxımından təşkilatların bütün iş qaydasına təsir edə bilər (Çavuşoğlu və Yalçın, 2018, s. 442-443).

Nəsillərlə bağlı müxtəlif təriflər var. Ümumi mənada nəsillər eyni zamanda doğulmuş, iqtisadi və sosial inkişaflardan təsirlənən, müəyyən bir sosial qrupa aid olan insanlar kimi müəyyən edilir (Ünal, 2017, s. 9). Nəsillərin dəyər mühakimələrini, inanclarını, davranış modellərini, onların dövrünün sosial-iqtisadi, siyasi hadisələrini və gözləntilərini təhlil etmək nəsillərin sosioloji baxımdan dərk edilməsində mühüm rol oynayır. Hər nəslin doğrulduğu şərait müxtəlif olsa da, bu şərtlər həmin nəslin həyata baxışında həlledici ola bilər (Bayhan, 2016, s. 168).

Demək olar ki, hər bir nəsil öz dövrünün şərtlərinin təsiri altında yaranmışdır. Ona görə də bir nəslı anlamaq üçün o dövrün şərtlərini nəzərə almaq və həmin nəslə qiymət verərkən vahid yanaşmaq lazımdır (Sarıoğlu, 2018, s.27). Tərbiyə üslubları və yaşadıqları mühit “nəsillər” adlanan nəsillər arasında şəxsiyyət, iş üslubları və iş həyatından gözləntilər baxımından əhəmiyyətli fərqlərə səbəb olur. Bu vəziyyət fərqli yaş qruplarının birlikdə iştirak etdiyi iş həyatında qavrayış, üsul, təcrübə və ünsiyyət fərqlərinin ortaya çıxmasına səbəb olur (Keleş, 2011, s. 129). Nəsil fərqlərini anlamaq üçün nəsillərin xüsusiyyətlərini bilmək lazımdır. Nəsillərə Ənənəçilər (Səssiz Nəsil), Baby Boomers, X, Y və Z nəsilləri daxildir.

Ənənəçilər (Səssiz nəsil).

1925-1945-ci illər arasında doğulmuş ənənəçilərə səssiz nəsil deyilir. Yaşadıqları müharibə mühitinə görə onları döyüş bölgəsi də adlandırırlar. Sözügedən dövrdə yaşanan İkinci Dünya Müharibəsi və iqtisadi depressiya, pisləşən iqtisadi şərait və müharibə mühiti çərçivəsində bu nəslin insanlarının xarakterinə təsir göstərmişdir (Göksel və Güneş, 2017, s. 810).

Baby Boomers nəsil.

1946-1964-cü illər arasında doğulanlara Baby boomers nəslı deyilir. Müharibədən sonrakı əhali partlayışını əks etdirən bu nəslin ən mühüm xüsusiyyətinin normativizm olduğu bildirilir. İkinci Dünya Müharibəsi zamanı və ya dərhal sonra çətin müharibə günlərinin sonunda körpə sayında artım baş verdi (Bayhan, 2016, s. 171). Baby Boomers nəslı üçün 1960-cı illər onların tərbiyəsində mühüm rol oynayan insanlar və qurumlarda məyusluq dövrü kimi qeyd olunur. Bildirilir ki, onlar yetkinlik dövründə valideynlərinin, müəllimlərinin, rəhbərlərinin və dövlət məmurlarının çatışmazlıqlarını görməyə başlayırlar (Johnson and Johnson, 2010, s.27).

X nəsil.

1965-1980-ci illər arasında doğulmuş X nəslinin üzvləri üçün çevik iş yeri və konstruktiv rəy vacibdir. Nəsil X və Baby Boomers fərqli iş etikasına var. X nəslı fərqliliklər, problemlər, məsuliyyətlər və yaradıcılıq üçün daha çox fəaliyyət göstərsə də, Baby Boomers X nəslı ilə müqayisədə daha sərt yanaşmalar nümayiş etdirir. X nəslı qloballaşan dünyanın güclü təsirinə və onların valideynlərinin

peşəkar karyeralarına bağlılığına məruz qalıb. Bu nəslin nümayəndələri əmək bazarına təxminən 1985-2000-ci illərdə daxil olmuşlar. Onlar şəxsi və peşəkar həyat, ailənin əhəmiyyəti və işdə məmnunluq və keyfiyyət arasındakı tarazlığı qəbul edirlər (Araujo və Oliveira, 2017, s. 105). X nəsli iş həyatında rəhbər vəzifələr tutduqda informasiya və kommunikasiya texnologiyaları geniş vüsət aldı. Bu vəziyyət nəsillər arasında ciddi dəyişikliklərə səbəb oldu. X nəslinin ən çox üstünlük verdiyi ünsiyyət üstünlükləri SMS və e-poçtdur (Ünal, 2017, s. 11).

Y nəsli.

1981-1999-cu illər arasında dünyaya gələn Y nəsli texnologiyaları həyatlarına inteqrasiya edərək internetin təqdim etdiyi imkanlardan yararlanan və elektron oyunlarla əylənən bir nəsildir. Bu nəslin nümayəndələri dəyişikliklərin davamlı olduğunu düşünür və qarşılarına qısamüddətli hədəflər qoyurlar. Digər tərəfdən, onlar əvvəlcədən müəyyən edilmiş qaydaları şübhə altına alır və tez-tez iş dəyişmələrini normal qəbul edirlər. Ancaq Y nəsli həyatın əsas məqsədlərini ifadə edərkən rahat həyat və azadlığa düşkün olduqlarını vurğulayır. Onlar texnoloji inkişafda doğulub böyüdüləri üçün texnologiya nəsli kimi tanınırlar (Araujo və Oliveira, 2017, s. 105). Buna görə də Y nəsli texnologiyaları yaxından izləyən bir nəsildir. Bu nəsildə doğulan şəxslər, əyləncəni işdən üstün tuturlar, hakimiyyəti sevmirlər və aqressiv münasibət sərgiləyirlər. Asanlıqla razı olmayan Y nəslinin üzvləri, davamlılıq, etika və sosial məsuliyyət sahələri ilə maraqlanırlar (Göksel və Güneş, 2017, s. 813).

Y nəsli, içində olduqları tarixi dövrdə iqtisadi şərtlərin əvvəlki nəsillərə nisbətən daha müsbət olduğu, dünyada genişmiqyaslı müharibələrin və qıtlığın olmadığı bir mühitdə böyüyüb. Onlar internet, mobil telefonlar və sosial media kimi mədəniyyətlərarası ünsiyyəti təmin edən texnologiyaların sürətlə inkişaf etdiyi və istifadə olunduğu bir dünyada yaşayırlar. Onlar elə bir mühitdə yaşayırlar ki, qurumlar internet vasitəsilə kommunikasiya texnologiyalarından istifadə edərək həyat tərzləri daxilində bir çox sahəyə nəzarət edə bilirlər (Acılioğlu, 2017, s. 28). Fərqli düşüncəli insanlarla eyni mühitdə olmaq məsələsində əvvəlki nəsillərə nisbətən daha çevik yanaşma nümayiş etdirirlər. Y nəslinin nümayəndələri insan elementinə üstünlük verir və mövcud fərqləri sərvət hesab edirlər.

Z nəsli.

Yüksək texnologiyaların üstünlük təşkil etdiyi mühitdə böyümənin nəticələrindən biri də fiziki və rəqəmsal arasındakı xəttin yox olmasıdır. Z nəsli üçün hər bir fiziki elementin rəqəmsal ekvivalenti var. Bu vəziyyət alış-verişdən tutmuş təhsilə qədər bir çox sahəni əhatə edir. Z nəslinə öz şəxsiyyətlərini əks etdirmək imkanı verildikdə məhsuldarlıq əldə edilir (Stillman və Stillman, 2018, səh. 50-51). 2000-ci il və sonra doğulan Z nəsli iş dünyasına yeni qədəm qoyub.

Demək olar ki, texnologiya ilə doğulub böyüyən, liberter, seçici, təşəbbüskar, təşkilati bağlılığı aşağı olan, qeyri-məhdud karyera yaşamaq istəyən, hərəkətlilik və çevikliyə üstünlük verən, iyerarxiyanın olduğu yerdə işləməyi sevən nəsildir (Arar, 2016, s. 98). Z nəslinin nümayəndələri texnologiyaların inkişafı və ağıllı cihazların yayılması səbəbindən tək bir mövzuya fokuslanmaqda çətinlik çəkirlər. Onlayn şəkildə bir çox əməliyyatlar apara bildikləri üçün daha tənbel olduqlarını söyləmək olar. Eyni anda birdən çox işi görə bilirlər. Bu vəziyyət öz nəsilləri baxımından istedadlı olması kimi şərh oluna bilsə də, digər nəsillərə hörmətsizlik kimi də şərh edilə bilər (İnce, 2018, s. 22).

Nəsillərarası Fərq.

Nəsillər, onların yaşadıkları cəmiyyət və cəmiyyətin mədəni xüsusiyyətləri arasında qarşılıqlı əlaqə mövcuddur. Hər bir nəsil yaşadığı cəmiyyətdən təsirlənir, eyni zamanda, öz münasibət və davranışları ilə cəmiyyətə təsir edib, dəyişə bilər. Bu dəyişiklik nəsillərarası fərqlərin formalaşmasını qidalandırır (Aktaş və Çiçek, 2019, s. 1959). Bir çox cəhətdən nəsillər arası fərqlər olsa da, mövzu ilə əlaqəli olduğu düşünülməli texnologiyadan istifadə və ünsiyyət baxımından nəsillər arası fərqlər aşağıda müzakirə ediləcək.

Texnologiya nəsillərin müəyyənləşdirilməsində və mənə kəsb etməsində mühüm meyar hesab edilir. Nəsillərarası dəyərlər, davranış və vərdişlərdə görünən fərqlərin əsasını texnologiyadan istifadə meyli təşkil edir. Nəsillər öz meyllərinə görə bir-birindən fərqlənir və müxtəlif adlarla çağırılır. Cədvəl 1-dən görüldüyü kimi, hər nəsil tərəfindən istifadə edilən texnologiya müxtəlif əsillərin texnologiyaya həssaslıq səviyyəsinə görə dəyişir.

Cədvəl 1

Nəsillərin texnologiya istifadələri

Baby boomers	X Nəsli	Y Nəsli	Z Nəsli
- Onlar texnologiyadan uzaqdırlar və ondan lazım olan minimum səviyyədə istifadə etməyə üstünlük verirlər.	- Texnologiyanın sürətli keçidinin ortasına düşdükleri üçün zərurətdən texnologiyadan istifadə etməyə başladılar. - Onlar Facebook-dan şəkillər yükləyir və Skype vasitəsilə onlayn video zənglər edir və ya söhbət edirlər.	- Texnologiyadakı sürətli inkişafın çoxunu yaşadıklarından, texnologiya həyatlarında bir çox şeyin simvoluna çevrilmişdir.	- Texnologiya ilə yaşayırlar və kompüter, MP3 pleyer, iPod və mobil telefon kimi kiçik portativ cihazlar onlar üçün əvəzolunmazdır. - Onlar ünsiyyətdə texnologiyadan istifadə etməyə son dərəcə meyllidirlər və həvəslidirlər. - Həyatlarını ağıllı mobil cihazlarla idarə edirlər. - Demək olar ki, bütün işlərini onlayn görürlər. - Dostları ilə onlayn görüşür və getdikləri yerlərdə qeydiyyatdan keçirlər.

Rabitə texnologiyalarının dəyişməsinin xarakteri və sürəti nəsillərin texnologiyadan istifadə baxımından fərqli olmasına səbəb olmuşdur. Birinci və ikinci dünya müharibələrinə qədər olan tarixi prosesdə bu gün adları çəkilən nəsillər texnologiyadan istifadə səviyyəsinə görə dəyişir. Y nəsli özlərindən əvvəl X nəslinin təqdim etdiyi kommunikasiya texnologiyalarından ən çox istifadə edən nəsillərdən biri oldu. Əvvəlki nəsillər ilk məlumatı qəzetlərin ilk nəşrindən əldə etdiyi halda, Y nəsli cari məlumatlara əllərindəki smartfonlarla daha qısa müddətdə çatır (Kuyucu, 2017, s. 846). Texnologiya ilə inteqrasiya edən və həyatlarında mühüm yer tutan Y nəsli internetə aludə olur və elektron ünsiyyətdə aktivdir. Eyni zamanda, informasiya texnologiyalarına tez uyğunlaşan Y nəsli də elektron təhsildən faydalanır. İnternet Y nəsli tərəfindən informasiya əldə etmək və problemlərin həlli baxımından mühüm platforma hesab olunur (Yeşil və Fidan, 2017, s. 103, 108).

Y nəslinin rabitə texnologiyalarından istifadə vərdişləri ilə bağlı aparılan araşdırmada, Y nəslinin hər gün ən çox istifadə etdiyi texnoloji məhsulların cib telefonları və internet olduğu müəyyən edilmişdir. Sonra televizor və noutbuk gəldi. Digər tərəfdən, ən az istifadə edilən texnoloji məhsulun CD pleyer olduğu, ikinci yerdə Play Station, MP3 pleyer və planşet olduğu müəyyən edilib. Buna görə də bu vəziyyət Y nəsli fərdlərində cib telefonları və internetin asılılıq yaratması kimi şərh edilə bilər. Bundan əlavə, araşdırma nəticəsində məlum olub ki, radio və qəzet Y nəsli tərəfindən ən az seçilən iki mediadır. Yeni media modeli quran internetin Y nəslinin ənənəvi mediadan uzaqlaşdı-

rılmasında təsirli olduğunu söyləmək olar (Kuyucu, 2017, s. 865). Bu nöqtədə yeni medianın anlıq məzmun təqdim etməsi, internet axtarış sistemləri sayəsində xəbər məzmununa daha sürətli çıxış, xəbər arxivlərinə asan giriş, video, fotosəkil, qrafika və mətn kimi elementlər Y nəslinin üstünlük vermə səbəbidir.

1990-cı illərin əvvəllərində texnologiya nəsilləri üzrə aparılan empirik tədqiqat texnologiya nəsillərinin kateqoriyalara bölünməsi ilə yekunlaşdı. 1939-cu ildən əvvəl doğulanlar mexaniki nəsil, 1939-1948-ci illər arasında anadan olanlar məişət inqilabı nəsli, 1949-1963-cü illər arasında anadan olanlar texnologiyanın yayılması, 1964-1978-ci illər arasında doğulanlar isə nəsil kimi təsnif edilir.

Bu araşdırmada sözügedən nəsillərin texnoloji vərdişlər (sahiblik; istifadə üsulları), ümumilikdə yeni texnologiyaya verilən simvolik mənalar və ümumi kollektiv texnoloji kimliklər baxımından bir-birindən fərqləndiyi ifadə edilir (Sackmann and Winkler, 2013, s. 494). 2011-ci ildə müxtəlif nəsillərin informasiya texnologiyalarına münasibətini ortaya çıxarmaq üçün aparılan araşdırmada Baby Boomers kompüterdən xəbərsiz olduqlarını və yeni texnologiyayı sevmədiklərini ifadə etmişdilər. Bu nəsil hətta telefonlar üçün də bir çox yeni funksiyaları sevmir və mobil telefonlardan yalnız təcili rabitə məqsədləri üçün istifadə edir. Onlar digər iştirakçılar üçün də doğru olduğu bilinən texnologiya vasitəçiliyi ilə ünsiyyətdən daha çox üz-üzə ünsiyyətə üstünlük verirlər. Hətta kompüterlər və internet haqqında kifayət qədər məlumatı olan insanlar belə, kompüterlərdən yalnız iş məqsədləri və ya e-poçtları yoxlamaq və məlumat axtarmaq kimi əsas məqsədlər üçün istifadə edirlər.

Sosial mediadan ən çox istifadə edən yaş qrupu 25-34 yaş qrupudur. “Sosial mediaya sərf olunan vaxt son 5 ildə 1,5 dəfə artıb” (Sağlam, 2021). Hesabatda o da qeyd olunur ki, telefonda sərf olunan gündəlik internet vaxtının ən yüksək nisbəti 16-25 yaş aralığında, ikinci ən yüksək göstərici isə 25-34 yaş aralığındadır (Rəqəmsal 2021 Rəqəmsal Baxış Hesabatı).

Bu baxımdan dünyada Y və Z nəsillərində internet istifadə nisbətinin və sosial mediada vaxt keçirmə nisbətinin əhəmiyyətli dərəcədə artdığı görülür. Bu iki nəslin nümayəndələrinin xüsusilə sosiallaşma və əyləncə məqsədləri üçün internetdən intensiv istifadə etdiklərini söyləmək olar.

Y və Z nəsilləri əsasən e-ticarət vasitəsilə alış-veriş edir. 1995-ci ildə kommersiya həyatında istifadə olunmağa başlayan elektron ticarət (e-ticarət) qısa müddətdə geniş vüsət almışdır. Qlobal tendensiyalar, informasiya və internet texnologiyalarının inkişafı ilə eyni vaxtda e-ticarət də inkişaf edir və ikirəqəmli artım rəqəmlərinə çatır. Zaman və məkan məhdudiyyəti olmadan həyata keçirilə bilən e-ticarət, istehlakçılara seçim, zaman və qiymət üstünlükləri kimi bir çox üstünlüklər təqdim etdiyi üçün günü-gündən daha da genişlənir. 2021-ci ildə global e-ticarət satış həcmi 4,1 trilyon dollar olacağı və dünya üzrə 2,14 milyard insanın məhsul və xidmətləri onlayn alacağı proqnozlaşdırılır (Clement, 2019).

Kotler (2000) və Skyrme (2001) görə, e-ticarətin bu qədər inkişaf etməsinin və istehlakçılar tərəfindən üstünlük verilməsinin əsas səbəbləri məhsul və xidmət müxtəlifliyi, məhsul və xidmətlər haqqında məlumatlara qısa çıxış, aşağı xərclər və nisbətən aşağı qiymətlərdir.

Fərqli texnologiyalar və virtual tətbiqlərdən istifadə edə bilən və texnoloji dəyişikliklərə asanlıqla uyğunlaşa bilən Z nəsli bütün nəsillər arasında texnologiyada ən aktiv nəsildir. Fiziki mağazalar yerinə mobil proqramlara üstünlük verən bu nəsil, brendlərin onlayn alış-veriş strategiyalarını formalaşdırarkən nəzərə aldıkları nəsildir. Onlayn alış-verişə meyli olan Z nəsli Y nəsli qədər alıcılıq qabiliyyətinə malik olmasa da, ədəbiyyatda Y nəslinin alış qərarlarına təsir edən nəsil kimi qeyd olunur (Bayram, 2019).

Marketing elminə görə nəsillər istər təcrübəli, istərsə də təcrübəsiz məhsul və xidmətləri öz ehtiyac və istəklərinə uyğun qiymətləndirən və satın alan istehlakçılardır. Nəsillərin istehlak vərdişləri sosiallaşmaq adı altında istək və ehtiyaclarını yerinə yetirmək istəyi ilə ortaya çıxır (Ercan, 2017: 20; Odabaşı və Barış, 2017: 21).

Marketing elmi bu nəşillərin satın almadan əvvəl və sonra istehlak vərdişlərini və modellərini araşdıraraq, nəşillərin özünəməxsus satın alma davranışına malik olduğunu və onların satın almadan əvvəl və sonra reaksiyalarının nəşillər arasında fərqli olduğunu müəyyən etmişdir (Karadağ və Dalgın, 2018: 23-36). Sözügedən nəşillərin özünəməxsus sosial-mədəni, sosial-iqtisadi, ictimai-siyasi və sosial-psixoloji təcrübələrində fərqliliklər müşahidə oluna bilər. Bu fərqlərlə yanaşı, texnologiyanın inkişafı, istehlakçının dəyişən demografik xüsusiyyətləri və onların bağlı olduqları və ya bağlı olmaq istədikləri qruplardan asılı olaraq nəşillərin istehlak vərdişləri və istehlak nümunələri dəyişə bilər (Örücü və Tavşancı, 2001:2-3).

Onlayn alış-verişin geniş vüsət alması ilə istehlakçıların alış-verişə baxışı və alış-veriş tərzində dəyişdi. İnternet alış-veriş istehlakçılara çoxlu məlumat və ünsiyyəti birlikdə təqdim edir və istehlakçı saytları, bloqlar, müxtəlif istehlakçı platformaları, sosial media və alış-veriş saytlarında istifadəçi şərhləri kimi səhifələr ağızdan ağıza marketing ünsiyyəti sayəsində nəşilləri onlayn alış-verişə yönləndirir. (Trusov, Bucklin və Pauwels, 2009: 3; Cheema and Kaikati, 2010: 554-555; Karabulut, 2013: 5515; Torus, 2015: 160). Nəşillərin alışdan əvvəl və sonra hiss etdikləri risklər və əhəmiyyətli və onlayn alış-veriş seçimlərində yaşadıkları koqnitiv ziddiyyətlər var. Bu qəbul edilən risklər və koqnitiv dissonanslar nəşildən-nəslə dəyişə bilər. Elmi araşdırmalara əsaslanaraq, bəzi nəşillərin onlayn alış-verişdə qəbul etdikləri risk səviyyələrinin əhəmiyyətli alış-verişdə qəbul etdikləri risk səviyyələrindən fərqli olduğunu ifadə etmək olar (Özgüven, 2011: 48; Karabulut, 2013: 5517; Cöddü, 2015: 2; Aydın və Yılmaz, 2018: 333).

Buna əsaslanaraq, bu araşdırmalar nəticəsində nəşillərin onlayn alış-veriş edib etməmə nisbətini müəyyən edən risk faktorlarının olduğu bildirilir. Bu çərçivədə nəşillər tərəfindən qəbul edilən risklərə onlayn sifariş edilən məhsul əvəzinə fərqli məhsulun göndərilməsi, sifariş edilən məhsulun fərqli rəng və ya ölçüdə istehlakçıya çatdırılması, sifariş edilən məhsulun keyfiyyətinin məhsulun təsvirində göstərildiyi kimi olmaması, məhsulun çatdırılma tarixində çatdırılmaması və s. aiddir. Bəzi nəşillərdə istehlakçılar onlayn alış-verişə alışdan əvvəl və alışdan sonrakı proseslər hesab edir və riskli hesab edir və bu səbəbdən onlayn alış-verişə üstünlük vermirlər (Karabulut, 2013: 5517; Aydın və Yılmaz, 2018: 333).

NƏTİCƏ

Onlayn alış-veriş edən nəşillər Y və Z nəşillərinin digər nəşillərə nisbətən fərqli alış-veriş üstünlüklərinin əsas səbəbi onların internet dövründə böyümələri, daha doğrusu bu dövrdə doğulub yaşamaları, qavradıqları və ya atfədikləri dəyərlərlə izah edilir. Bu nəşillərin internet alış-verişə üstünlük verməsinin səbəbi, satın almadan əvvəl və ya sonra qəbul etdikləri risk dəyişənlərinin digər nəşillərdən fərqli olması ilə izah edilə bilər.

X nəşlinin elektron ticarətə münasibəti.

X nəşlinin doğulduğu bu gün haqqında düşündüyümüz zaman çox yaxın bir tarix kimi görünərsə də, bu gün istifadə etdiyimiz texnoloji cihazların demək olar ki, heç biri mövcud deyildi. Paltarları əllə yuyar, televizora baxmaq əvəzinə radioya qulaq asırdılar.

Bu səbəbdən X nəşlinin texnoloji inkişaflardan uzaq durması və onları anlamağa çalışmadan rədd etməsi tamamilə başa düşüləndir. Bu vəziyyəti inkar etmək və görməməzlikdən gəlmək marketing fəaliyyətinizi hazırlayarkən edə biləcəyiniz ən böyük səhvlərdən biridir.

X nəşlinin əsas xüsusiyyətləri arasında onların bir çox sosial və maddi qeyri-müəyyənliklər içində böyümələridir. Ailələrinin əksəriyyəti işçi qüvvəsində olduğundan onlar erkən yaşlarından əmək fəaliyyətinə başlayıblar. Bir çox ekspertlər bu nəşlin sosial cəhətdən təhlükəsiz olduğunu deyirlər. Onların çox sərt əhəmələrə qarşı olduqları da dəfələrlə müşahidə olunub.

Ümumiyyətlə, X nəşlinin əsas xüsusiyyətlərini aşağıdakı kimi sıralamaq olar.

Çox vaxt rəşional qərarlar qəbul edirlər. Onlar pessimist düşüncələrə meyillidirlər. Bu gün onlar texnologiyaya uyğunlaşmalı olduqlarını anladılar. Onların əksəriyyəti introvertlərdir. Onlar ailə təmayüllü, sosial problemlərlə maraqlanan insanlardır. Bütçə planlaşdırmağı yaxşı bacarırlar.

Büdcələrini aşan alışlardan çəkinirlər. Uzun müddət eyni iş yerində işləyirlər və sıxılırlar. Onların rəqabət qabiliyyətli şəxsiyyətləri var. Onların sosial mediadan istifadəsi gələcək nəsildən zəif olsa da, əvvəlki nəsildən qat-qat yaxşıdır. Bəzi araşdırmalar göstərir ki, insanların 90%-nin cib telefonu var. Bundan əlavə, 76% sosial mediadan aktiv istifadə edir. Bundan əlavə, 46% yerli biznesləri hər gün onlayn olaraq araşdırdıqlarını söylədi.

Yuxarıda qeyd etdik ki, nəsillərin alıcılıq meyllərini müəyyən etmək olar. Bu gün X nəslinin xərcləmə davranışı ilə bağlı çox araşdırma aparılmasa da, mövcud araşdırma ilə müəyyən nəticələrə gəlmək mümkündür.

X nəslinin insanları ənənəvi axtarış üsulları ilə qərarlar və alışlar qəbul edirlər. Məhsulun xüsusiyyətlərindən başqa, nə üçün lazım olduğunu və hansı ehtiyacları ödəyəcəyini şifahi olaraq eşitməyə ehtiyac duyarlar. Onlar marketinq üsullarını rədd etməyə meyllidirlər.

X nəsli, digər nəsillərlə müqayisədə alış-verişə gəldikdə daha mühafizəkar davranış nümayiş etdirir. Onların əksəriyyəti onlayn alış-verişə uyğunlaşmağa başlasa da, bəziləri alış-veriş üçün hələ də yalnız fiziki mağazalara üstünlük verir.

Onlar parlaq və böyük reklam kampaniyalarından təsirlənmirlər. Onlar məhsulun nə qədər faydalı olduğunu, nə dərəcədə praktik olduğunu və performansını görməyə üstünlük verirlər.

Onlar tez-tez məhsulun istifadəsinin dürüst təsvirlərini görmək istəyirlər. Bu səbəbdən X nəsli ən çox e-ticarət saytlarında olan şərhləri oxuyur. Satıcının sözlərinə görə, onlar istifadəçi təcrübəsinə əhəmiyyət verirlər.

X nəslinin insanları çox vaxt həyatlarını asanlaşdıracaq məhsullar alırlar. Onlar israfçı olmasalar da, vaxta qənaət etmək üçün daha çox bəzi praktiki məhsullarla maraqlanırlar.

Onlar həmişə keyfiyyətə üstünlük verirlər. Yüksək keyfiyyətli olduğuna inandıqları məhsullardan asanlıqla imtina etmirlər.

Bəzi araşdırmalar göstərir ki, X nəsli ən çox mənzil, geyim, əyləncə və yeməyə xərcləyir. Yuxarıda dediyimiz kimi, X nəslinin böyük bir hissəsi onlayn alış-verişdən uzaqdır. Böyüdükləri və böyüdükləri dövrə görə məhsulu almadan əvvəl onu görmək və ona toxunmaq ehtiyacı hiss edirlər.

Bununla belə, son illərdə X nəsli yavaş-yavaş da olsa, uzanmağa və e-ticarətə uyğunlaşmağa başladı. Əvvəlcə onları inandırılmalı və əmin etməlisən. Gələn marketinq təkliflərini birlikdə nəzərdən keçirək.

Y nəslinin elektron ticarətə münasibəti.

1990-cı illərin sonundan etibarən istehlakçıların sayının artması və getdikcə müxtəlif məhsulların onlayn alış səbəbindən onlayn alış-verişdə artım müşahidə olunur (Zhouvd, 2007). Y nəslinin onlayn alış-verişdən ən çox istifadə etdiyi sahə 57,9% ilə moda, geyim və ayaqqabıdır. Bu nəslin digər tendensiyaları tekstil məmulatları 48,2%, elektron və rabitə məhsulları 45,9%-dir.

Digər bir nəticə odur ki, qadınların internetdən aldığı məhsuldan məmnun qalmadıqları təqdirdə məhsulu geri göndərmə ehtimalı daha yüksəkdir. İnkişaf etməkdə olan Y nəslinin onlayn alış-veriş davranışını aşkar etmək üçün apardıqları araşdırmada, Y nəslinin onlayn alış-verişə hazır olmadığını aşkar etdilər. Bunun ən mühüm səbəbi kimi saytların təhlükəsizliyi ilə bağlı şübhələr göstərilir.

Y nəsli onlayn alış-verişə səbəb kimi ucuz, endirim, sərfəli, qənaətcil və zəhmətsiz göstərmişdir. Çünki məhsu əldə etmək asan və sürətlidir.

Y-lərin 2025-ci ilə qədər dünya üzrə işləyən əhalinin 70%-ni təşkil edəcəyi və 2018-ci ilə qədər əvvəlki nəsildən daha çox xərcləmə gücünə sahib olacağı gözlənilir. Bunun mühüm tərəfi odur ki, gənclər həm ailələrini istehlaka yönəltmək, həm də öz alıcılıq güclərinə sahibdirlər və bu güc artır (Altuntuğ, 2012: 209). Dünya üzrə Y nəslinin 65%-i təkbaşına alış-veriş etmir, ailəsi və dostları ilə alış-verişə üstünlük verir. Y nəslinin satınalma qərarlarına təsir edən faktorlar araşdırıldığında, axtarış motorları ilk sırada gəlir. Alış-verişdə də ən çox istifadə edilən internet önə çıxır. Daha sonra dostlar və ailə ilə dialoq məhsula baxış saytları şəklində davam edir. Y nəslinin 48%-i bütün ailə üzvlərinin onların satın alma qərarlarına təsir etdiyini düşünür. Ailə üzvləri ilə dialoqa önəm verdiyi bilinən Y

nəslinin üzvləri, satın alma qərarlarında ailələrindən təsirlənir və təsirlənirlər. Y nəslin üzvlərinin 75%-i sosial mediada yaxşı və ya pis təcrübələrini brendlərlə paylaşmaları lazım olduğunu düşünür. Y nəslinin 94%-i satınalma qərarı verərkən çoxlu və müxtəlif kanallardan olan mənbələrdən istifadə edir. Millienniallara təsir etməyin əsas üsulu onlara müxtəlif kanallar vasitəsilə çatmağa çalışmaqdır.

Z nəslinin elektron ticarətə münasibəti.

Z nəslinin 75%-i hobbilərini işə çevirmək istəyir. Amerikada orta məktəb şagirdlərinin 72%-i nə vaxtsa biznes qurmağı planlaşdırır. Bu gənc nəslin 61%-i universiteti bitirdikdən sonra işəgötürən olmaqdansa, sahibkar olmağa üstünlük verir. Z nəslin öz telefonlarında ayda 3 mindən çox mesaj alırsa, o, Facebook və Twitter-ə daha az diqqət yetirir gündə saat (marketingtr.net).

Bu nəsil digər nəsilərə nisbətən özünə daha çox güvənən, texnologiyaya daha meyli və xərcləmələrində daha ehtiyatlıdır. Fərqli olmaq bu nəslin prioritetləri arasındadır. Məsələn, Z nəslinin 63%-i reklamlarda adi/təbii insanları görmək istəyir.

Bu nəslin 70%-i uydurmadansa real hekayəyə üstünlük verir, sosial media vasitələri arasında Facebook Z nəslin üçün ən çox istifadə edilən sosial şəbəkələrdən biridir. Facebook-un həm brendləri, həm də tanışları/dostları bir araya gətirə bilən praktik bir şəbəkə olması və daim yenilənən struktura malik olması bu ünsiyyət vasitəsinə məşhur edir. Z nəslinin 48%-i gündə bir neçə dəfə Facebook-a qoşulur.

Onların texnologiyaya meyli onlara daha çox inamlı edir, Z nəslinin 66%-i texnologiyanın onların məqsədlərinə çatmasını mümkün etdiyini, 66%-i isə texnologiyanın onlara “hər şeyin mümkündür” hissini verdiyini bildirir. 70%-i smartfonlarından fotosəkillər, mətn mesajları və e-poçt göndərmək üçün istifadə edir. Z nəslin öz seçimlərində daha seçici nəsilidir. Bu yaş qrupu paltar/aksesuar alarkən estetikaya ən çox diqqət yetirir. Dəbli dizayn 67% üçün prioritetdir. Ərzaq məhsullarının seçiminə gəlinə, 73% qiymətlərə və promosyonlara önəm verdiyini bildirir. 67% qida tərkibinə diqqət yetirir.

Z nəslinin gələcək 10 ildə e-ticarət sektoruna 15 milyon yeni müştəri gətirməsi gözlənilir (epnext.com). Doğulduğu andan etibarən rəqəmsal dünyaya təqdim edilən Z nəslin oxumağı və yazmağı öyrənməzdən əvvəl kompüter, planşet və smartfonlardan istifadə etməyə başlamış, bir neçə ildir ki, işlək əhali arasında öz yerini tutmağa başlamışdır. İnternetsiz bir həyat təsəvvür edə bilməyən Z nəslin alış-verişini əsasən onlayn edir. Hazırda onların 18-21 yaşlı 3-4 milyonu qanuni olaraq təkbaşına onlayn alış-veriş etmək hüququna malikdir. Növbəti 10 ildə 15 milyon yeni nəsil Z üzvü e-ticarət müştərisi olacaq.

Onların fikrincə, texnologiya hər yerdə, qüsursuz və sürətli olmalıdır. Buna görə də, təklif olunan veb-sayt, mobil proqram və alış-veriş təcrübəsi həyatın özü kimi axıcı olmalıdır, Z nəslinə aid olanlar üçün internetdə satışda olan hər şeyi almaq olar.

Bütün ehtiyacları üçün e-ticarətdən istifadə etdikləri üçün onların alış səbətlərinin ölçüsü normal ölçüdən bir neçə dəfə çox ola bilər. Demək olar ki, bütün Z nəslin aktiv sosial media istifadəçiləridir. Z nəslindən olanların 43 faizi e-ticarət saytlarının sosial şəbəkələrdəki reklamlarının alış-veriş qərarlarında təsirli olduğunu qeyd edir ki, onlar israfçı görünsə də, yüzdə 57-si xərcləməkdənsə, qənaət etməyi üstün tutur.

Yarıdan çoxu özlərini “əndirim mühəndisləri” və ya “əndirim ovçuları” kimi təsvir edirlər. Kampaniyaları yaxından izləyirlər və sövdələşmə saytlarının ən aktiv istifadəçiləri olurlar. Z nəslinin ən fərqli xüsusiyyətlərindən biri onların tədqiqatçı olmasıdır. Alış-verişdən əvvəl 80% araşdırır və qiymətləri müqayisə edir.

Bu səbəbdən, satınalma təlimatları və tanıtım videoları, eləcə də tam məhsul məlumatları kimi məzmunla zənginləşdirilmiş e-ticarət saytlarının Z nəslinə çatma şansı daha yüksəkdir. Z nəslin onlar üçün nəyin yaxşı olduğunu və nəyin onlara uyğun olduğunu istəyir. O, brenddən daha çox istifadəyə və keyfiyyətə fikir verir.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Altınok S., Sugözü İ.H. (2002). Elektronik ticaret ve etkileri.
2. Altuntuğ, N. (2012). “Kuşaktan Kuşağa Tüketim Olgusu ve Geleceğin Tüketici Profili”, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi. 4/1, s. 203-212.
3. Altuntuğ, N. (2012). “Tüketimin İşlevselliği: Pazarlamada Devrim ya da Devrimlerin Pazarlanması”, 11.Ulusal İşletmecilik Kongresi Bildiri Kitabı, Konya, s. 866-868.
4. Baudrillard, J. (2001). Baştan Cıkarma Üzerine, Ayşegül Sönmezay (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
5. De Zwart, “Electronic Commerce”, University of NSW, ss. 1-7.
6. Dönmez, Recai, Elektronik Ticaret, Anadolu Üniversitesi, ss. 432-438. 1999
7. Singh, Frolick, Building the Infrastructure for more Secure E-commerce, Winter, Vol 8 Issue 4, 2000, ss. 56-59.
8. Ünüsan, Ç., Kanoğlu, Ü. (2014), Tüketici Davranışları, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Mba Programı.
9. Waltner, Charles, E-Business Internet Taxation, Informationweek.com, 1999, ss. 116-118.
10. Yelkikalan, N. Ve E. Altın. (2010). “Farklı Kuşakların Yönetimi”, Yönetim Bilimleri Dergisi, 8/2, s. 13-17.
11. Yelkikalan, N., A. Akatay ve E., “Yeni Girişimcilik Modeli ve Yeni Nesil Girişimci Profili: İnternet Girişimciliği ve Y, M, Z Kuşağı Girişimci”, Selçuk Üniversitesi İ.İ.B.F. Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi. 14/20, 2010, s.498-519.
12. <https://civicscience.com/banking-gen-z-millennials-look-old-school/>
13. <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/tr/pdf/2018/04/sosyal-ticaret-egilimleriarastirmasi.pdf>
14. <https://tr.sputniknews.com/yeni-seyler-rehberi/201807091034239484-x-y-z-kusagi-didemtinarlioglu/>
15. <http://www.gemius.com.tr/>

A.A.Gadeshov

Leader of the Azexport portal

N.R.Shabanzadeh

master student, Azerbaijan State Economic University

Factors affecting e-commerce in different generations

Abstract

Today, the way commercial transactions are carried out is moving away from traditional methods, buying and selling transactions are carried out electronically, especially through the Internet. The same trend applies to operations such as marketing, financing, banking and government services. Today, the Internet has become a tool for commercial profit all over the world, and a system called the electronic economy (electronic economy) has emerged.

The concept of electronic commerce is an innovation that appeared in parallel with the development of communication and computer technologies and facilitates trade. Although electronic commerce is a new concept, it has similarities with traditional commercial methods in terms of valid principles and principles and is a method that complements and facilitates traditional commerce rather than creating an alternative to it.

Generational theory proposes a community of individuals who have experienced similar political and social events since birth, developed unique value judgments and belief systems, and have similar personality traits.

Key words: generations, e-commerce, technology, social media, online shopping, internet.

А.А.Гадешов
руководитель портала Azexport

Н.Р.Шабанзаде
магистрант, Азербайджанский Государственный Экономический Университет

Факторы, влияющие на электронную торговлю в разных поколениях

Резюме

Сегодня способ осуществления коммерческих сделок отходит от традиционных методов, сделки купли-продажи осуществляются в электронном виде, особенно через Интернет. Та же тенденция применима к таким операциям, как маркетинг, финансирование, банковское дело и государственные услуги. Сегодня Интернет стал инструментом коммерческой прибыли во всем мире, и возникла система, получившая название электронной экономики (электронной экономики).

Концепция электронной коммерции – это инновация, появившаяся параллельно с развитием коммуникационных и компьютерных технологий и облегчающая торговлю. Хотя электронная коммерция является новой концепцией, она имеет сходство с традиционными коммерческими методами с точки зрения действующих принципов и принципов и представляет собой метод, который дополняет и облегчает традиционную торговлю, а не создает ей альтернативу.

Теория поколений предполагает сообщество людей, которые с рождения пережили схожие политические и социальные события, развили уникальные оценочные суждения и системы убеждений и имеют схожие черты личности.

Ключевые слова: *поколения, электронная коммерция, технологии, социальные сети, интернет-магазины, Интернет.*

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-304-311>

A.Z.Bayramlı
magistrant, Azərbaycan Dövlət İqtisad Univrsiteti
aqilbayramli13@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 07.09.2024

The article was received by editorial board on 07.09.2024

Статья принята к печати 07.09.2024

XƏRCLƏRİN UÇOTU VƏ MALİYYƏ HESABATLARININ MƏZMUNU

Xülasə

Ölkəmizdə iqtisadi inkişafın müasir dövründə müəssisə və təşkilatların idarə edilməsində mühasibat uçotu və maliyyə hesabatının rolu get-gedə artmaqdadır. Mühasibat uçotu və maliyyə hesabatı sahəsində beynəlxalq standartların ölkəmizdə tətbiq olunması və onların əsasında Azərbaycan iqtisadiyyatının özəlliklərinə uyğunlaşdırılmış milli standartların yaradılması ölkə iqtisadiyyatının dünyanın inkişaf etmiş iqtisadi qurumlarına müvəffəqiyyətlə və əlverişli şəkildə integrasiyasına və yüksələn tempə inkişaf etdirilməsinə hesablanmışdır.

Bununla əlaqədar olaraq, son onillikdə mühasibat uçotu və maliyyə hesabatının bir çox məsələlərində ciddi dəyişikliklər meydana gəlmişdir. Demək olar ki, mühasibat uçotu və maliyyə hesabatı nəzəri və praktiki cəhətdən dəyişikliyə uğramış və müasir bazar iqtisadiyyatının tələblərinə tamamilə uyğun olan yeni iqtisadi əsaslar üzərində formalaşdırılmışdır. Bütün bunlar mövzunun aktuallığını göstərir. Belə ki, araşdırmanın məqsədi xərclərin uçotu və maliyyə hesabatlarının məzmunu araşdırmaqdan ibarətdir.

Açar sözlər: xərclərin uçotu, maliyyə hesabatları, hesabat məzmunu.

GİRİŞ

Xərclərin uçotu istehsalın hər bir addımının dəyişən xərclərini, eləcə də icarə xərcləri kimi sabit xərcləri qiymətləndirərək şirkətin ümumi istehsal xərclərini tutmağı hədəfləyən idarəetmə uçotunun formasıdır.

Xərc uçotu GAAP-a uyğun deyil və yalnız daxili məqsədlər üçün istifadə edilə bilər. Xərclərin uçotu şirkətin daxili idarəetmə komandası tərəfindən istehsal prosesi ilə bağlı bütün dəyişən və sabit xərcləri müəyyən etmək üçün istifadə olunur.

O, əvvəlcə bu məsrəfləri ayrı-ayrılıqda ölçəcək və qeyd edəcək, sonra maliyyə göstəricilərinin ölçülməsinə və gələcək biznes qərarlarının qəbuluna kömək etmək üçün daxilolma xərclərini çıxış nəticələri ilə müqayisə edəcək. Xərclərin uçotunda bir çox məsrəf növləri vardır ki, bunlar aşağıda müəyyən edilmişdir (Керимов, 2009).

XƏRCLƏRİN TƏSNİFATI

Müəssisələr üçün istehsal etdikləri məhsulların maya dəyərini aşağı salınması və bununla əlaqəli olaraq ehtiyatların müəyyən olunması məqsədilə onların təsnifləşdirilməsi çox vacibdir.

İstehsal xərcləri bir çox əlamətlərə görə aşağıdakı kimi qruplaşdırılır və uçotda əks etdirilir:

Cədvəl 1

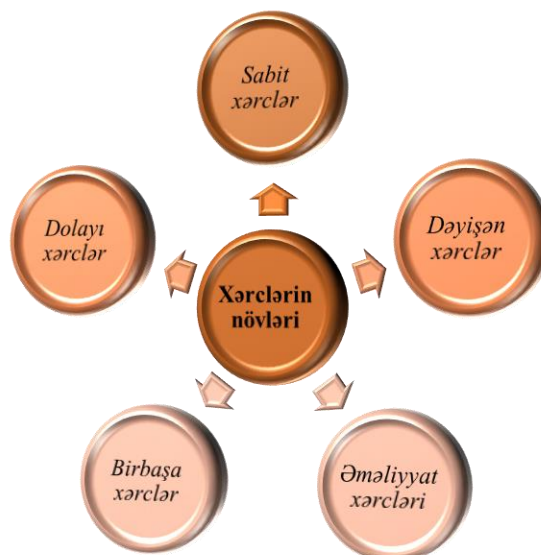
Xərclərin təsnifatı

Əlamətlər	Xərc növləri	Xüsusiyyəti
İqtisadi məzmununa görə	İqtisadi elementlər üzrə Kalkulyasiya maddələri üzrə	İqtisadi elementlər üzrə xərclər bölünür - Geri qaytarılmış materialların dəyəri çıxılmaqla material xərcləri; - Əməyin ödənişi üzrə olan xərclər; - Sosial sığortaya olan köçürmələr; - Əsas vəsaitlərin və qeyri-maddi aktivlərin amortizasiyası; - Digər xərclər. Məsrəflərin kalkulyasiya maddələrinə görə qruplaşdırılması üsulu məhsulun (iş və xidmətlərin) maya dəyərini daha dəqiq hesablanması üçün tətbiq olunur. Xərc maddəsi, yaxud kalkulyasiya maddəsi - ayrıca hər hansı bir məhsulun, yaxud da bütün məhsul buraxılışının maya dəyərini təşkil edən müəyyən növ xərclər hesab olunur. Kalkulyasiya maddələri üzrə xərclər bölünür: - istehsalatda çalışan işçilərin əmək haqları; - sosial köçürmələr; - istehsalın hazırlanılmasına və öyrənilməsinə çəkilən xərclər; - ümumistehsalat xərcləri; - ümumtəsərrüfat xərcləri; - zay məhsuldan olan itkilər; - digər istehsalat məsrəfləri
Yekcinslik dərəcəsinə görə:	Birelementli xərclər Kompleks xərclər	Birelementli xərclər - bircinsli iqtisadi elementlərdən ibarət xərclər. Kompleks xərclər - müxtəlif iqtisadi element qruplarını birləşdirən xərclər;
İstehsalın həcminə münasibətdə	Dəyişkən Sabit	Dəyişkən xərclər - istehsal həcmi dəyişən zaman ona mütənasib dəyişillər; Sabit xərclər - istehsal həcmindən asılı olmadan sabit qalıb dəyişmirlər.
Təyinatı görə xərclər:	Texnoloji xərclər İnzibati - təsərrüfat xərcləri	Texnoloji xərclər - istehsal prosesi ilə əlaqəli xərclər; İnzibati-təsərrüfat xərcləri - təsərrüfat - idarəetmə xərcləri.
Məqsədə uyğunluq kriteriyasına görə:	İstehsal xərcləri Qeyri-istehsal xərcləri	İstehsal xərcləri - yararlı məhsulun buraxılışı ilə əlaqədar xərclərdir; Qeyri-istehsal xərcləri - istehsalın dayanmasından olan itkilər, zay məhsullar, çatışmazlıqlar.

Maya dəyərinə daxil olunması üsuluna görə	Birbaşa xərclər Dolaylı xərclər	Birbaşa xərclər - ilkin sənədlər əsasında məhsulun müəyyən növünə aid oluna biləcək xərclər birbaşa maya dəyərinə daxil edirlər. Bütün birbaşa xərclər dəyişkən xərclərdir; Dolaylı xərclər - bir neçə məhsul növünün istehsalına çəkilən xərclərdir (istehsalın idarəedilməsi xərcləri). Bu xərclər xüsusi hesablarda toplanır və, müəyyən baza əsasında (əmək haqqı, istehsal həcmi və s.) bölüşdürülüb, məhsulların maya dəyərinə aid edirlər.
Yaranma vaxtına və maya dəyərinə aid olmasına görə xərclər	Cari Gələcək dövrün xərcləri	Cari xərclər - məhsulun istehsalı və satışı ilə bağlı cari dövrdə gəlir gətirən xərclərə deyilir; Gələcək dövrün xərcləri - cari dövrdə çəkilən, lakin gələcək dövrlərdə gəlir gətirəcəklərinə görə gələcək dövrdə maya dəyərinə daxil ediləcək xərclərə deyilir.

Mənbə: <http://www.muhasib.az/Muhasibat/mesref/mesref2.php>

XƏRCLƏRİN NÖVLƏRİ



Şəkil 1: Xərclərin növləri

Mənbə: (Керимов, 2009)

Sabit xərclər istehsal səviyyəsindən asılı olaraq dəyişməyən xərclərdir. Bunlar adətən sabit aylıq məzənnə ilə köhnəlmiş bina və ya avadanlıq parçasının ipoteka və ya icarə ödənişi kimi şeylərdir. İstehsal səviyyələrinin artması və ya azalması bu xərclərdə heç bir dəyişikliyə səbəb olmaz.

Dəyişən xərclər şirkətin istehsal səviyyəsinə bağlı olan xərclərdir.

Əməliyyat xərcləri müəssisənin gündəlik əməliyyatları ilə bağlı xərclərdir. Bu xərclər unikal vəziyyətdən asılı olaraq sabit və ya dəyişən ola bilər.

Birbaşa məsrəflər xüsusi olaraq məhsul istehsalı ilə bağlı xərclərdir. Bir qəhvə qovuran qəhvə qovurmaq üçün beş saat sərf edərsə, hazır məhsulun birbaşa xərclərinə qovurma maşınının əmək saatları və qəhvə dənələrinin dəyəri daxildir (Abbasov, 2017).

Dolaylı xərclər məhsulla birbaşa əlaqələndirilə bilməyən xərclərdir. Qəhvə qızartma qurğusunun nümunəsində qızartma qurğusunu qızdırmaq üçün enerji xərci dolaylı olacaq, çünki onu qeyri-dəqiq və ayrı-ayrı məhsullar üçün izləmək çətindir.

XƏRCLƏRİN UÇOTU VƏ MALİYYƏ UÇOTU

Xərclərin uçotu qərarların qəbuluna kömək etmək üçün şirkət daxilində rəhbərlik tərəfindən tez-tez istifadə edilsə də, maliyyə uçotu xarici investorların və ya kreditörün adətən gördüyü şeydir. Maliyyə uçotu şirkətin maliyyə vəziyyətini və fəaliyyətini onun gəlirləri, xərcləri, aktivləri və öhdəlikləri haqqında məlumatları özündə əks etdirən maliyyə hesabatları vasitəsilə xarici mənbələrə təqdim edir (Abbasov, 2017).

Xərclərin uçotu büdcənin tərtibində idarəetmə aləti kimi və gələcəkdə şirkət üçün xalis mənfəəti yaxşılaşdırma biləcək xərclərə nəzarət proqramlarının qurulmasında ən faydalı ola bilər. Xərc uçotu ilə maliyyə uçotu arasındakı əsas fərq ondan ibarətdir ki, maliyyə uçotunda maya dəyəri əməliyyatın növündən asılı olaraq təsnif edilərkən, məsrəf uçotu rəhbərliyin məlumat ehtiyaclarına uyğun olaraq xərcləri təsnif edir.

Xərclərin uçotu, rəhbərlik tərəfindən daxili alət kimi istifadə edildiyi üçün ümumi qəbul edilmiş mühasibat uçotu prinsipləri (GAAP) kimi hər hansı bir xüsusi standartla cavab verməli deyil və nəticədə şirkətdən şirkətə və ya şöbədən şöbəyə istifadədə dəyişir (Malcolm, 2021).

XƏRC UÇOTUNUN NÖVLƏRİ

Standart Qiymətləndirmə - Standart maya dəyərinin hesablanması faktiki məsrəflərdən daha çox "standart" məsrəfləri satılan malların maya dəyərinə (COGS) və inventarlara aid edir. Standart məsrəflər standart iş şəraitində mal və ya xidmətin istehsalı üçün əmək və materialların səmərəli istifadəsinə əsaslanır və onlar əsasən büdcədə nəzərdə tutulmuş məbləğdir (Alexander, 2010). Mallara standart xərclər təyin edilsə də, şirkət hələ də faktiki xərcləri ödəməlidir. Standart (səmərəli) məsrəflə faktiki çəkilmiş məsrəf arasındakı fərqi qiymətləndirilməsi dispersiya təhlili adlanır.

Əgər dispersiya təhlili faktiki xərclərin gözləniləndən yüksək olduğunu müəyyən edərsə, fərq əlverişsizdir. Əgər faktiki xərclərin gözləniləndən aşağı olduğunu müəyyən edərsə, fərq əlverişlidir. Əlverişli və ya əlverişsiz dəyişkənliyə iki amil kömək edə bilər. Əməyin və materialların dəyəri kimi girişin dəyəri var. Bu dərəcə fərqi hesab olunur.

Bundan əlavə, istifadə olunan girişin səmərəliliyi və ya miqdarı var. Bu, həcm fərqi hesab olunur. Məsələn, XYZ şirkəti bir müddət ərzində 400 vidcet istehsal etməyi gözləsə də, 500 vidcet istehsalı ilə nəticələnsəydi, istehsal olunan ümumi kəmiyyətə görə materialların dəyəri daha yüksək olardı (Alexander, 2010).

Fəaliyyətə əsaslanan xərclər - Fəaliyyətə əsaslanan maya dəyərinin hesablanması (ABC) hər bir şöbədən əlavə məsrəfləri müəyyən edir və onları mal və ya xidmətlər kimi xüsusi xərc obyektlərinə təyin edir. Xərclərin uçotunun ABC sistemi istehsal üçün maşınların qurulması, məhsulların layihələndirilməsi, hazır məhsulların paylanması və ya maşınların istismarı kimi konkret məqsəd daşıyan hər hansı hadisəyə, iş vahidinə və ya tapşırıqda istinad edən fəaliyyətlərə əsaslanır. Bu fəaliyyətlər həm də xərclərin əsas amilləri hesab olunur və onlar qaimə məsrəflərinin bölüşdürülməsi üçün əsas kimi istifadə olunan ölçülərdir.

Ənənəvi olaraq, əlavə məsrəflər maşın saatları kimi bir ümumi ölçüyə əsasən təyin edilir. ABC-yə uyğun olaraq, müvafiq tədbirlər xərc amilləri kimi müəyyən edildikdə fəaliyyət təhlili aparılır. Nəticə etibarilə, menecerlərin öz şirkətlərinin xüsusi xidmətlərinin və ya məhsullarının dəyərini və gəlirliliyini nəzərdən keçirməsinə gəldikdə, ABC daha dəqiq və faydalı olmağa meyllidir (Alekseeva, 2010).

Məsələn, ABC-dən istifadə edən mühasiblər, daha sonra müxtəlif vəzifələrə sərf etdikləri vaxtın miqdarını hesablayacaq istehsal xətti işçilərinə sorğu keçirə bilər. Bu xüsusi fəaliyyətlərin xərcləri yalnız bu fəaliyyətdən istifadə edən mal və ya xidmətlərə aid edilir. Bu, rəhbərliyə vaxtın və pulun tam olaraq hara xərcləndiyi barədə daha yaxşı fikir verir. Bunu göstərmək üçün bir şirkətin həm biblolar, həm də vidjetlər istehsal etdiyini düşünək. Böreklər çox əmək tələb edir və istehsal heyətindən kifayət qədər praktiki səy tələb edir.

Vidjetlərin istehsalı avtomatlaşdırılmışdır və o, əsasən xammalın maşına qoyulmasından və hazır məhsulu saatlarla gözləməkdən ibarətdir. Hər iki elementə yükü ayırmaq üçün maşın saatların-

dan istifadə etmək mənasız olardı, çünki zinət əşyaları maşın saatlarından demək olar ki, istifadə etmirdi. ABC-də zinət əşyaları əməklə bağlı daha çox məsrəflər təyin edilir və vidjetlərə maşın istifadəsi ilə bağlı daha çox yük təyin edilir (Alekseeva, 2010).

Lean mühasibatlıq - Lean mühasibat uçotunun əsas məqsədi təşkilat daxilində maliyyə idarəetmə təcrübələrini təkmilləşdirməkdir. Lean mühasibat uçotu, məhsuldarlığı optimallaşdırarkən tullantıları minimuma endirmək niyyətində olan zəif istehsal və istehsal fəlsəfəsinin bir uzantısıdır. Məsələn, mühasibat departamenti boş sərf olunan vaxtı azaltmağa qadirdirsə, işçilər qənaət olunan vaxtı daha məhsuldar şəkildə əlavə dəyərli işlərə yönəldə bilər.

Tələbsiz uçotdan istifadə edərkən, ənənəvi məsrəf hesablama metodları dəyərə əsaslanan qiymətdəyişmə və zəif mərkəzli performans ölçüləri ilə əvəz olunur. Maliyyə qərarlarının qəbulu şirkətin ümumi dəyər axınının gəlirliliyinə təsirə əsaslanır. Dəyər axınları şirkətin mənfəət mərkəzləridir ki, bu da onun gəlirliliyinə birbaşa təsir göstərən hər hansı filial və ya bölmədir (Armstrong, 2007).

Marjinal xərclər - Marjinal maya dəyəri (bəzən xərc-həcmi-mənfəət təhlili adlanır) istehsala əlavə bir vahid əlavə etməklə məhsulun maya dəyərində təsirdir. Qısamüddətli iqtisadi qərarlar üçün faydalıdır. Marjinal məsrəflər idarəetməyə müxtəlif səviyyəli məsrəflərin və həcmə əməliyyat mənfəətinə təsirini müəyyən etməyə kömək edə bilər. Bu cür təhlil rəhbərlik tərəfindən potensial gəlir gətirən yeni məhsullar, mövcud məhsullar üçün müəyyən ediləcək satış qiymətləri və marketinq kampaniyalarının təsiri haqqında fikir əldə etmək üçün istifadə edilə bilər.

Bir məhsulun ümumi gəlirinin ümumi xərcə bərabər olduğu istehsal səviyyəsi olan zərərsizlik nöqtəsi, şirkətin ümumi sabit xərclərinin töhfə marjasına bölünməsi kimi hesablanır. Satış gəlirindən dəyişən məsrəflər çıxılmaqla hesablanan töhfə marjası, konkret məhsulun şirkətin ümumi mənfəətinə nə dərəcədə töhfə verdiyini müəyyən etmək üçün hər bir vahid əsasında da hesablanı bilər (Armstrong, 2007).

Xərclərin uçotunun tarixi - Alimlər hesab edirlər ki, məsrəflərin uçotu ilk dəfə sənaye inqilabı zamanı inkişaf edən sənaye tələb və təklif iqtisadiyyatı istehsalçıları istehsal proseslərini optimallaşdırmaq üçün onların sabit və dəyişən xərclərini izləməyə başlamağa məcbur etdiyi zaman yaradılmışdır. Xərclərin uçotu dəmir yolu və polad şirkətlərinə xərclərə nəzarət etməyə və daha səmərəli olmağa imkan verdi. 20-ci əsrin əvvəllərində məsrəflərin uçotu biznesin idarə edilməsinə dair ədəbiyyatda geniş əhatə olunmuş mövzuya çevrildi (Karpova, 2016).

Xərclərin uçotu ənənəvi mühasibat uçotu metodlarından fərqi- Ümumi mühasibat və ya maliyyə uçotundan fərqli olaraq, məsrəflərin uçotu metodu məsrəflərə nəzarəti həyata keçirmək üçün istifadə olunan daxili mərkəzləşdirilmiş, firmaya xas sistemdir. Xərclərin uçotu daha çevik və spesifik ola bilər, xüsusən də məsrəflərin bölünməsinə və inventarların qiymətləndirilməsinə gəldikdə. Xərclərin uçotu metodları və üsulları firmadan firmaya dəyişəcək və olduqca mürəkkəb ola bilər.

Xərclərin uçotunun istifadəsi - Xərclərin uçotu faydalıdır, çünki o, şirkətin pulunu hara xərclədiyini, nə qədər qazandığını və pulun hara itdiyini müəyyən edə bilər. Xərclərin uçotu hesabat vermək, təhlil etmək və daxili məsrəflərə nəzarət və səmərəliliyin təkmilləşdirilməsinə səbəb olmaq məqsədi daşıyır. Şirkətlər öz maliyyə hesabatlarında və ya vergi məqsədləri üçün məsrəf uçotu rəqəmlərindən istifadə edə bilməsələr də, onlar daxili nəzarət üçün çox vacibdir.

Xərclərin uçotuna daxil olan xərclər - Bunlar sənayedən sənayeyə və firmadan firmaya dəyişəcək, lakin birbaşa xərclər, dolay xərclər, dəyişən xərclər, sabit xərclər və əməliyyat xərcləri kimi müəyyən xərc kateqoriyaları adətən daxil ediləcək (Epstein, 2005).

Xərc uçotunun üstünlükləri - Xərclərin uçotu metodları konkret firma tərəfindən işlənilərək hazırlandığından və onlara uyğunlaşdırıldığından, onlar yüksək dərəcədə fərdiləşdirilə və uyğunlaşdırıla bilər. Menecerlər məsrəflərin uçotunu yüksək qiymətləndirirlər, çünki o, biznesin dəyişən ehtiyaclarına uyğun olaraq uyğunlaşdırıla, düzəldilə və həyata keçirilə bilər.

Maliyyə Mühasibat Uçotu Standartları Şurasından (FASB) fərqli olaraq, məsrəflərin uçotu yalnız daxili baxışlara və daxili məqsədlərə diqqət yetirməlidir. Rəhbərlik qiymətlərin necə təyin edildiyini, resursların bölüşdürüldüyünü, kapitalın artırılmasını və risklərin qəbul edildiyini istiqamətləndirən, xüsusi qiymətləndirdiyi meyarlar əsasında məlumatları təhlil edə bilər.

Xərc uçotunun çatışmazlıqları - Məsrəflərin uçotu sistemləri və onlarla birlikdə istifadə olunan üsullar inkişaf etdirmək və həyata keçirmək üçün yüksək başlanğıc dəyəri ola bilər. Mühasibat işçiləri və menecerləri ezoterik və çox vaxt mürəkkəb sistemlər üzrə öyrətmək vaxt və səy tələb edir və səhvlər erkən buraxıla bilər. Daha yüksək ixtisaslı mühasiblər və auditorlar məsrəf uçotu sistemini qiymətləndirərkən GAAP kimi standartlaşdırılmış sistemdən daha çox xidmət haqqı tələb edə bilirlər (Bayramov, 2009).

Alt xətt- Xərclərin uçotu şirkətin menecerlərinin biznesin nə qədər yaxşı işlədiyini qiymətləndirmək üçün istifadə edə biləcəyi qeyri-rəsmi çevik alətlər toplusudur. Xərc uçotu biznesin müxtəlif xərclərini və onların əməliyyatlara, məsrəflərə, səmərəliliyə və mənfəətə necə təsir etdiyini qiymətləndirməyə çalışır.

İdeal olaraq, analitiklər həmişə Beynəlxalq Mühasibat Uçotu Standartları Şurası (IASB) və Maliyyə Uçotu Standartları Şurası (FASB) kimi sağlam maliyyə hesabatları standartlarına əsaslanan və manipulyasiyadan azad olan maliyyə hesabatlarına çıxış əldə edə bilirlər. Lakin praktikada maliyyə hesabatlarının keyfiyyəti çox fərqli ola bilər.

Yüksək keyfiyyətli maliyyə hesabatı şirkətin fəaliyyətini və perspektivlərini qiymətləndirməkdə analitiklər üçün faydalı olan məlumatları təqdim edir. Aşağı keyfiyyətli maliyyə hesabatlarında qeyri-dəqiq, yanlış və ya natamam məlumatlar var. Maliyyə hesabatlarının keyfiyyətindəki ifrat pozuntular təkcə investorların itkiləri ilə deyil, həm də maliyyə sisteminə inamın azalması ilə nəticələnən yüksək profilli qalmaqallara səbəb olub.

Maliyyə hesabatlarının keyfiyyətini dəqiq qiymətləndirə bilən maliyyə hesabatı istifadəçiləri itkilərin qarşısını almaq üçün daha yaxşı mövqe tutdular. Bu boşluqlar analitiklərin üzləşdiyi çətinlikləri, eləcə də yanlış və ya qeyri-dəqiq maliyyə hesabatları ilə nəticələnən təcrübələrin tanınmamasının potensial xərclərini göstərir. Yanlış hesabat nümunələri analitikə keyfiyyətsiz maliyyə hesabatlarını göstərə bilən müxtəlif siqnallar haqqında məlumat verə bilər. Bu oxunuş qeydlərdəki açıqlamalar da daxil olmaqla, maliyyə hesabatlarındakı məlumatların keyfiyyətinə aid olan maliyyə hesabatının keyfiyyətinə aiddir. Keyfiyyətli hesabat, qərar qəbul etmək üçün faydalı məlumatlar təqdim edir, bu, müvafiq və şirkətin hesabat dövründəki fəaliyyətinin iqtisadi reallığını, habelə dövrün sonunda şirkətin maliyyə vəziyyətini sədaqətlə əks etdirir.

Keyfiyyətin ayrıca, lakin bir-biri ilə əlaqəli atributu, şirkətin faktiki təsərrüfat fəaliyyəti nəticəsində əldə edilən mənfəət və pul vəsaitlərinə və nəticədə maliyyə vəziyyətinə aid olan hesabat nəticələrinin keyfiyyəti və ya mənfəətin keyfiyyətidir. "Qazancın keyfiyyəti" termini praktikada adətən istifadə olunur və mənfəətin keyfiyyətini, pul vəsaitlərinin hərəkətini və/və ya balans hesabatını əhatə etmək üçün geniş şəkildə istifadə olunacaq.

Yüksək keyfiyyətli qazanc, şirkətin gələcəkdə davam etdirə biləcəyi və şirkətin investisiyasından kifayət qədər gəlir gətirə biləcəyi fəaliyyətlərin nəticəsidir. Mənfəətin keyfiyyəti və maliyyə hesabatının keyfiyyəti anlayışları bir-biri ilə əlaqəlidir, çünki mənfəətin keyfiyyətinin düzgün qiymətləndirilməsi yalnız maliyyə hesabatlarının keyfiyyətinin bəzi əsas səviyyəsi olduqda mümkündür. Bu əsas səviyyədən kənarda, hesabatın keyfiyyəti artdıqca, maliyyə hesabatı istifadəçilərinin mənfəətin keyfiyyətini düzgün qiymətləndirmək və gələcək fəaliyyət üçün gözləntiləri inkişaf etdirmək bacarığı da artır.

Şirkətin məsrəf strukturunun fərdi şəkildə qiymətləndirilməsi rəhbərlikə biznesini idarə etmə tərzini təkmilləşdirməyə və buna görə də firmanın dəyərini yaxşılaşdırmağa imkan verir. Bunlar yalnız daxili göstəricilər və rəqəmlər üçün nəzərdə tutulub. Onlar GAAP-a uyğun olmadığından,

xərclərin uçotu şirkətin ictimaiyyətə açıqlanan audit edilmiş maliyyə hesabatları üçün istifadə edilə bilməz (Gary, 2008).

NƏTİCƏ

Nəticə olaraq, maliyyə hesabatı yüksək keyfiyyətli hesab olunmaq üçün bir çox meyarlara cavab verməlidir, çünki o, gələcək strateji qərarların həyat qabiliyyətini müəyyən edən məlumatın keyfiyyətidir. Maliyyə hesabatının keyfiyyətinə gəlinə, məlum olur ki, sonuncu təşkilatın maliyyə vəziyyətinin və maliyyə nəticələrinin strukturlaşdırılmış əksidir, ona görə də aşağıdakı komponentlərin məcmusu kimi qəbul edilə bilər: maliyyə məlumatının keyfiyyəti; maliyyə məlumatlarının təqdim edilməsinin keyfiyyəti.

Müəyyən edilmişdir ki, maliyyə məlumatlarının təqdim edilməsinin keyfiyyəti faydalı maliyyə məlumatlarının keyfiyyət xarakteristikaları kimi Maliyyə hesabatları çərçivəsi və maliyyə hesabatlarının keyfiyyət xüsusiyyətləri kimi Milli Mühasibat Uçotu Hesabatı (standart) 1 ilə müəyyən edilmiş göstəricilər sistemindən istifadə etməklə qiymətləndirilir. Müəyyən edilmişdir ki, maliyyə məlumatlarının qeydlərdə təqdim edilməsinin keyfiyyətinin qiymətləndirilməsi göstəriciləri aşağıdakılar ola bilər: məlumatın oxunaqlılığı, təqdimatın vizuallaşdırılması.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Abbasov İ.M., Məmmədov İ.A., Cabbarov A.S. (2017). "Mühasibat uçotu (sahələr üzrə)", Bakı, 424 səh.
2. Alexander D., Britton A., Jorissen A. "International Financial Reporting and Anlysis" 2010, UK, vol. 45, issue 2, pp.264-268.
3. Alekseeva G.I. (2010). "Maliyyə alətləri haqqında məlumatların açıqlanması üçün tələblər təkmilləşdirilməsi" // Beynəlxalq-Mühasibat uçotu. Bakı, "Elm", 23 səh.
4. Armstrong C.S., Barth, M.E., Jagolinzer, A.D. and Riedl, E.J. (2007).
5. Bayramov Q.İ., Kazımov R.N. (2009). "Audit işi", Metodik vəsait, Bakı, Elm, 221 səh.
6. Cəfərli H.Ə. (2009), "İqtisadi təhlil". Bakı, "Elm", 154 səh.
7. Cəfərov A., Kərimçadə K., (2009). "Audit işini necə təşkil etməli?", Bakı, "İqtisadi və Sosial İnkişaf Mərkəzi", 455 səh.
8. Epstein B. J. ve Mirza A.A. (2005). "Interpretation and Application of International Accounting and Financial Reporting Standards", USA, 631 p.
9. Frederick D. S. ve Gary K. M. (2008). "International Accounting", 6th Edition, USA: Prentice Hall, 572. p.
10. International Public Sector Accounting Standards Board, Handbook of International Public Sector Accounting Pronouncements", Volume I, 2021, p. 626.
11. Karpova T.P. (2016). "Management Accounting: Textbook for universities". M .: Audit, UNITI, UK, 350 p.
12. M.E. Qraçeva. (2011). "Beynəlxalq mühasibat uçotu". Bakı, "Elm", 36 səh.
13. Malcolm J. P. (2021).
14. "Management Accounting in Public Service Decision Making", 1st Edition, 262 p.

A.Z.Bayramli

master student, Azerbaijan State Economic University

Abstract

In the modern era of economic development in our country, the role of accounting and financial reporting in the management of enterprises and organizations is gradually increasing. The application of international standards in the field of accounting and financial reporting in our country and the creation of national standards adapted to the peculiarities of the economy of Azerbaijan based on them are calculated for the successful and favorable integration of the country's economy into the developed economic institutions of the world and its development at an increasing pace.

In this regard, significant changes have occurred in many aspects of accounting and financial reporting in the last decade. It can be said that accounting and financial reporting have been theoretically and practically changed and formed on new economic bases that are fully in line with the requirements of the modern market economy. All this shows the relevance of the topic. Thus, the purpose of the study is to examine the content of cost accounting and financial statements.

Key words: cost accounting, financial statements, report content.

А.З.Байрамлы

магистрант, Азербайджанский Государственный Экономический Университет

Содержание учета затрат и финансовой отчетности

Резюме

В современную эпоху экономического развития нашей страны роль бухгалтерского учета и финансовой отчетности в управлении предприятиями и организациями постепенно возрастает. Применение международных стандартов в области бухгалтерского учета и финансовой отчетности в нашей стране и создание на их основе национальных стандартов, адаптированных к особенностям экономики Азербайджана, рассчитаны на успешную и благоприятную интеграцию экономики страны в развитые экономические институты мира и ее развитие на более высоком уровне. увеличивающийся темп.

В связи с этим за последнее десятилетие во многих аспектах бухгалтерского учета и финансовой отчетности произошли существенные изменения. Можно сказать, что бухгалтерский учет и финансовая отчетность были теоретически и практически изменены и сформированы на новых экономических основах, которые полностью соответствуют требованиям современной рыночной экономики. Все это свидетельствует об актуальности темы. Таким образом, целью исследования является изучение содержания учета затрат и финансовой отчетности.

Ключевые слова: учет затрат, финансовая отчетность, содержание отчета.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-312-320>

F.N.Məmmədova
magistrant, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, BMDM
mmmdova123@mail.ru

Məqalə redaksiyaya daxil olub 08.10.2024

The article was received by editorial board on 08.10.2024

Статья принята к печати 08.10.2024

KOMMERSİYA TƏŞKİLATINDA MALİYYƏ NƏTİCƏLƏRİNİN UÇOTUNUN TƏŞKİLİ QAYDALARI

Xülasə

Kommersiya təşkilatlarında maliyyə nəticələrinin uçotu, şirkətin maliyyə performansının və sağlamlığının qiymətləndirilməsində əsas rola malikdir. Bu proses, məlumatların ciddiyyətlə toplanması, dəqiq şəkildə hesablanması, analiz edilməsi və şəffaf şəkildə təqdim edilməsi ilə bağlı bir çox əsas prinsipi özündə əks etdirir. Maliyyə nəticələrinin uçotu və idarə olunması, bir şirkətin sağlam maliyyə strateji və idarəetməsinin əsasını təşkil edir. Bu, şirkətin maliyyəsini təhlil etmək, planlaşdırmaq, hesabat vermək və idarə etmək üçün əsas prinsipləri əhatə edir. Kommersiya təşkilatları illik maliyyə hesabatlarını və birləşdirilmiş (konsolidə edilmiş) maliyyə hesabatlarını hesabat dövrü başa çatdıqdan sonra, müvafiq olaraq sonrakı ilin aprel ayının 30-dan və iyun ayının 30-dan gec olmayaraq təqdim etməlidirlər. Kommersiya təşkilatı illik maliyyə hesabatlarını təqdim olduğu yuxarı təşkilata və ya birləşdirilmiş (konsolidə edilmiş) maliyyə hesabatlarını tərtib edən əsas cəmiyyətə, bunlar olmadıqda isə təsisçiyə (təsisçilərə) təqdim edir. Birləşdirilmiş (konsolidə edilmiş) maliyyə hesabatlarını tərtib edən kommersiya təşkilatı həmin hesabatları təqdim olduğu yuxarı təşkilata və təsisçiyə (təsisçilərə) təqdim edir. Kommersiya təşkilatının (investisiya fondları və onların idarəçiləri, sığorta şirkətləri, qiymətli kağızlar bazarında lisenziyalasdırılan şəxslər istisna olmaqla) illik maliyyə hesabatlarının və birləşdirilmiş (konsolidə edilmiş) maliyyə hesabatlarının təqdim edilməsi barədə məlumatlar onların təqdim olduğu yuxarı təşkilat və ya təsisçi (təsisçilər) tərəfindən bu hesabatların sonuncu təqdim etmə günündən sonra 10 gün ərzində AR Maliyyə Nazirliyinə, investisiya fondlarının və onların idarəçilərinin, sığorta şirkətlərinin, qiymətli kağızlar bazarında lisenziyalasdırılan şəxslərin məlumatları isə Maliyyə Bazarlarına Nəzarət Palatasına verilir.

Açar sözlər: maliyyə, uçot, strateji, kommersiya, təşkilat.

GİRİŞ

Maliyyə nəticələrinin uçotu, bir kommersiya təşkilatının bəzi əsas məsələlərindən biridir. Bu proses, şirkətin maliyyəvi fəaliyyətinin dəqiq şəkildə hesablanması, analiz edilməsini təmin edir. Maliyyə nəticələri, şirkətin sağlamlığı, məhsuldarlığı və gələcək üçün strateji planlamasında əsas məlumatlar təmin edir.

Kommersiya təşkilatlarının maliyyə nəticələrinin uçotu, fəaliyyət göstəricilərinin izlənməsi, mənfəət və zərərin müəyyən edilməsi, vergi ödəmələri və daxili maliyyə proseslərinin nəzarət olunması ilə bağlı kəskin bir məsələdir. Bu prosesin effektivliyi, şirkətin inkişaf etməsi və keyfiyyətli məhsullar və xidmətlər təqdim etməsi üçün əhəmiyyətli bir təşkilatçılıq əsasını təşkil edir.

Maliyyə nəticələrinin uçotu zamanı, şirkətin bütün maliyyə fəaliyyətləri, gəlir və xərclər, mənfəət və zərər, aktivlər və xərclərin dəqiq şəkildə hesablanması və analiz olunması tələb olunur.

Bu proses, maliyyə cədvəllərinin, mənfəət və zərər hesabatlarının, maliyyə yekunlarının tərtib olunmasını əhatə edir.

Maliyyə nəticələrinin uçotu, bir kommersiya təşkilatı üçün strateji planlamada və effektiv idarəetmədə kəskin əhəmiyyətə malikdir. Bu nəticələr, şirkətin maliyyəvi sağlamlığı, mövcud vəziyyəti və gələcək proqnozlarını qiymətləndirmək üçün əsas məlumatlar təmin edir.

Kommersiya təşkilatlarında maliyyə nəticələrinin uçotunu təşkil etmək üçün bir sıra əsas qaydalar və prosedurlar mövcuddur. Bu proses, dəqiqlik, şəffaflıq və maliyyə sənədlərinin və hesabatların yasal qaydada tərtib edilməsini təmin edir.

Əsasən, maliyyə nəticələrinin uçotu, şirkətin effektivliyini, istiqrarını və nailiyyətini təmin etmək məqsədilə təşkilatın maliyyə sahəsindəki strateji və planlamasına yön verir. Bu proses, şirkətin maliyyəvi məqsədlərini reallaşdırmaq və istənilən sahədə optimal məhsuldarlığı təmin etmək üçün tələb olunur.

Maliyyə nəticələrinin uçotu, hər hansı bir şirkətin sağlam bir maliyyə idarəetməsi sistemi ilə əhatə olunur. Bu sistem, şirkətin maliyyələrinin təhlil edilməsi, planlaşdırılması, hesabat verməsi və strateji qərarlar üçün təminatlı məlumatların təmin edilməsi ilə bağlıdır.

Maliyyə idarəetməsi, bir şirkətin sağlam və effektiv maliyyə strategiyasının inkişaf etdirilməsi üçün əsas təşkil edir. Bu proses, maliyyə nəticələrinin bəlli bir dövr üzrə planlaşdırılmasını, maliyyə məlumatlarının düzgün şəkildə hesabat verilməsini və şirkət rəhbərliyinə maliyyələrin təhlilini təmin edir.

Maliyyə nəticələrinin uçotu, gəlir və xərclərin dəqiqliyi, əmanətlərin effektiv idarə olunması və qeyri-maddi aktivlərin dəyəri kimi mühüm maliyyə göstəricilərinin yaxşı anlaşılmasını təmin edir. Bu maliyyə nəticələri, şirkətin nailiyyətləri və zərərləri, gəlir vəziyyəti, əmlak və kredit statusu kimi əsas maliyyə göstəricilərini əhatə edir.

Maliyyə nəticələrinin effektiv şəkildə idarə olunması, şirkətin idarəetmə qərarlarının yaxşı informasiyası üzrə qərarlar almaqda kömək edir. Bu, şirkətin uğurlu inkişaf etməsinə, gələcəkdəki planlarını forma verməsinə və uzunmüddətli maliyyə strategiyasının inkişaf etdirilməsinə kömək edir.

Əsasən, maliyyə nəticələrinin uçotu, şirkətin maliyyə gücünü qiymətləndirmək və strateji yönətmək üçün əsas məlumatları təmin edir. Bu prinsiplər və təcrübə, şirkətlərin maliyyələrini effektiv şəkildə idarə etmələrinə kömək edir və keyfiyyətli qərarlar vermələrinə imkan verir.

Kommersiya təşkilatında maliyyə nəticələrinin uçotu

Kommersiya təşkilatlarında maliyyə nəticələrinin uçotu, şirkətin mali və operativ fəaliyyətinin dəqiq hesablanması, analiz edilməsi və raporlanması prosesini əhatə edir. Bu, şirkətin maliyyə sağlamlığını ölçmək, sənədlərin və hesabatların hazırlanması, vergi ödəmələri və digər maliyyələ işlərini dəstəkləyir.

Maliyyə nəticələrinin uçotu, gəlir və xərclərin dəqiq hesablanması, mənfəət və ziyanın müəyyən edilməsini, kreditlərin idarə olunmasını, bazar analizlərini və işin gələcək proqnozunu təmin edir. Bu proses, şirkətin maliyyə cədvəllərini, mənfəət və zərər hesabatlarını, maliyyə yekunlarını və digər məlumatları əhatə edir.

Maliyyə nəticələrinin uçotu zamanı, ciddiyyət, doğruluq və şəffaf bir proses təmin edilməlidir. Beynəlxalq maliyyə standartları və yerli qanunvericiliklə uyğunluq əsasən qorunmalıdır. Audit prosesləri ilə nəticələrin dəqiqliyi yoxlanılmalı və daxili nəzarət prosesləri tətbiq edilməlidir.

Bu proses, şirkətin strateji məqsədlərinə nail olmaq üçün əhəmiyyətli məlumatlar təmin edir. Bütün bu maliyyə nəticələri, şirkətin icra heyətinə, investorlara, auditorlara, qanuni təşkilatlara və digər paydaşlara təqdim olunur (Cəfərli H.A. 2013: s.32).

Maliyyə nəticələrinin uçotu, fəaliyyət göstəricilərinin, maliyyə performansının və təşkilatın ümumi sağlamlığının qiymətləndirilməsini və izlənməsini təmin edir. İş təşkilatlarının maliyyə nəticələrini qeyd etmək və analiz etmək üçün bir neçə əsas prinsip vardır:

- Gəlir və Xərclərin Dəqiq Qeyd Edilməsi: İş təşkilatları gəlir və xərclərini dəqiq şəkildə hesablamaq və qeyd etmək məcburiyyətindədirlər. Bu, satışların, maliyyə nəqliyyatının, işçi əməkhaqlarının və digər məşğulluqların düzgün hesablanmasını əhatə edir.

- Mənfəət və Zərərin Müəyyən Edilməsi: Maliyyə nəticələrinin əsas məqsədi, şirkətin mənfəət və zərərinin qeyd edilməsi və analizidir. Bu, satışdan əldə edilən mənfəətin, xərc və məsrəflərin nəticəsində əldə edilən zərərin müəyyən edilməsini əhatə edir.

- Bazar Analizi və Proqnozlar: Şirkətlər maliyyə nəticələri vasitəsilə bazar trendlərini, müştəri tələblərini və müxtəlif iş fəaliyyətlərini qiymətləndirə bilirlər. Bu analizlər bazar proqnozlarını yaratmaqda və şirkətin məqsədlərinə nail olmaqda kömək edir.

- Vergi və Qanuni Tələblərin Qeyd Edilməsi: Maliyyə nəticələrinin hazırlanması zamanı, vergi tələbləri və yerli-qlobal maliyyə standartlarına uyğunluq vacibdir. Hesablama və raporlama prosesləri bu tələblərə cavab verməlidir.

- Dəqiqlik və Şəffaflıq: Maliyyə hesablama və nəticələrinin dəqiqliyi, şəffaf və məsuliyyətli bir şəkildə təmin edilməlidir. Şirkətin paydaşları, investorlar və auditorlar maliyyə nəticələrinin dəqiqliyi və etibarlılığına etibar etməlidirlər.

Bu prinsiplərə uyğun olaraq, iş təşkilatları maliyyə nəticələrini dəqiqliklə hesablayaraq, həmin məlumatları strateji qərarların verilməsində, təşkilatın performansının izlənməsində və maliyyə planlamasında istifadə edirlər. Bu, şirkətin inkişafını təmin etmək və uğurlu bir iş fəaliyyəti göstərmək üçün əhəmiyyətli bir mərhələdir.

Əsasən, maliyyə nəticələrinin uçotu, şirkətin sağlamlığı, keyfiyyəti və uğuru üçün əsaslı bir mərhələdir və şirkətin maliyyəsi haqqında dəqiqlik və şəffaf məlumatlar təmin etməyə kömək edir.

Kommersiya təşkilatında maliyyə nəticələrinin uçotunun təşkili qaydaları

Kommersiya təşkilatlarında maliyyə nəticələrinin uçotuna dair əsas qaydalar və məsələlər, iş dünyasında əhəmiyyətli bir mövzudur. Bu məsələ, maliyyə idarəetməsinin və hesablamanın təkmilləşdirilməsi, maliyyə dənətləri, raporlama və maliyyə strategiyalarının effektivliyi kimi birləşmiş fəaliyyət sahələrini əhatə edir. Bu mövzuda mövzu ilə bağlı əsas məlumatlar:

- Maliyyə Nəticələrinin Hesablanması və Qeydiyyatı: İş təşkilatları hər bir maliyyə fəaliyyətini hesablayaraq bu nəticələri rapor etməlidirlər. Bu, gəlir və xərclərin hesablanması, mənfəət və ziyanın müəyyən edilməsi, vergi ödənilməsi, vəzifə ödənilməsi kimi məsələləri daxil edir.

- Maliyyə Strateji Formalaşdırma: Bir işin maliyyə nəticələri, strateji planlama və idarəetmə ilə bağlıdır. Bu, maliyyələrin optimal idarə olunması, investisiya planlarının yaradılması, mənfəət artırılması və rüsumların effektivliyi kimi məsələləri əhatə edir.

- Maliyyə Dənətləri və Təhlükəsizlik: Maliyyə nəticələri qeyri-dəqiq və ya səhv hesablamalar ilə təhlükə altında ola bilər. Bu səbəbdən də maliyyə dənətləri vacibdir. Auditlər, maliyyə proseslərinin yoxlanılması və daxili nəzarət maliyyə nəticələrinin düzgün və dəqiq olmasını təmin edir.

- Raporlama və Təqdimat: İş təşkilatları maliyyə nəticələrini auditorlara, investorlara, və daxilindəki paydaşlara təqdim etməlidirlər. Raporlar maliyyə cədvəlləri, gəlir və xərclər hesabatları, maliyyə yekunları, və bütün bunlarla bağlı təhlil və şərh daxil edir.

- Beynəlxalq Maliyyə Standartları və Qaydalar: İş dünyasında, beynəlxalq maliyyə standartları və qaydalar mövcuddur və bu standartlar təşkilatların maliyyə nəticələrini hazırlama və raporlama üsullarını təyin edir.

Maliyyə nəticələrinin uçotu, bir iş təşkilatının sağlam maliyyə strateji formasının əsasını təşkil edir. Bu strateji, işin maliyyələrinin optimal idarə olunmasını, sürətlə dəyişən iş mühitinə uyğunluğu və keyfiyyətli maliyyə tədqiqatlarının aparılmasını təmin etməlidir. Bundan əlavə, ətraflı maliyyə planlama və idarəetmə, fəaliyyət nəticələrinin dəyərləndirilməsi, risk idarəetməsi və strateji məqsədlərinin nailiyyəti kimi məsələlər də mövzunun əsasını təşkil edir (Bağırov D.A. 2006: s.246).

Maliyyə nəticələrinin uçotu zamanı məsələlərin bir sıra prinsiplərə əsaslanması vacibdir:

- Doğruluq: Ən əsas prinsip, maliyyə nəticələrinin doğruluğu və dəqiqliyidir. Hesablama, raporlama və nəzərdən keçirilmə prosesləri səhsiz olmalıdır.

- Ciddiyyət: Maliyyə nəticələrinin hazırlanması və təqdimatı ciddi bir prosesdir. Müvafiq nizamnamələr və standartlar əsasında bu işlərin aparılması vacibdir.

- Transparensiya: İş təşkilatlarının maliyyə nəticələrini paydaşları ilə paylaşmaqda açıq və şəffaf olması vacibdir. Bu, güvənin qorunması və maliyyə işlərinin dəqiqliyi üçün vacibdir.

- Müvafiq Standartların İzlənməsi: Beynəlxalq maliyyə standartları və yerli qanunvericiliklə uyğunluq, maliyyə nəticələrinin hazırlanması və raporlanması üçün vacibdir.

- Daxili Nəzarət: İş təşkilatlarının daxili nəzarət prosesləri ilə maliyyə nəticələrinin səhsizliyini yoxlamağı və təmin etməsi vacibdir.

Bu prinsiplər, maliyyə nəticələrinin təşkili zamanı vacib olan əsas qaydaları təmsil edir. Maliyyə idarəetməsində təcrübəli mütəxəssislərdən və maliyyə sahəsindəki müasir mənbələrdən istifadə etmək də təşkilatların bu sahədə uğurlu olmasına kömək edə bilər.

Maliyyə təhlilinin mahiyyəti və onun əsas vəzifələri

Bazar iqtisadiyyatı tələblərinə uyğun olaraq, təsərrüfat subyektlərində idarəetmənin elmi səviyyəsinin durmadan yüksəldilməsi proseslərində təsərrüfatmaliyyə nəticələrinin öyrənilməsi, qiymətləndirilməsi və eləcə də ayrı-ayrı fəaliyyət sahələri, o cümlədən sahibkarlıq üzrə hər şeydən əvvəl analitik işlərin genişləndirilməsini, inkişaf etdirilməsini və təkmilləşdirilməsini tələb edir.

Bazar iqtisadiyyatı yeni mülkiyyət münasibətlərinin mövcud olduğu bir şəraitdə təşkilat və müəssisələrin təsərrüfat fəaliyyətinin idarə edilməsində və onun nəticələrinin qiymətləndirilməsində məhsul istehsalı və satışının həcmi, əmək məhsuldarlığı, maddi məsrəflərə qənaət, məhsulun əmək və material tutumu, fondtutumu, fondverimi, daxili ehtiyatların aşkar edilməsi, dövrüyyə kapitalının dövr sürəti, mənfəət, rentabellik və.s. kimi iqtisadi göstəricilər hesab olunur. Bu göstəricilərin müəyyən edilməsi, öyrənilməsi və qiymətləndirilməsi iqtisadi təhlilin məzmununu təşkil edir.

Ayrı-ayrı orqanlar, fiziki və hüquqi şəxslər tərəfindən təsərrüfat subyektlərinin maliyyə-təsərrüfat fəaliyyətinin təhlilinin məqsədi, maraqları, əhatə dairəsi, aparılması müddəti, informasiya mənbələri və.s. kəskin sürətdə fərqləndiyinə görə təhlilin növləri fərqlənir (Cəfərli H.A.201: s.64).

İqtisadi təhlilin növləri aşağıdakı əlamətlər üzrə təsnifləşdirilir:

- Sahə əlamətləri üzrə-təhlilin bu növü əməyin ictimai bölgüsünə əsaslanır. Bu əlamət üzrə təhlilin və sahənin (iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinin-sənaye, tikinti, nəqliyyat, ticarət və.s.) və sahələrarası (milli iqtisadiyyatın bütün sahələrində təsərrüfat fəaliyyətinin nəzəri və metodoloji əsaslarını təşkil edən) növləri fərqləndirilir.

- İqtisadi təhlilin subyektləri üzrə - daxili (daxili subyektlər, yəni əməkdaşlar, müdiriyyət tərəfindən aparılır) və xarici (xarici subyektlər tərəfindən hazırlanmış maliyyə hesabatları əsasında qarşıya qoyulan konkret məqsədlərə görə həyata keçirilir) təhlilə ayrılır.

- Vaxt əlamətlərinə görə - sonradan aparılan (retrospektiv) təhlil, qabaqcadan (perspektiv) təhlil və operativ (situasiya) təhlil fərqləndirilir.

- Proqramın məzmununa və səviyyəsinə görə - kompleks (təsərrüfat subyektlərinin istehsal, təsərrüfat və maliyyə fəaliyyətinin bütün tərəfləri üzrə) və tematik (təsərrüfat subyektlərinin təsərrüfat-maliyyə fəaliyyətinin konkret olaraq,ayrıca bir hissəsi üzrə) təhlil növləri fərqləndirilir.

- Obyektin öyrənilməsi metodikasına görə isə iqtisadi təhlilin aşağıdakı növləri

fərqləndirilir: Müqayisəli təhlil, amilli təhlil, diaqnostik təhlil, ekspress təhlili, marjinal təhlil, determinləşdirilmiş təhlil, stoxastik təhlil, funksional təhlil.

- İdarəetmə obyektinə görə isə - texniki iqtisadi təhlil, maliyyə-iqtisadi təhlil,sosial iqtisadi təhlil, iqtisadi statistik təhlil, marketing təhlili növləri ilə fərqləndirilir.Təhlilin bu növləri içərisində ən geniş və əhatəliliyinə görə maliyyə iqtisadi təhlili daha çox fərqləndirilir.

Maliyyə təhlili həm müəssisənin maliyyə xidməti bölmələri, həm də müəssisənin maliyyə sabitliyində, xüsusilə də mənfəət və gəlirlərində marağı olan maliyyə kredit orqanları, banklar, vergi

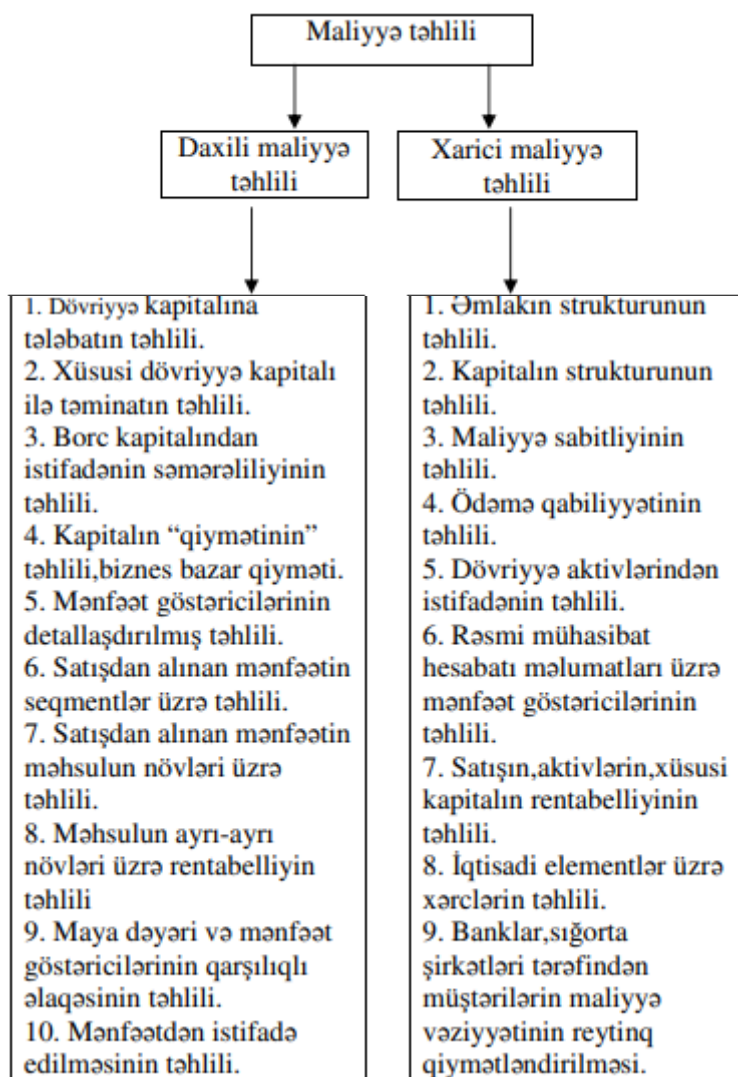
orqanları, auditorlar və digər kənar təşkilatlar və fiziki şəxslər tərəfindən aparılır. Bu təhlildə maliyyə planı yerinə yetirilməsi və maliyyə resurslarından istifadə, xüsusi və cəlb edilmiş kapitalların strukturu və onlardan istifadə, mənfəət və onda istifadə, rentabellik, müəssisənin maliyyə vəziyyəti və ödəniş qabiliyyəti və.s. müəssisə fəaliyyətinin nəticələri ilə əlaqədar problemlər öyrənilir (Cəfərli H.A. 2009: s.523).

Qeyd edilən problemlərin öyrənilməsində maliyyə iqtisadi təhlilinin 2 növü-daxili və xarici maliyyə təhlili fərqləndirilir. Təhlilin bu növlərinin təsnifatı aşağıdakı sxemdə göstərilmişdir (Sxem 1).

Maliyyə təhlili mahiyyətindən, göstəricilər sistemindən, informasiya təminatından və.s. asılı olaraq onun qarşısında aşağıdakı vəzifələr qoyulur:

- konkret təsərrüfat subyekti səviyyəsində iqtisadi qanunların təsirinin xarakterinin öyrənilməsi, iqtisadi inkişafın qanunauyğunluqlarının və meyllərinin müəyyən edilməsi;
- təsərrüfat subyektlərində həyata keçirilən maliyyə təhlilinin metod və üsullarının müəyyən edilməsi.

Sxem 1. Maliyyə təhlilinin təsnifatı



- maliyyə təhlili prosesində istifadə olunan göstəricilər sistemi və onların müəyyən edilib, qiymətləndirilməsi;

- bütövlükdə təşkilat üzrə və onun daxili stukturu üzrə mənfəət planının yerinə yetirilməsinin qiymətləndirilməsi;
- maliyyə sabitliyi və ona təsir edən amillərin aşkar edilib, qiymətləndirilməsi;
- təsərrüfat subyektlərində dövrüyyə kapitalının idarə edilməsinin səmərəliliyinin yüksəldilməsi və ödəmə qabiliyyətinin təmin edilməsi;
- daxili ehtiyatlardan istifadə edilməsi, mənfəətlərin təsirinə aradan qaldırılması üzrə tədbirlərin işlənilib hazırlanması və. s;

Kommersiya təşkilatının maliyyə nəticələrinin təhlilinin aparılması istiqamətləri

Kommersiya təşkilatının maliyyə nəticələrinin formalaşmasının iqtisadi əsası onların gəlirlərindən və xərclərindən ibarətdir. Onların mahiyyəti və tərkibi mühasibat uçotu üzrə normativ sənədlərlə müəyyən edilir.

Kommersiya təşkilatının gəlirləri aktivlərin daxil olması və (və ya) öhdəliklərin ödənilməsi nəticəsində həmin subyektin kapitalının artmasını təmin edən iqtisadi faydanın artmasından ibarətdir.

Təşkilatın xərcləri isə aktivlərin çıxılması və (və ya) öhdəliklərin yaranması nəticəsində həmin təşkilatın kapitalının azalması ilə nəticələnən iqtisadi faydanın azalmasından ibarətdir.

Kommersiya təşkilatının gəlirləri və xərcləri onun fəaliyyətinin xarakterindən, həyata keçirilməsi şəraitindən və istiqamətlərindən asılı olaraq aşağıdakı kimi qruplaşdırılır:

- adi fəaliyyət növləri üzrə gəlir və xərclər;
- əməliyyat gəlirləri (xərcləri);
- satışdan kənar gəlirlər (xərclər);
- fəvqəladə gəlirlər (xərclər);

Maliyyə nəticələrinin təhlilinin əsas vəzifələri aşağıdakılardır:

- təsərrüfat subyekti və onun ayrı-ayrı bölmələri üzrə mənfəət planının yerinə yetirilməsinin qiymətləndirilməsi;
- satışdan alınan mənfəətin, balans mənfəəti və xalis mənfəətin keçən dövrə nisbətən plan üzrə və faktiki artım templərinin müəyyən edilməsi;
- biznes - planın yerinə yetirilməsi dərəcəsini və satışdan alınan mənfəətin balans mənfəəti və xalis mənfəət göstəriciləri dinamikasını müəyyən edən amillərin təhlili;
- təsərrüfat subyektinin ayrı-ayrı bölmələrinin fəaliyyətinin nəticələrinin təşkilatın biznes - planının yerinə yetirilməsi göstəricilərinə, o cümlədən satışdan mənfəət, balans mənfəətini və xalis mənfəət göstəriciləri dinamikasına təsirinə müəyyən edilməsi;
- satışdan alınan mənfəətin, balans mənfəəti və xalis mənfəət məbləğlərinin artırılmasının mümkün olan ehtiyatlarının müəyyən edilməsi;
- inflyasiya və onun maliyyə nəticələrinə təsir dərəcəsinin müəyyən edilməsi;
- təsərrüfat subyektinin daxili ehtiyatlarının aşkar edilməsi və onlardan istifadənin təşkili, idarəetmə qərarlarının hazırlanması;

Təsərrüfat subyektlərinin maliyyə nəticələrinin təhlilinin əsas informasiya mənbələri aşağıdakılardır:

1. mühasibat (maliyyə) hesabatları.
2. statistika hesabatları.
3. mühasibat uçotunun məlumatları.
4. biznes - planların, auditor məlumatları və yoxlamalarının xülasələri, aktlar və digər informasiyalar.

Bunlar içərisində ən mühüm mühasibat (maliyyə) hesabatlarıdır. Təsərrüfat subyektlərində maliyyə nəticələrinin mühasibat hesabatında formalaşması barədə informasiyanın əks etdirilməsi üçün "Maliyyə nəticələri və onların istifadəsi haqqında hesabat" üzrə 2 sayılı forma nəzərdə tutulmuşdur. Bu informasiya mənbəsində təsərrüfat subyektinin maliyyə nəticələri barədə ən mühüm və mötəbər məlumatlar əks olunur. Hesabat təsərrüfat subyekti haqqında toplu informasiyadır, çünki

burada nəticələr yekunlaşdırılmış olur və ümumuləşdirilmiş göstəricilər ifadə olunur(Müslümov S.Y.2012:s.240).

Maliyyə nəticələrinin təhlili və onun təkmilləşdirilməsi

Maliyyə nəticələrinin metodlarının təkmilləşdirilməsi zamanı aşağıdakı metodlardan istifadə olunur:

- Hesablama metodu - məhsulun hər növü üzrə planlaşdırılan göstəricilərin müəyyən edilməsi üçün tətbiq edilir. Təhlildə bu metodun tətbiq edilməsindən əvvəl çox zəhmət tələb olunan işlər görülməlidir: buraxılması planlaşdırılan hər məhsul növü üzrə plan kalkulyasiya tərtib olunmalıdır, o, məhsul vahidlərinin planlaşdırılan orta maya dəyərini və orta satış qiymətini müəyyən etmək imkanı yaradır. Beləliklə, maliyyə təhlilində bu metodu tətbiq etmək edərkən plan hesablamalarının reallığı, plan kalkulyasiyalarının reallığı ilə müəyyən olunur.

-İndeks metodu - satışdan əldə edilən mənfəətin planlaşdırılmasının indeks metodundan ilkin planlaşdırmanın ilk mənbələrində, plan kalkulyasiyalarında alınmış informasiya olmayan zaman istifadə etmək daha yaxşıdır. Müəssisədə planlaşdırma səmərəli təşkil edildikdə bütün mümkün üsullarla hesablamalar aparmaq lazımdır. Əgər hesablamalar düzdürsə, onların nəticələri öz qiymətlərinə görə bir-birinə yaxın olmalıdır.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində balans mənfəətinin formalaşmasında satışdankənar nəticələrin təsiri böyükdür. Əksər müəssisələrdə qiymətli kağızlardan və birgə müəssisələrdə iştirakdan alınan gəlirlər (bunlar planlaşdırılan gəlirlərdir), alınan və ödənilən peniya, cərimə və dəbbələmə məbləğləri, hesabat ilində aşkara çıxarılan keçmiş illərin borclarının, ümitsiz borcların və debitorların ödənilməsindən alınan və digər planlaşdırılmayan gəlirlər və xərclər balans mənfəətinin formalaşmasında xüsusi rol oynayır (Kazımov R.N. 2012: s.244).

NƏTİCƏ

Kommersiya təşkilatlarında maliyyə nəticələrinin uçotu, şirkətin maliyyəvi sağlamlığını qiymətləndirmək və iş fəaliyyətinin effektivliyini təyin etmək üçün əsas bir mərhələdir. Bu proses, gəlir və xərclərin dəqiq hesablanması, mənfəət və zərərin müəyyən edilməsini, aktivlərin və öz kapitalın dəyərini qiymətləndirməni və digər maliyyə göstəricilərinin analizini əhatə edir.

Maliyyə nəticələrinin uçotu, ciddiyyətlə təşkil olunmalıdır. Bu, dəqiqlik, şəffaflıq və standartlara uyğunluq əsasında aparılmalıdır. Beynəlxalq maliyyə standartları və yerli qanunvericilikləri əhatə edən qaydalar və nizamnamələr bu prosesdə vacibdir.

Bu proses zamanı maliyyə nəticələri, müxtəlif məqsədlər üçün istifadə olunur:

- İdarəetmə: Şirkət rəhbərliyinə, idarə heyətinə və keyfiyyətli qərarlar almaq üçün məlumat təmin etmək üçün maliyyə nəticələri çox vacibdir.

- Planlama və Strateji: Gələcək üçün planlar qurmaq, büdcələndirmək və strateji formalaşdırmaq üçün maliyyə nəticələri təhlil edilir.

- İnvestorlar : Şirkətə investisiya etmək və ya onunla əməkdaşlıq etmək istəyən investorlar və paydaşlar üçün maliyyə nəticələri, şirkətin təhlükəsizliyi və potensialı haqqında məlumat verir.

- Mətbuat və Qanunvericilik: Maliyyə nəticələri şirkətin mətbuatına, qanunvericilik tələblərinə və vergi dəyərlərinə cavab verir.

Maliyyə nəticələrinin dəqiq və şəffaf olması, şirkətin inkişafı, qarlılığı və uzunmüddətli nailiyyəti üçün əhəmiyyətli bir əsas təşkil edir. Bu nəticələr, şirkətin maliyyəvi keyfiyyəti və operativ fəaliyyəti haqqında dəqiq məlumatlar təmin edir.

Kommersiya təşkilatlarında maliyyə nəticələrinin uçotunun təşkili, şirkətin maliyyəvi performansını ölçmək və maliyyə sahəsində keyfiyyətli qərarlar vermək üçün əhəmiyyətli bir mərhələdir. Bu proses, bir sıra əsas prinsiplərə və tədqiqat sahələrinə əsaslanır.

- Standartlara Uyğunluq: Beynəlxalq maliyyə standartları, yerli qanunvericilik və sektor normativlərinə uyğunluq maliyyə nəticələrinin tərtib olunmasında əsas rol oynayır. Bu standartlara

sadiqlik və düzgünlüklə uyğunluq, maliyyə nəticələrinin dəqiq və müqayisəli olaraq qiymətləndirilməsini təmin edir.

- Dəqiqlik və Şəffaflıq: Maliyyə nəticələrinin təşkili zamanı dəqiqlik, şəffaflıq və məlumatların şəffaf şəkildə təqdim olunması vacibdir. Bu, şirkətin maliyyəvi sağlamlığını, risklərini və məqsədlərini anlamaq üçün əhəmiyyətli məlumatlar təmin edir.

- Daxili Nəzarət: Maliyyə nəticələrinin dəqiq və doğru olması üçün daxili nəzarət sistemləri tətbiq edilməlidir. Bu, səhv hesabatların qarşısını almaq və dəqiq maliyyə məlumatlarının istifadəyə hazır olmasını təmin edir.

- Məlumat Texnologiyaları İstifadəsi: Kompüter proqramları və maliyyə məlumatlarının avtomatlaşdırılması, maliyyə nəticələrinin düzgün və sürətli şəkildə tərtib olunmasına kömək edir. Bu, məlumatların toplanması, hesablanması və analizi üçün daha effektiv bir yolla istifadə edilməsini təmin edir.

- Audit və Yoxlama: Audit prosesləri, maliyyə nəticələrinin dəqiq və düzgün hesablanmasını yoxlamaq üçün tətbiq olunur. Auditorların nəzarəti və auditləri, hesabatların və nəticələrin dəqiqliyini təsdiqləyir.

Bu qaydalar və prinsiplər, kommersiya təşkilatlarının maliyyə nəticələrinin dəqiq, düzgün və şəffaf şəkildə hesablanması və tərtib olunması üçün əsas təşkil edir. Bu prinsiplər, şirkətin maliyyəvi sağlamlığını qiymətləndirmək, strateji planlamada və qərarların qəbulunda əsaslı məlumatlar təmin etmək üçün vacibdir.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Azərbaycan Respublikası Mülki Məcəlləsi. Bakı. "Hüquq ədəbiyyatı" 2007. 776 səh.
2. Azərbaycan Respublikası Vergi Məcəlləsi. Bakı. "Hüquq ədəbiyyatı" 2011. 414 səh.
3. Azərbaycan Respublikasının "Mühasibat uçotu haqqında" qanunu. Bakı, 2004.
4. Azərbaycan Respublikasının "Müflisləşmə və iflas haqqında" qanunu. Bakı
5. , 1997.
6. Bağirov D.A. Vergi nəzarəti. Dərslik. Bakı - 2006. 412 səh.
7. Cəfərli H.A. İqtisadi təhlil. Dərslik. «Elm və təhsil» nəşriyyatı. Bakı 2009. - 560 səh.
8. Cəfərli H.A. Təssərrüfat subyektlərində maliyyə sabitliyinin amilli təhlili. Metodik vəsait. «Elm və təhsil» nəşriyyatı, Bakı-2011. - 67 səh.
9. Cəfərli H.A., Məmmədova L.V. İnflyasiya və onun maliyyə nəticələrinə təsirinin təhlili. Metodik vəsait. «İqtisad Universiteti» nəşriyyatı, Bakı 2013.- 32 səh.
10. Müslümov S.Y., Kazımov R.N. "Maliyyə təhlili". Dərslik: Bakı, "CBS", 2012. 246 s.
11. Исмаилов Н.М. «Формирование финансовых результатов: учетно-аналитические аспекты». Монография. «ЭЛМ». Баку-2012. 560 с.
12. Исмаилов Н.М. Анализ финансовых результатов предприятий (фирм) в условиях рыночных отношений // Финансы и учет, 12, 2001,с.15-21; 1, 2002, с.10-14; 2, 2002, с. 22-28.

F.N.Mammadova

*master student, Azerbaijan State University of Economics,
International doctoral and master's center*

Organizational rules of accounting financial results in a commercial organization

Abstract

Accounting of financial results in commercial organizations has a key role in assessing the financial performance and health of the company. This process includes many key principles of ri-

gorous data collection, accurate calculation, analysis and transparent presentation. The accounting and management of financial results is the basis of a company's sound financial strategy and management. It covers the basic principles for analyzing, planning, reporting and managing a company's finances. Commercial organizations must submit their annual financial statements and consolidated financial statements no later than April 30 and June 30 of the following year, respectively, after the end of the reporting period. submits to the main company that prepares consolidated (consolidated) financial statements, and in their absence to the founder (founders). A commercial organization that prepares consolidated (consolidated) financial statements submits those reports to its subordinate superior organization and founder (founders). investment funds and their managers, insurance companies, with the exception of persons licensed in the securities market) information on the submission of annual financial statements and consolidated (consolidated) financial statements after the last day of submission of these statements by their subordinate superior organization or founder (founders) Within 10 days, the information of investment funds and their managers, insurance companies, persons licensed in the securities market is provided to the Financial Markets Control Chamber within 10 days.

Key words: finance, accounting, strategic, commercial, organization.

Ф.Н.Мамедова

*магистрант, Азербайджанский Государственный Экономический Университет
Международный Центр Докторантуры и Магистратуры*

Организационные правила учета финансовых результатов в коммерческой организации

Резюме

Учет финансовых результатов в коммерческих организациях играет ключевую роль в оценке финансовых показателей и здоровья предприятия. Этот процесс включает в себя множество основных принципов тщательного сбора данных, точного расчета, анализа и прозрачного представления. Учет и управление финансовыми результатами являются основой разумной финансовой стратегии и управления компанией. Он охватывает основные принципы анализа, планирования, отчетности и управления финансами компании. Коммерческие организации обязаны представить свою годовую финансовую отчетность и консолидированную финансовую отчетность не позднее 30 апреля и 30 июня следующего года соответственно после окончания отчетного периода сдает консолидированную финансовую отчетность основному предприятию, а при их отсутствии - второму. Коммерческая организация, составляющая консолидированную финансовую отчетность, представляет в указанную отчетность вышестоящей организации и учредителю (учредителям), страховым организациям, за исключением лиц, имеющих лицензию на рынке ценных бумаг. представление годовой финансовой отчетности и консолидированной (консолидированной) финансовой отчетности после последнего дня представления вышестоящей организацией или учредителем (учредителями) этой отчетности. В течение 10 дней сведения инвестиционных фондов и их управляющих, страховых компаний, лиц, имеющих лицензию в рынка ценных бумаг предоставляется Палате по контролю за финансовыми рынками в течение 10 дней.

Ключевые слова: финансы, бухгалтерский учет, стратегический, коммерческий, организация.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-321-327>

M.M.Kərimli
doktorant, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
mehrabkerimli96@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 08.10.2024

The article was received by editorial board on 08.10.2024

Статья принята к печати 08.10.2024

AZƏRBAYCAN BANK SEKTORUNUN GƏLİRLƏRİNİN VƏ XƏRCLƏRİNİN STRUKTURU

Xülasə

Banklar hazırda həm iqtisadiyyatda həm də insanların, sahibkarlıqla məşğul olan fiziki və hüquqi şəxslərin fəaliyyətlərində əvəzsiz rola malikdir. Bankların fəaliyyətinin əsasını kreditlərin verilməsi, depozit qoyulması və s. kimi əməliyyatlar təşkil edir. Bu fəaliyyətlərin təmsalında sözsüz ki, bankların da əsas məqsədi gəlir əldə etməkdir. Bankların gəlirləri və xərcləri faiz və qeyri-faiz gəlirləri və xərclərindən təşkil olunur. Əgər cəmi gəlirlər cəmi xərcləri üstələyərsə banklar mənfəət əldə etmiş, əks halda isə zərərdə olur. Bu məqalənin əsas məqsədi Azərbaycan bank sektorunda bankların illər üzrə gəlir və xərclərinin strukturunu araşdırmaqdır. Bu məqsədlə ilk olaraq Azərbaycan bank sektorunun ən böyük və qabaqcıl banklarından olan Kapital Bank və Paşa Bankın, ardında isə ümumilikdə Azərbaycan bank sektorunun müxtəlif illərdə ümumi gəlirləri və xərclərinin tərkibi təhlil ediləcək, onların hansı hissəsini faiz və ya qeyri-faiz gəlirləri (və ya xərcləri) təşkil etdiyi müəyyən olunacaqdır.

Açar sözlər: bank sektoru, gəlirlər, xərclər, mənfəət, zərər, faiz.

GİRİŞ

Müasir dövrdə iqtisadiyyatın ayrılmaz hissəsi olan bank tarix boyu çoxmərhələli inkişaf yolu keçmiş və nəticədə müasir bankçılıq formalaşmışdır. İlk zamanlarda bankların fəaliyyət sahələri çox məhdudd olsa da zaman keçdikcə global inkişafa və dövrün tələblərinə uyğun olaraq onların fəaliyyət istiqamətləri də önəmli dərəcədə genişlənmişdir. Xüsusilə yaxın keçmişdə texnologiyanın inkişafı, süni intellekt, “fintech” texnologiyaları və başqa bir çox amillərin təsiri ilə bankların iqtisadiyyatda, biznesdə və insanların həyatında rolu qat qat artmışdır.

Bankların fəaliyyətinin ən başlıca istiqamətlərindən biri kreditlərin verilməsidir. Hazırda bir çox insanlar, fiziki və ya hüquqi şəxs qismində fəaliyyət göstərən sahibkarlıq subyektləri kredit alınması ilə bağlı banklara müraciət edirlər. Bu mənada banklar sahibkarlıq subyektlərinə kredit vasitəsilə maliyyə təmin edərək biznesin inkişafına da töhfə verir və təbii ki bu da iqtisadiyyatın inkişafına təsirsiz ötüşmür. Banklar özü də bu prosesdən faiz formasında gəlir əldə edir ki, bu faizlər də bankların gəlirlərinin ən önəmli hissələrindən birini təşkil edir.

Bankların fəaliyyəti təbii ki, yalnız kreditlərin verilməsi ilə məhduddlaşmır. Müştərilərin depozit qoyuluşları da bankların fəaliyyətində mühüm yer tutur. Bundan başqa banklar vasitəsilə ödənişlər, ölkədaxili və ölkə xaricinə pul köçürmələri, pos-terminal vasitəsilə ödənişlər və s. günümüzdə çox geniş istifadə olunur. Xüsusilə müasir dövrdə texnologiyanın çox sürətli inkişafına paralel olaraq əməliyyatların hər biri də insanlar üçün daha rahat və əlçatan olmuşdur. İnsanlar bank məhsullarını çox rahat və qısa müddət ərzində əldə edə bilirlər. Bunların nəticəsində günümüzdə artıq onlayn ödə-

nişlər və müxtəlif bank əməliyyatlarının sayı və həcmi sürətlə artmaqdadır. Banklar bu əməliyyatlardan da faiz, komissiya şəklində gəlir əldə edirlər.

TƏHLİL

Banklar öz fəaliyyəti ilə biznesə, iqtisadiyyata təkan verir həmçinin insanların gündəlik həyatında da bir çox məsələlərdə mühüm rol oynayır. Bankların da bu fəaliyyətlərdən əsas məqsədi gəlir əldə etməkdir. Bankların gəlirləri faiz gəlirləri və qeyri-faiz gəlirləri olmaqla iki hissədən təşkil olunur. Banklar gəlirlərlə yanaşı öz fəaliyyətləri zamanı təbii ki, müəyyən xərclərlə də üzləşməli olurlar. Hansı ki gəlirlər kimi bu xərclər də faiz xərcləri və qeyri-faiz xərcləri olaraq təsnifləşdirilir. Bankların gəlirləri və xərcləri əsasında isə onların müəyyən dövr ərzində mənfəət əldə etdiyi və ya zərərdə olduğu müəyyən olunur. Bankların bu və digər bütün maliyyə göstəriciləri beynəlxalq tələblərə uyğun olaraq insanlara açıq şəkildə mütəmadi olaraq maliyyə hesabatları şəklində paylaşılır. Tədqiqatın bu hissəsində Azərbaycan bank sektorunun illər üzrə gəlirlərinin və xərclərinin strukturu, eyni zaman xalis mənfəət kimi göstəriciləri barədə məlumatlar təqdim olunmuş və analiz edilmişdir.

Cədvəl 1

Kapital Bankın gəlirlərinin strukturu (min manat)

İllər	Faiz gəlirləri	Qeyri-faiz gəlirləri	Cəmi gəlirlər	Faiz gəlirləri (%)	Qeyri-faiz gəlirləri (%)
2018	321562	136851	458413	70.15	29.85
2019	400957	170345	571302	70.18	29.82
2020	440183	216440	656623	67.04	32.96
2021	474180	300837	775017	61.18	38.82
2022	609374	393915	1003289	60.74	39.26
2023	703659	476709	1180368	59.61	40.39

Mənbə: Kapital Bankdan əldə edilən məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Bu cədvəldə Kapital Bankın 2018-2023-cü illər aralığında gəlirlərinin təsnifatı və faiz və qeyri-faiz gəlirlərinin cəmi gəlirlərdəki payı öz əksini tapmışdır. Cədvəldən göründüyü kimi bankın gəlirləri hər il mütəmadi olaraq artmış və 2018-ci il ilə müqayisədə 2023-cü ilin sonunda təxminən 2,5 dəfə artım göstərmişdir. Maraqlıdır ki, son illərdə bankın gəlirlərinin tərkibində faiz gəlirlərinin payının azaldığı və buna paralel olaraq da qeyri-faiz gəlirlərinin artdığı müşahidə olunur.

Cədvəl 2

Kapital Bankın xərclərinin strukturu (min manat)

İllər	Faiz xərcləri	Qeyri-faiz xərcləri	Cəmi xərclər	Faiz xərcləri (%)	Qeyri-faiz xərcləri (%)
2018	75713	159462	235175	32.19	67.81
2019	63365	209791	273156	23.20	76.80
2020	50800	267534	318334	15.96	84.04
2021	68748	337375	406123	16.93	83.07
2022	84061	458766	542827	15.49	84.51
2023	115593	644000	759593	15.22	84.78

Mənbə: Kapital Bankdan əldə edilən məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Cədvəl 2 Kapital Bankın 2018-2023-cü illər aralığında xərclərinin strukturunu və xərclərin tərkibində faiz xərcləri və qeyri-faiz xərclərinin nisbətini əks etdirir. Göründüyü kimi bankın xərcləri ildən ilə artmışdır. Cəmi xərclərin tərkibində hər zaman qeyri-faiz xərcləri faiz xərclərinə nisbətə

böyük üstünlük təşkil etmişdir. Qeyri-faiz xərclərinin cəmi xərclərdəki payı da demək olar ki hər il artaraq davam etmiş və son dörd ildə 80%-dən yüksək olmuşdur.

Cədvəl 3

Kapital Bankın mənfəəti (zərəri) (min manat)

İllər	Vergilər ödənilənədək mənfəət (zərər)	Mənfəət vergisi	Xalis mənfəət (zərər)
2018	129826	31773	98053
2019	172592	37884	134708
2020	363834	61136	302698
2021	231376	51413	179963
2022	385309	77262	308047
2023	312414	70205	242209

Mənbə: Kapital Bankdan əldə edilən məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Bu cədvəldə Kapital Bankın illər üzrə əldə etdiyi mənfəət göstərilmişdir. Bankın xalis mənfəətində bir qədər dalğalanmaların olduğunu söyləmək olar. Buna baxmayaraq ümumilikdə son altı ildə bankın xalis mənfəəti təxminən 2,5 dəfə artmışdır.

Cədvəl 4

Paşa Bankın gəlirlərinin strukturu (min manat)

İllər	Faiz gəlirləri	Qeyri-faiz gəlirləri	Cəmi gəlirlər	Faiz gəlirləri (%)	Qeyri-faiz gəlirləri (%)
2018	173512	33205	206717	83.94	16.06
2019	196217	76585	272802	71.93	28.07
2020	218187	95208	313395	69.62	30.38
2021	262144	128278	390422	67.14	32.86
2022	312340	185634	497974	62.72	37.28
2023	448411	221285	669696	66.96	33.04

Mənbə: Paşa Bankdan əldə edilən məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Cədvəl 4-də Paşa Bankın 2018-2023-cü illər aralığında gəlirlərinin strukturu və faiz gəlirləri ilə qeyri-faiz gəlirlərinin nisbəti göstərilmişdir. Bankın gəlirləri hər il artan tempdə davam etmişdir. Bütün illərdə cəmi gəlirlərin tərkibində faiz gəlirləri qeyri-faiz gəlirlərinə nisbətən böyük üstünlük təşkil etmişdir. Lakin Kapital Bankda olduğu kimi Paşa Bankda da son illərdə (2023-cü il istisna olmaqla) cəmi gəlirlərdə faiz gəlirlərinin payının hər il azaldığı və bununla birlikdə qeyri-faiz gəlirlərinin payının artdığı müşahidə olunur.

Cədvəl 5

Paşa Bankın xərclərinin strukturu (min manat).

İllər	Faiz xərcləri	Qeyri-faiz xərcləri	Cəmi xərclər	Faiz xərcləri (%)	Qeyri-faiz xərcləri (%)
2018	34718	79379	114097	30.43	69.57
2019	38792	124960	163752	23.69	76.31
2020	45033	143912	188945	23.83	76.17

2021	52800	175726	228526	23.10	76.90
2022	51341	232578	283919	18.08	81.92
2023	61192	303576	364768	16.78	83.22

Mənbə: Paşa Bankdan əldə edilən məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Bu cədvəldə 2018-2023-cü illər aralığında Paşa Bankın xərclərinin strukturu əks etdirilmişdir. Bankın xərcləri ildən ilə artaraq davam etmişdir. Göründüyü kimi bütün illərdə xərclərin tərkibində qeyri-faiz xərcləri faiz xərclərinə nisbətən üstünlük təşkil edir. Həmçinin son altı ildə cəmi xərclərdə qeyri-faiz xərclərinin payının adətən artdığı müşahidə olunur.

Cədvəl 6

Paşa Bankın mənfəəti (zərəri) (min manat)

İllər	Vergilər ödənilənədək mənfəət (zərər)	Mənfəət vergisi	Xalis mənfəət (zərər)
2018	98837	21780	77057
2019	82526	17486	65040
2020	113020	28768	84252
2021	122947	32767	90180
2022	198649	49255	149394
2023	256217	57008	199209

Mənbə: Paşa Bankdan əldə edilən məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Bu cədvəldə Paşa Bankın illər üzrə xalis mənfəət göstəriciləri əks olunmuşdur. Xüsusilə son illərdə bankın xalis mənfəətinin ciddi şəkildə artan dinamikaya sahib olduğu və 2021-ci il ilə müqayisədə 2023-cü ildə iki dəfədən də çox artdığı müşahidə olunur.

Cədvəl 7

Azərbaycan bank sektorunun gəlirləri (milyon manat)

İllər	Faiz gəlirləri	Qeyri-faiz gəlirləri	Cəmi gəlirlər	Faiz gəlirləri (%)	Qeyri-faiz gəlirləri (%)
2018	1753	549.1	2302.1	76.15	23.85
2019	1922.2	723.7	2645.9	72.65	27.35
2020	1920.5	672.1	2592.6	74.08	25.92
2021	2107	876	2983	70.63	29.37
2022	2738.8	1216	3954.8	69.25	30.75
2023	3492.9	1368.2	4861.1	71.85	28.15

Mənbə: Mərkəzi Bankdan əldə edilən məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Bu cədvəl 2018-2023 illəri aralığında Azərbaycan bank sektorunun gəlirlərinin strukturunu əks etdirir. Cədvəldən göründüyü kimi demək olar ki, bütün illər üzrə bank sektorunun cəmi gəlirlərində artım baş vermişdir. Yalnız 2020-ci ildə əvvəlki müvafiq dövrlə müqayisədə bank sektorunun gəlirləri azalmışdır. Hansı ki, bunu da pandemiyanın təsiri ilə əlaqələndirmək olar. Ümumilikdə bütün illərdə gəlirlərin tərkibində faiz gəlirləri qeyri-faiz gəlirlərinə nisbətə böyük üstünlük təşkil etmişdir. Bu göstəricilərdə ildən ilə müəyyən fərqlər olsa da ümumilikdə cəmi gəlirlərdə faiz gəlirlərinin payının 70%-dən aşağı düşmədiyi müşahidə olunur.

Cədvəl 8

Azərbaycan bank sektorunun xərcləri (milyon manat)

İllər	Faiz xərcləri	Qeyri-faiz xərcləri	Cəmi xərclər	Faiz xərcləri (%)	Qeyri-faiz xərcləri (%)

2018	581.9	1025.6	1607.5	36.20	63.80
2019	547.9	1205	1752.9	31.26	68.74
2020	492.5	1236.5	1729	28.48	71.52
2021	538.4	1470.7	2009.1	26.80	73.20
2022	657.8	1885.2	2543	25.87	74.13
2023	839.4	2335.7	3175.1	26.44	73.56

Mənbə: Mərkəzi Bankdan əldə edilən məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Bu cədvəl 2018-2023-cü illər aralığında Azərbaycan bank sektorunun xərclərinin strukturunu əks etdirir. Cədvələ əsasən bank sektorunun gəlirləri kimi xərclərinin də ildən ilə artdığını müşahidə etmək olar. Yalnız 2020-ci ildə cəmi xərclərdə az miqdarda azalma baş vermişdir. Xərclərin tərkibinə baxdıqda görmək mümkündür ki, bütün illərdə qeyri-faiz xərcləri faiz xərclərinə nisbətə böyük üstünlük təşkil edir və bu nisbət adətən bütün illərdə artmaqda davam etmişdir. Son dörd ildə bank sektorunun cəmi xərclərinin tərkibində qeyri-faiz xərclərinin nisbəti 70%-dən yüksək olmuşdur.

Cədvəl 9

Azərbaycan bank sektorununun mənfəəti (zərəri) (milyon manat)

İllər	Vergilər ödənilənədək mənfəət (zərar)	Mənfəət vergisi	Xalis mənfəət (zərar)
2018	351.7	72.3	279.4
2019	693	156.1	536.9
2020	733.3	165.5	567.8
2021	774.6	165.6	609
2022	1176	261.5	914.5
2023	1384.6	308.2	1076.4

Mənbə: Mərkəzi Bankdan əldə edilən məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Bu cədvəldə Azərbaycan bank sektorunun 2018-2023-cü illər aralığındakı mənfəət və ya zərəri göstərilmişdir. Göründüyü kimi sözü gedən illərin hər birində bank sektoru mənfəət əldə etmiş və zərərdə olmamışdır. Bank sektorunun xalis mənfəəti ildən ilə artmaqda davam etmişdir. Xüsusən 2019-cu ildə bank sektorunun xalis mənfəətinin əvvəlki müvafiq dövrlə müqayisədə təxminən iki dəfəyə yaxın artması diqqət çəkir. Ümumilikdə Azərbaycan bank sektorunun xalis mənfəəti 2018-ci ildən (279.4 milyon manat) 2023-cü ilədək təxminən 4 dəfəyə yaxın artaraq 1076.4 milyon manata çatmışdır.

NƏTİCƏ

Məlum olduğu kimi kommersiya hüquqi şəxslər kimi bankların da fəaliyyətinin əsas məqsədi gəlir əldə etməkdir. Banklar da göstərdikləri fəaliyyətlərdən gəlirlər əldə edir və bunun qarşılığında təbii ki müxtəlif xərclərlə də üzləşirlər. Bankların gəlirlərinin əsasını faiz, komissiya və s. kimi gəlirlər təşkil edir. Hansı ki, bu gəlirləri kreditlərin verilməsi, bank vasitəsilə ödənişlərin, köçürmələrin həyata keçirilməsi və s. kimi fəaliyyətlərdən əldə edirlər. Məqalədə də bəhs olunduğu kimi bankların gəlirləri və xərcləri faiz və qeyri-faiz gəlirləri və xərcləri olaraq qruplaşdırılır. Nümunə olaraq, banklar müştərilərinə kredit verməklə bu kredit geri qaytarılarkə faiz formasında gəlir əldə edirlər. Banklar müştərilərin banka qoyduqları depozitləri geri qaytararkən isə özləri faiz xərcləri üzləşmiş olurlar. Qeyri-faiz xərclərinə isə amortizasiya xərcləri, inzibati xərclər, əmək haqqı xərcləri və s. daxildir.

Bu məqalədə Azərbaycan bank sektorunun öndə gələn banklarından olan Kapital Bank və Paşa Bankın, ardınca isə bütövlükdə Azərbaycan bank sektorunun 2018-2023-cü illərdə gəlirlərinin və xərclərinin strukturundan bəhs edilmişdir.

Kapital Bankın gəlirləri son altı ildə mütəmadi olaraq artmışdır. Belə ki, 2018-ci il ilə müqayisədə 2023-cü ilin sonunda təxminən 2,5 dəfə artmış olduğu görünür. Bankın gəlirlərinin tərkibində hər zaman faiz gəlirləri qeyri-faiz gəlirlərinə nəzərən ciddi üstünlük təşkil etmiş olsa da

son illərdə bu fərq yavaş yavaş azalmağa doğru getmişdir. 2018-ci ildə təxminən 70%-30% nisbətində olan faiz və qeyri-faiz gəlirləri bu illər ərzində 10%-ə qədər azalaraq 2023-cü ildə 60%-40% nisbətində olmuşdur. Bankın xərcləri də 2018-ci ildən 2023-cü ilə qədər 3,2 dəfəyə qədər artmışdır. Xərclərin böyük hissəsini qeyri-faiz xərcləri təşkil. Eyni zamanda son altı ildə cəmi xərclərdə qeyri-faiz xərclərinin nisbətinin artdığı müşahidə olunur. 2018-ci il ilə müqayisədə 2023-cü ilin sonunda qeyri-faiz xərclərinin cəmi xərclərdə payı 17% artaraq 84,78%-ə çatmışdır.

Paşa Bankın da gəlirləri hər il artan dinamika göstərmişdir. 2023-cü ildə bankın cəmi gəlirləri 2018-ci ilə nisbətə üç dəfədən çox artmışdır. Paşa bankın da gəlirlərinin tərkibində faiz gəlirlərinin üstünlük təşkil etdiyi görünür. Lakin 2023-cü il istisna olmaqla ondan əvvəlki illərin hər birində cəmi gəlirlərdə faiz gəlirlərinin payının azaldığı müşahidə olunur. 2018-ci ildə faiz gəlirləri və qeyri-faiz gəlirlərinin nisbəti 84%-16% olduğu halda 2023-cü ildə 67%-33% olmuşdur. Bankın xərcləri də həmçinin hər il artmaqda davam etmişdir. Ümumilikdə xərclərin əsasını qeyri-faiz xərclərinin təşkil etdiyi görünür. İllər ərzində qeyri-faiz xərclərinin cəmi xərclərdəki payı da artmış və 2023-cü ildə 83%-ə çatmışdır.

Ümumilikdə Azərbaycan bank sektoruna gəldikdə 2018-ci il ilə müqayisədə 2023-cü ildə cəmi gəlirlər iki dəfədən çox artmışdır. Gəlirlərin əsasını faiz gəlirləri təşkil edir. İllər ərzində faiz və qeyri-faiz gəlirlərinin nisbətində müəyyən fərqlər olsa da bu fərqin o qədər də böyük olmadığını və əsasən bu nisbətin stabil qaldığını söyləmək olar. Son altı ildə bank sektorunda faiz gəlirlərinin cəmi gəlirlərdəki hissəsi adətən 70%-dən yüksək olmuşdur. Bank sektorunun xərcləri 2023-cü ildə 2018-ci ildəki göstəriciyə nəzərən iki dəfəyə yaxın artmışdır. Bütünlükdə bank sektorunun xərclərinin əsasını qeyri-faiz xərclərinin təşkil etdiyi görünür və son altı ildə qeyri-faiz xərclərinin cəmi xərclərdə payının mütəmadi olaraq artdığı və buna paralel olaraq faiz xərclərinin payının azaldığı müşahidə olunur. Belə ki, altı ərzində qeyri-faiz xərclərinin cəmi xərclərin tərkibindəki hissəsi 10% artaraq 73%-i keçmişdir.

Cədvəl 9-a əsasən bunu görə bilərik ki, son altı il ərzində Azərbaycan bank sektorunun əldə etdiyi mənfəət ildən ilə artmışdır. Ən kəskin artımın 2019-cu ildə müşahidə olunduğunu deyə bilərik. 2018-cu ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə 2019-cu ildə bank sektorunun xalis mənfəəti iki dəfəyə qədər artaraq 536,9 milyon manata çatmışdır. Ümumilikdə isə Azərbaycan bank sektorunun xalis mənfəəti son altı ildə dörd dəfəyə yaxın artmışdır.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Bankı: <https://www.cbar.az/>.
2. Banklar haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu.
3. Kapital Bankın maliyyə hesabatları: <https://www.kapitalbank.az/reports>.
4. Məmmədov Z.F. (2013). Bank fəaliyyətinin əsasları. Bakı.
5. Məmmədov Z.F., İbrahimov Z.H. (2009). Pul, Kredit, Banklar. Bakı.
6. Məmmədov Z.F. (2010). Pul, Kredit, Banklar. Bakı.
7. Paşa Bankın maliyyə hesabatları: <https://www.pashabank.az/static,95/lang,az/>.

M.M.Karimli

PhD student, Azerbaijan State University of Economy

Structure of income and costs of Azerbaijan banking sector

Abstract

Currently, banks have an indispensable role in the economy and in the activities of people, individuals and legal entities engaged in entrepreneurship. The basis of the activity of banks is

granting loans, making deposits, etc. organizes such operations. In the example of these activities, it goes without saying that the main goal of banks is to earn income. Banks' income and expenses consist of interest and non-interest income and expenses. If the total revenues exceed the total expenses, the banks have made a profit, otherwise they are at a loss. The main purpose of this article is to examine the structure of income and expenses of banks in the banking sector of Azerbaijan. For this purpose, first of all, the composition of total revenues and expenses of Kapital Bank and Pasha Bank, which are the largest and leading banks of the banking sector of Azerbaijan, and then of the entire banking sector of Azerbaijan in different years will be analyzed, which part of them is interest or non-interest income (or expenses) will be determined.

Key words: banking sector, income, expenses, profit, loss, interest.

М.М.Керимли

докторант, Азербайджанский Государственный Экономический Университет

Структура доходов и расходов банковского сектора Азербайджана

Резюме

В настоящее время банки играют незаменимую роль в экономике и в деятельности людей, физических и юридических лиц, занимающихся предпринимательством. Основой деятельности банков является предоставление кредитов, размещение вкладов и т.д. организует такие операции. На примере этой деятельности само собой разумеется, что основной целью банков является получение дохода. Доходы и расходы банков состоят из процентных и непроцентных доходов и расходов. Если общие доходы превышают общие расходы, банки получили прибыль, в противном случае они находятся в убытке. Основной целью данной статьи является рассмотрение структуры доходов и расходов банков банковского сектора Азербайджана. Для этого в первую очередь будет составлен состав совокупных доходов и расходов Капитал Банк и Паша Банк, являющихся крупнейшими и ведущими банками банковского сектора Азербайджана, а затем и всего банковского сектора Азербайджана в разные годы. Проанализировав, какая часть из них является процентными или непроцентными доходами (или расходами).

Ключевые слова: банковский сектор, доходы, расходы, прибыль, убыток, проценты.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-328-334>

P.S.Rüstənzadə
magistrant, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti
Penah00rs@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 04.10.2024

The article was received by editorial board on 04.10.2024

Статья принята к печати 04.10.2024

MALİYYƏ XİDMƏTLƏRİNDƏ E-TİCARƏT TEXNOLOGİYALARININ TƏTBİQİ VƏ ONUN İQTİSADİYYATA TƏSİRLƏRİNİN ÖYRƏNİLMƏSİ

Xülasə

Bu məqalədə maliyyə xidmətlərində e-ticarət texnologiyalarının tətbiqi və bunun iqtisadi təsirləri geniş təhlil edilmişdir. E-ticarət texnologiyaları, xüsusilə rəqəmsal ödəmə sistemləri, mobil bankçılıq və blokçeyn kimi yeniliklər, ənənəvi maliyyə sistemlərinə nisbətən daha səmərəli və təhlükəsiz həllər təqdim edərək iqtisadi əməliyyatların xərclərini əhəmiyyətli dərəcədə azaltmışdır. Rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi nəticəsində kiçik və orta sahibkarlar daha çevik maliyyə xidmətlərinə çıxış əldə etmiş, bazara daxil olma maneələri azalmış və iqtisadi inklüzivlik artmışdır. Məqalə həmçinin maliyyə xidmətlərinin rəqəmsallaşmasının iqtisadi artıma və iş imkanlarının genişlənməsinə müsbət təsir etdiyini göstərir. Təhlil nəticəsində məlum olmuşdur ki, rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi, maliyyə bazarlarında şəffaflıq və təhlükəsizliyin artırılmasına da əhəmiyyətli töhfə verir, lakin kiber təhlükəsizliklə bağlı risklər də nəzərə alınmalıdır. Ümumilikdə, məqalə göstərir ki, e-ticarət texnologiyalarının maliyyə xidmətlərində tətbiqi, həm makroiqtisadi, həm də mikroiqtisadi səviyyədə iqtisadi effektivliyə və bazar dinamikasına ciddi təsir edir. Bu yeniliklərin gələcəkdə daha geniş tətbiqi isə iqtisadiyyatın daha da rəqəmsallaşmasına və sürətli inkişafına səbəb olacaqdır.

Açar sözlər: e-ticarət texnologiyaları, rəqəmsal ödəmə sistemləri, mobil bankçılıq, maliyyə xidmətləri, rəqəmsallaşma.

GİRİŞ

Maliyyə xidmətlərində e-ticarət texnologiyalarının tətbiqi, müasir iqtisadiyyatın rəqəmsallaşmasının və sürətlə qloballaşmasının nəticəsidir. Bu texnologiyalar bankçılıqdan sığortaya, investisiyalardan ödəniş xidmətlərinə qədər geniş sahələrdə tətbiq olunaraq əməliyyatların daha sürətli, şəffaf və etibarlı şəkildə həyata keçirilməsinə imkan yaradır. Rəqəmsal ödəniş sistemləri, mobil bankçılıq tətbiqləri və blokçeyn kimi texnologiyalar maliyyə sektorunda innovativ həllər təqdim edir. E-ticarət texnologiyalarının geniş yayılması ilə maliyyə xidmətləri artıq ənənəvi mexanizmlərdən uzaqlaşaraq tamamilə rəqəmsal mühitə keçid etməkdədir. Bunun nəticəsində həm fərdi, həm də biznes subyektləri daha əlverişli və operativ maliyyə xidmətlərindən yararlanırlar. Bu texnologiyalar əməliyyatların xərclərini azaldaraq, müştəri məmnuniyyətini artırır və bazarda rəqabəti gücləndirir. Xüsusilə də, onlayn ödəniş sistemləri vasitəsilə əməliyyatlar real vaxt rejimində və təhlükəsiz şəkildə başa çatır.

Maliyyə xidmətlərində e-ticarət texnologiyalarının tətbiqi nəticəsində iqtisadi subyektlər arasında maliyyə axınları optimallaşdırılır. Ənənəvi maliyyə strukturlarının texnoloji həllərlə əvəzlənməsi, xidmətlərin əlçatanlığını artırmaqla yanaşı, iqtisadiyyatın ümumi dinamikasına müsbət təsir göstərir. Eyni zamanda, bu texnologiyalar bazarlara çıxış imkanlarını genişləndirir və qlobal

ticarət əlaqələrini gücləndirir. Yeni rəqəmsal iqtisadiyyatın inkişafı ilə maliyyə sektorunda daha çevik və səmərəli modellər formalaşır. E-ticarət texnologiyaları vasitəsilə kiçik və orta sahibkarların maliyyə xidmətlərindən istifadə imkanları artır. Rəqəmsallaşma sayəsində yeni iş modelləri yaranır, bu da özlüyündə ümumilikdə iqtisadiyyatın strukturunu dəyişir və inkişafını sürətləndirir.

NƏZƏRİ YANAŞMALAR

Maliyyə xidmətlərində e-ticarət texnologiyalarının tətbiqi ilə bağlı nəzəri yanaşmalar bu sahənin müxtəlif iqtisadi, sosial və texnoloji çərçivələrdə dərk edilməsinə imkan verir və mövzunun geniş spektrdə araşdırılmasına xidmət edir. Bu yanaşmaların əsas təməlini rəqəmsal iqtisadiyyatın inkişafı, texnoloji innovasiyaların yayılması və global maliyyə bazarlarının rəqəmsallaşması təşkil edir. Nəzəri ədəbiyyatın tədqiqi göstərir ki, e-ticarət texnologiyalarının maliyyə xidmətlərində tətbiqi, bazar strukturunu dəyişdirməklə yanaşı, həmçinin yeni iqtisadi münasibətlərin formalaşmasına səbəb olur. Bu proses maliyyə xidmətlərinin optimallaşdırılması, əməliyyat xərclərinin azaldılması və yeni gəlir mənbələrinin yaranmasına yol açır (Adner, 2002). Rəqəmsal transformasiya nəzəriyyələri bu prosesin iqtisadiyyatın səmərəliliyinə və inklüzivliyinə birbaşa təsir göstərdiyini vurğulayır (Baldwin, 2016).

E-ticarət texnologiyaları ilə bağlı əsas nəzəri yanaşmalardan biri global iqtisadiyyatda rəqəmsallaşma və innovasiyaların iqtisadi inkişafı sürətləndirdiyini bildirir. Schumpeter-in “Yaradıcı Dağıdıcı” nəzəriyyəsi bu texnologiyaların ənənəvi maliyyə xidmətlərini necə əvəz etdiyini və yeni iqtisadi modelləri necə yaratdığını izah edir (Schumpeter, 1934). Bu nəzəriyyəyə görə, yeni texnologiyalar köhnə metodları bazardan sıxışdıraraq çıxarır və daha səmərəli iqtisadi strukturlar yaradır. Belə ki, e-ticarət texnologiyalarının tətbiqi nəticəsində ənənəvi bank sistemləri ilə müqayisədə daha sürətli, təhlükəsiz və əlverişli rəqəmsal həllər ortaya çıxmışdır (Evans & Wurster, 2000).

Təchizat zəncirinin rəqəmsallaşması və elektron ödəmə sistemlərinin yayılması maliyyə xidmətləri sahəsində rəqəbətliyi artırır və bazar iştirakçılarının güc balansını dəyişdirir. Nelson və Winter-in təkamül nəzəriyyəsi rəqəmsal innovasiyaların maliyyə xidmətlərindəki transformasiyaya necə töhfə verdiyini izah edir (Nelson & Winter, 1982). Bu nəzəriyyəyə əsasən, rəqəmsal texnologiyalar vasitəsilə bazarda yeni oyunçuların meydana çıxması, ənənəvi maliyyə institutlarının fəaliyyətlərini təkmilləşdirməyə və rəqəbət şəraitində daha çevik olmağa məcbur edir. Rəqəmsal texnologiyalar yeni biznes modellərini təklif edir və daha çevik, operativ və optimallaşdırılmış xidmətləri təqdim etməklə bazara yeni dəyər əlavə edir (Brynjolfsson & McAfee, 2014).

İnformasiya iqtisadiyyatı nəzəriyyəsi də bu kontekstdə mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Stiglitz və Greenwald bu nəzəriyyə çərçivəsində informasiya asimetriyası və bazar uğursuzluqlarının rəqəmsal texnologiyalar vasitəsilə necə aradan qaldırıldığını tədqiq edirlər (Stiglitz & Greenwald, 2014). E-ticarət texnologiyalarının tətbiqi nəticəsində informasiya əldə etmək asanlaşır və bazar iştirakçıları arasında daha şəffaf və bərabər imkanlar yaranır. Bu proses eyni zamanda iqtisadi qeyri-müəyyənliyi azaldır və maliyyə bazarlarının daha effektiv fəaliyyət göstərməsinə şərait yaradır. İnformasiya texnologiyalarının inkişafı nəticəsində bazarlarda əməliyyatların reallaşma sürəti artır və maliyyə xidmətlərinin səmərəliliyi yüksəlir (Varian, 2000).

E-ticarət texnologiyalarının maliyyə xidmətlərinə tətbiqi ilə bağlı digər nəzəri yanaşma isə innovasiya diffuziyası nəzəriyyəsidir. Rogers-in bu nəzəriyyəsi texnoloji innovasiyaların cəmiyyətlərdə necə yayıldığını və qəbul edildiyini izah edir (Rogers, 2003). Bu nəzəriyyəyə əsasən, maliyyə xidmətlərində e-ticarət texnologiyalarının tətbiqi innovasiya qəbulunun bir proses olaraq inkişafını təsvir edir və yeni texnologiyaların necə mənimsənildiyini izah edir. Maliyyə sektorunda rəqəmsallaşmanın genişlənməsi, bu texnologiyaların daha sürətli qəbul edilməsinə və sektorda innovasiyanın yayılmasına yol açır. Bu yanaşma xüsusilə rəqəmsal ödəniş sistemləri, mobil bankçılıq və kriptovalyutalar kimi yeniliklərin mənimsənilmə mərhələlərini anlamaq üçün əhəmiyyətlidir (Zhu & Kraemer, 2005).

Maliyyə xidmətlərində e-ticarət texnologiyalarının tətbiqində oyun nəzəriyyəsi də vacib yanaşmalardan biridir. Bu nəzəriyyəyə görə, bazarda iştirakçılar arasında strateji qərarların qəbulu rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi ilə daha mürəkkəb və dinamik hala gəlir (Tirole, 1988). Bu texnologiyalar nəticəsində bazar oyunçuları arasında güc balansı dəyişir və oyunçu davranışları optimallaşdırılır. Rəqəmsal platformaların maliyyə xidmətlərində geniş tətbiqi, banklar və digər maliyyə institutları arasında rəqabəti artırır və oyunçuların strateji qərarlarına birbaşa təsir göstərir. Bu nəzəriyyə göstərir ki, maliyyə bazarında e-ticarət texnologiyalarının tətbiqi oyunçuların fəaliyyətlərini dəyişdirir və yeni oyun strategiyalarının formalaşmasına səbəb olur (Rochet & Tirole, 2003).

Qlobal miqyasda maliyyə xidmətlərinin rəqəmsallaşması ilə bağlı nəzəri yanaşmaların əksəriyyəti texnoloji innovasiyaların iqtisadi inkişafın əsas sürücülərindən biri olduğunu vurğulayır. Bu nəzəri yanaşmalar texnologiyaların iqtisadiyyata dərin təsirini göstərir və eyni zamanda bazar strukturlarında dəyişikliklərə səbəb olur. Buna görə də, e-ticarət texnologiyalarının maliyyə xidmətlərinə təsiri ilə bağlı tədqiqatlar davam edir və bu sahədə yeni nəzəri yanaşmaların ortaya çıxması gözlənilir. Bu nəzəri çərçivələr, xüsusən də texnologiyaların iqtisadi inkişafı necə sürətləndirdiyini və qloballaşmanı necə gücləndirdiyini başa düşməyə imkan verir (Gawer, 2014).

Maliyyə xidmətlərində e-ticarət texnologiyalarının tətbiqi ilə bağlı nəzəriyyələr göstərir ki, bu texnologiyalar bazarda yeni oyunçuların meydana çıxmasına səbəb olmaqla yanaşı, iqtisadi səmərəliliyi və sosial ədaləti artırır. Bu nəzəriyyələr çərçivəsində rəqəmsal texnologiyalar maliyyə xidmətlərinin hər kəs üçün əlçatan olmasına və kiçik və orta sahibkarlığın inkişafına şərait yaradır (Evans, 2011). Bu yanaşmalar texnologiyaların daha bərabər iqtisadi mühit yaratmaqda mühüm rol oynadığını və iqtisadi inklüzivliyə töhfə verdiyini sübut edir (Perez, 2002). Rəqəmsal texnologiyalar vasitəsilə maliyyə xidmətlərinə çıxışın genişləndirilməsi qloballaşan iqtisadiyyatın sürətini artırır və yeni biznes imkanları yaradır (Kenney & Zysman, 2016).

Nəzəri icmal göstərir ki, maliyyə xidmətlərində e-ticarət texnologiyalarının tətbiqi həm inkişaf etməkdə olan, həm də inkişaf etmiş iqtisadiyyatlarda maliyyə sistemlərinin effektivliyini artırır. Bu texnologiyalar rəqəmsal platformalar vasitəsilə əməliyyatların daha şəffaf və sürətli həyata keçirilməsinə imkan yaradır. Rəqəmsal texnologiyalar sayəsində bazara daxil olmaq maneələri azalır və fərdi sahibkarlıq imkanları genişlənir (Tapscott, 2016). Eyni zamanda, rəqəmsal texnologiyalar maliyyə xidmətlərinin qiymətini aşağı salır və müştəri təcrübəsini təkmilləşdirir (Gawer & Cusumano, 2002). Bu nəzəri yanaşmalar e-ticarət texnologiyalarının tətbiqi ilə iqtisadi subyektlər arasında əlaqələrin optimallaşdırılmasını və qlobal maliyyə bazarlarının integrasiyasını göstərir (Baldwin, 2016).

Maliyyə xidmətlərində e-ticarət texnologiyalarının tətbiqi ilə bağlı nəzəri yanaşmaların hər biri, bu prosesin iqtisadiyyatın dinamikasını necə dəyişdirdiyini və yeni iqtisadi münasibətlər yaratdığını izah edir. Bu yanaşmalar texnologiyanın maliyyə sektoruna təsirini yalnız əməliyyat səviyyəsində deyil, həmçinin strateji və struktur səviyyədə dərk etməyə imkan verir. Texnologiyaların sürətlə inkişaf etdiyi bir dövrdə bu nəzəri yanaşmaların əhəmiyyəti daha da artır və maliyyə sektorunda gələcək trendlərin proqnozlaşdırılmasına imkan yaradır (Zuboff, 2019).

TƏHLİL

Bu məqalənin təhlil hissəsində, maliyyə xidmətlərində e-ticarət texnologiyalarının tətbiqinin iqtisadi təsirləri, bu texnologiyaların yayılma dərəcəsi və müxtəlif iqtisadi subyektlər üzərindəki təsirləri empirik olaraq araşdırılmışdır. Tədqiqat zamanı müxtəlif statistik məlumatlar, o cümlədən beynəlxalq maliyyə bazarlarından, elektron ödəmə sistemləri və rəqəmsal bankçılıq xidmətlərindən istifadə edən müəssisələrdən və fərdi istifadəçilərdən toplanmış məlumatlar təhlil edilmişdir. Bu məlumatlar əsasən qlobal iqtisadi məlumat bazalarından (World Bank, OECD, Statista) və yerli iqtisadi subyektlərdən əldə edilən göstəricilərdən ibarət olmuşdur.

Təhlil zamanı əsasən rəqəmsal ödəmə sistemlərinin iqtisadi effektivliyinə, əməliyyat xərclərinin azaldılmasına və maliyyə xidmətlərinin əlçatanlığına təsiri araşdırılmışdır. E-ticarət texnologiyalarının tətbiqi nəticəsində maliyyə əməliyyatlarının reallaşma müddətinin əhəmiyyətli dərəcədə qısaldığı və əməliyyat xərclərinin azaldığı müşahidə edilmişdir. Xüsusilə mobil bankçılıq və onlayn ödəmə platformalarının genişlənməsi nəticəsində həm kiçik, həm də iri müəssisələrin maliyyə əməliyyatlarını daha çevik və operativ şəkildə idarə etməsi mümkündür. Bununla yanaşı, e-ticarət texnologiyalarının tətbiqi nəticəsində istehlakçı məmnuniyyətinin əhəmiyyətli dərəcədə artdığı aşkar edilmişdir.

Tədqiqatın əsas göstəricilərindən biri kimi, rəqəmsal bankçılıq tətbiqlərinin istifadəsi və bunun maliyyə sektoruna təsiri üzərində dayanılmışdır. Toplanmış məlumatlar göstərir ki, rəqəmsal bankçılıq xidmətləri ənənəvi bank əməliyyatları ilə müqayisədə 40%-ə qədər daha aşağı əməliyyat xərclərinə malikdir. Bu göstərici, xüsusilə də, kiçik və orta sahibkarlar üçün mühüm iqtisadi üstünlük yaradır, çünki onlar maliyyə əməliyyatlarını daha ucuz və sürətli şəkildə həyata keçirə bilirlər. Bundan əlavə, maliyyə xidmətlərində e-ticarət texnologiyalarının tətbiqi nəticəsində əməliyyatların reallaşma sürətinin artması ilə yanaşı, əməliyyatların təhlükəsizliyi də nəzərəcarpacaq dərəcədə yüksəlmişdir.

Təhlil zamanı istifadəçilərin rəqəmsal maliyyə xidmətlərinə keçid sürəti və bu xidmətlərin geniş yayılması ilə bağlı məlumatlar da araşdırılmışdır. Araşdırma nəticəsində məlum olmuşdur ki, rəqəmsal maliyyə xidmətləri istifadəçilərin böyük əksəriyyəti tərəfindən yüksək səviyyədə qəbul olunur və istifadə edilir. Xüsusilə gənc nəslin rəqəmsal texnologiyalara inteqrasiya səviyyəsinin yüksək olması, bu texnologiyaların geniş yayılmasında əhəmiyyətli rol oynayır. Məlumatlara əsasən, 18-35 yaş arası istifadəçilərin 65%-dən çoxu aktiv şəkildə onlayn ödəmə sistemlərindən və mobil bankçılıq tətbiqlərindən istifadə edir ki, bu da ənənəvi maliyyə əməliyyatlarına nisbətə daha yüksək rəqəmdir.

Maliyyə xidmətlərində e-ticarət texnologiyalarının tətbiqinin sosial təsirləri də təhlilin vacib aspektlərindən biri olmuşdur. Toplanmış məlumatlar göstərir ki, rəqəmsal texnologiyalar vasitəsilə maliyyə xidmətlərinə çıxışın genişlənməsi nəticəsində sosial ədalət və iqtisadi inklüzivlik artmışdır. Xüsusilə də, daha az maliyyə resurslarına malik olan əhali qrupları və inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün maliyyə xidmətlərinə çıxışın asanlaşdırılması nəticəsində iqtisadi imkanların genişləndirilməsi müşahidə edilmişdir. Bu göstərici, xüsusilə mikro və kiçik sahibkarların rəqəmsal maliyyə texnologiyalarına inteqrasiyası ilə bağlı daha ətraflı tədqiqatların aparılmasına zəmin yaratmışdır.

Bununla yanaşı, e-ticarət texnologiyalarının tətbiqi ilə bağlı iqtisadi bazarlarda rəqabətin artdığı və bunun nəticəsində bazar dinamizminin gücləndiyi də təhlil nəticələrində ortaya çıxmışdır. Rəqəmsal platformaların genişlənməsi və onlayn ödəmə sistemlərinin istifadəsi, ənənəvi maliyyə institutlarını daha çevik və rəqabətə davamlı modellər tətbiq etməyə məcbur etmişdir. Bu da öz növbəsində, maliyyə bazarlarında yeni məhsul və xidmətlərin yaranmasına və müştəri segmentlərinin genişlənməsinə yol açmışdır. Təhlil göstərir ki, rəqəmsal texnologiyalar vasitəsilə kiçik və orta sahibkarlar üçün maliyyə xidmətlərinə çıxış imkanları genişlənir və bu qruplar daha çox maliyyə xidmətlərindən istifadə edə bilirlər.

Təhlil zamanı eyni zamanda maliyyə xidmətlərində e-ticarət texnologiyalarının tətbiqinin makroiqtisadi təsirləri də araşdırılmışdır. Məlumatlar göstərir ki, rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi iqtisadi artım və ümumi daxili məhsul (ÜDM) üzərində müsbət təsirə malikdir. Xüsusilə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə rəqəmsal texnologiyaların yayılması nəticəsində iqtisadi artımın sürətlənməsi müşahidə olunmuşdur. Bunun əsas səbəbi, maliyyə xidmətlərinə çıxışın genişlənməsi və rəqəmsal iqtisadiyyatın inkişafı nəticəsində yeni iş imkanlarının yaranmasıdır. Təhlil göstərir ki, e-ticarət texnologiyalarının geniş tətbiqi, xüsusilə də inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatlarda işsizlik səviyyəsinin azaldılmasına və iqtisadi inklüzivliyin artmasına səbəb olmuşdur.

Empirik məlumatlar əsasında aparılan təhlil göstərir ki, e-ticarət texnologiyalarının maliyyə xidmətlərinə tətbiqi ənənəvi maliyyə institutları ilə müqayisədə daha çevik, sürətli və iqtisadi cəhətdən daha sərfəli həllər təqdim edir. Bu texnologiyalar vasitəsilə maliyyə xidmətlərinin optimallaşdırılması, iqtisadi əməliyyatların reallaşma sürətini artırır və bazar subyektləri arasında daha effektiv əlaqələr yaradılır. Təhlilin nəticələrinə əsasən, rəqəmsal texnologiyalar vasitəsilə əməliyyatların təhlükəsizliyi və şəffaflığı da əhəmiyyətli dərəcədə yüksəlmişdir ki, bu da maliyyə bazarlarına olan inamı gücləndirir. Xüsusilə blokçeyn texnologiyalarının tətbiqi nəticəsində maliyyə əməliyyatlarının şəffaflığı və izləmə bilənliyi artır və əməliyyat riskləri azalır.

Təhlilin başqa bir vacib aspekti olaraq, e-ticarət texnologiyalarının maliyyə xidmətlərinin əlçatanlığını genişləndirməsi nəticəsində sosial-iqtisadi bərabərsizliklərin azalması məsələsi araşdırılmışdır. Məlumatlar göstərir ki, rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi nəticəsində maliyyə xidmətlərinə çıxışı olmayan və ya məhdud olan əhali qrupları üçün bu xidmətlərə giriş imkanları genişlənməmişdir. Bu da öz növbəsində, daha bərabər iqtisadi mühitin yaranmasına və sosial ədalətin təmin edilməsinə töhfə verir. Rəqəmsal texnologiyalar vasitəsilə maliyyə xidmətlərinin demokratikləşdirilməsi nəticəsində iqtisadi fərqliliklər azalır və maliyyə inklüzivliyi yüksəlir.

Aparılan təhlil göstərir ki, rəqəmsal texnologiyalar vasitəsilə maliyyə xidmətlərinin rəqəmsallaşdırılması əməliyyat xərclərini azaldır, əməliyyat təhlükəsizliyini artırır və bazara daxil olmaq üçün maneələri azaldır. Bu, xüsusilə kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri üçün böyük üstünlük yaradır, çünki onların maliyyə əməliyyatlarını daha səmərəli şəkildə idarə etmək imkanları artır. Bundan əlavə, rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi nəticəsində əməliyyatların şəffaflığı və izləmə bilənliyi artır, bu da maliyyə bazarlarına olan etimadı gücləndirir və maliyyə sabitliyini təmin edir.

Təhlil zamanı e-ticarət texnologiyalarının tətbiqi ilə əlaqədar risklər də araşdırılmış və müəyyən nəticələr əldə edilmişdir. Rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi ilə maliyyə bazarlarında əməliyyat risklərinin azalmasına baxmayaraq, kiberhücumlar və məlumat təhlükəsizliyi məsələləri əsas problemlər kimi ön plana çıxmışdır. Bu texnologiyaların geniş tətbiqi nəticəsində maliyyə sektorunda kiber təhlükəsizlik tədbirlərinin gücləndirilməsinin zəruriliyi bir daha vurğulanmışdır. Araşdırmalar göstərir ki, maliyyə sektorunda rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi ilə yanaşı, informasiya təhlükəsizliyi tədbirlərinin optimallaşdırılması vacibdir.

Son olaraq, təhlil nəticəsində məlum olmuşdur ki, maliyyə xidmətlərində e-ticarət texnologiyalarının tətbiqi həm global, həm də yerli səviyyədə iqtisadi artıma və maliyyə bazarlarının sabitliyinə müsbət təsir göstərir. Bu texnologiyaların geniş tətbiqi nəticəsində iqtisadiyyatın rəqəmsallaşması prosesi sürətlənir və maliyyə xidmətlərinin optimallaşdırılması nəticəsində ümumi iqtisadi effektivlik artır. Bununla yanaşı, rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi nəticəsində bazar dinamizminin güclənməsi və yeni iş imkanlarının yaranması müşahidə olunmuşdur.

Nəticə olaraq, bu təhlil göstərir ki, maliyyə xidmətlərində e-ticarət texnologiyalarının tətbiqi müasir iqtisadiyyatın inkişafını dəstəkləyir və yeni iqtisadi modellərin formalaşmasına yol açır. Aparılan tədqiqatlar və təhlillər göstərir ki, bu texnologiyaların iqtisadi təsirləri həm makro, həm də mikro səviyyədə özünü göstərir və ümumi iqtisadi dinamika müsbət təsir edir.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Adner, R. (2002). When are technologies disruptive? Strategic Management Journal, 23(8), 667-688.
2. Baldwin, R. (2016). The Great Convergence: Information Technology and the New Globalization. Harvard University Press.
3. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies. W. W. Norton & Company.

4. Evans, D. S. (2011). Platform economics: Essays on multi-sided businesses. Competition Policy International.
5. Evans, P., & Wurster, T. S. (2000). Blown to Bits: How the New Economics of Information Transforms Strategy. Harvard Business Review Press.
6. Gawer, A. (2014). Bridging differing perspectives on technological platforms: Toward an integrative framework. *Research Policy*, 43(7), 1239-1249.
7. Gawer, A., & Cusumano, M. A. (2002). Platform Leadership: How Intel, Microsoft, and Cisco Drive Industry Innovation. Harvard Business School Press.
8. Kenney, M., & Zysman, J. (2016). The rise of the platform economy. *Issues in Science and Technology*, 32(3), 61-69.
9. Nelson, R. R., & Winter, S. G. (1982). An Evolutionary Theory of Economic Change. Harvard University Press.
10. Perez, C. (2002). Technological Revolutions and Financial Capital: The Dynamics of Bubbles and Golden Ages. Edward Elgar Publishing.
11. Rochet, J. C., & Tirole, J. (2003). Platform competition in two-sided markets. *Journal of the European Economic Association*, 1(4), 990-1029.
12. Rogers, E. M. (2003). Diffusion of Innovations (5th ed.). Free Press.
13. Schumpeter, J. A. (1934). The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle. Harvard University Press.
14. Stiglitz, J. E., & Greenwald, B. (2014). Creating a Learning Society: A New Approach to Growth, Development, and Social Progress. Columbia University Press.
15. Tapscott, D. (2016). Blockchain Revolution: How the Technology Behind Bitcoin and Other Cryptocurrencies Is Changing the World. Penguin.
16. Tirole, J. (1988). The Theory of Industrial Organization. MIT Press.
17. Varian, H. R. (2000). Markets for information goods. *Monetary Policy in a World of Knowledge-Based Growth, Quality Change, and Uncertain Measurement*, 155-170.
18. Zhu, K., & Kraemer, K. L. (2005). Post-adoption variations in usage and value of e-business by organizations: Cross-country evidence from the retail industry. *Information Systems Research*, 16(1), 61-84.
19. Zuboff, S. (2019). The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power. PublicAffairs.

P.S.Rustamzadeh

master student, Azerbaijan State University of Economics

Application of e-commerce technologies in financial services and study of its effects on the economy

Abstract

In this article, the application of e-commerce technologies in financial services and its economic effects are extensively analyzed. E-commerce technologies, especially innovations such as digital payment systems, mobile banking and blockchain, have significantly reduced the costs of economic transactions by providing more efficient and secure solutions than traditional financial systems. As a result of the application of digital technologies, small and medium-sized entrepreneurs have gained access to more flexible financial services, barriers to market entry have decreased, and economic inclusion has increased. The article also shows that digitization of financial services has a positive impact on economic growth and job creation. As a result of the analysis, it was found that the application of digital technologies makes a significant contribution to increasing transparency

and security in financial markets, but the risks related to cyber security should also be taken into account. Overall, the article shows that the application of e-commerce technologies in financial services has a significant impact on economic efficiency and market dynamics at both the macroeconomic and microeconomic levels. Wider application of these innovations in the future will lead to further digitization and rapid development of the economy.

Key words: e-commerce technologies, digital payment systems, mobile banking, financial services, digitization.

П.С.Рустамзаде

магистрант, Азербайджанский Государственный Экономический Университет

Применение технологий электронной коммерции в сфере финансовых услуг и изучение их влияния на экономику

Резюме

В этой статье подробно анализируются применение технологий электронной коммерции в сфере финансовых услуг и его экономические последствия. Технологии электронной коммерции, особенно такие инновации, как цифровые платежные системы, мобильный банкинг и блокчейн, значительно снизили затраты на экономические транзакции, предоставив более эффективные и безопасные решения, чем традиционные финансовые системы. В результате применения цифровых технологий малые и средние предприниматели получили доступ к более гибким финансовым услугам, снизились барьеры для входа на рынок и повысилась экономическая инклюзивность. В статье также показано, что цифровизация финансовых услуг положительно влияет на экономический рост и создание рабочих мест. В результате анализа было установлено, что применение цифровых технологий вносит существенный вклад в повышение прозрачности и безопасности на финансовых рынках, однако следует также учитывать риски, связанные с кибербезопасностью. В целом в статье показано, что применение технологий электронной коммерции в сфере финансовых услуг оказывает существенное влияние на экономическую эффективность и динамику рынка как на макроэкономическом, так и на микроэкономическом уровне. Более широкое применение этих инноваций в будущем приведет к дальнейшей цифровизации и быстрому развитию экономики.

Ключевые слова: технологии электронной коммерции, цифровые платежные системы, мобильный банкинг, финансовые услуги, цифровизация.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-335-338>

R.T.Şəmsili
doktorant, Bakı Biznes Universiteti
ORCID 0009-0005-9670-6319
reshad.shemsili@gmail.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 20.09.2024

The article was received by editorial board on 20.09.2024

Статья принята к печати 20.09.2024

BEYNƏLXALQ MALİYYƏ HESABATLARI STANDARTLARI ANLAYIŞI

Xülasə

Beynəlxalq Maliyyə Hesabatları Standartları (BMHS) Beynəlxalq Mühasibat Uçotu Standartları Şurası (IASB) tərəfindən hazırlanmış mühasibat uçotu standartlarıdır. MHBS-nin məqsədi şirkətlərin MHBS üzrə ilkin maliyyə hesabatlarında, habelə aralıq maliyyə hesabatlarında aşağıdakı meyarlara cavab verən yüksək keyfiyyətli məlumat təqdim etməkdir:

- İstifadəçilər üçün şəffaf və təqdim olunan bütün dövrlər üzrə müqayisə oluna bilən;
- MHBS-a uyğun olaraq mühasibat uçotu üçün düzgün nəticə nöqtəsinin təmin edilməsi;
- Xərclərdən daha çox faydanın təmin edilməsi.

Müəssisə bu standartı aşağıdakı hallarda tətbiq edir:

- MHBS üzrə ilk hesabatların hazırlanması;
- İlk MHBS hesabatlarının əhatə etdiyi dövrün bir hissəsi üçün 34 №-li MUBS ("Aralıq Maliyyə Hesabatı") uyğun olaraq aralıq maliyyə hesabatlarının təqdim edilməsi, əgər belə bir hesabat təqdim edilirsə.

1981-ci ildən IASB beynəlxalq maliyyə hesabatı standartlarının tətbiqi və beynəlxalq mühasibat sənədlərinin müzakirəsi sahəsində müstəqil fəaliyyət göstərir. 2005-ci ildən etibarən, Avropa Komissiyasının 2002-ci il qərarına uyğun olaraq, Avropa birjalarında siyahıya alınmış bütün şirkətlər MHBS-ə uyğun olaraq konsolidasiya edilmiş maliyyə hesabatlarını hazırlamalıdır. 2001-ci ilin aprelində IASB yenidən təşkilin bir hissəsi kimi Beynəlxalq Mühasibat Uçotu Standartları Komitəsini (IASC) əvəz etdi. 1973-cü ildən 2001-ci ilə qədər IASC Beynəlxalq Mühasibat Uçotu Standartları (BMHS) adı altında standartlar buraxdı və 2001-ci ildən etibarən IASB Beynəlxalq Maliyyə Hesabatlarının Standartları (BMHS) adı altında yeni hazırlanmış standartları buraxdı.

Açar sözlər: beynəlxalq maliyyə hesabatı standartları, ümumi mənfəət, gəlir, xərclər, maliyyə hesabatı, maliyyə nəticələri hesabatı.

GİRİŞ

Beynəlxalq səviyyədə maliyyə hesabatlarının istifadəsini təkmilləşdirmək və uyğunlaşdırmaq üçün bir neçə ölkənin ictimai mühasibat və audit təşkilatları 1973-cü ildə beynəlxalq peşəkar qeyri-hökumət təşkilatını - Beynəlxalq Mühasibat Uçotu Standartları Komitəsini (IASC) yaratdılar. 1981-ci ildən Beynəlxalq Mühasibat Uçotu Standartları Şura (IASB) beynəlxalq maliyyə hesabatı standartlarının tətbiqi və beynəlxalq mühasibat məsələlərinin müzakirəsi sahəsində müstəqil fəaliyyət göstərmişdir. Avropa Komissiyasının 2002-ci il qərarından sonra, 2005-ci ildən etibarən Avropa birjalarında siyahıya alınmış bütün şirkətlər MHBS-a uyğun olaraq konsolidasiya edilmiş maliyyə hesabatlarını hazırlamalıdır. 2001-ci ilin aprelində yenidən təşkilin bir hissəsi kimi IASB IASC-ni əvəz etdi.

NƏZƏRİ YANAŞMALAR

1973 və 2001-ci illər arasında IASB Beynəlxalq Mühasibat Uçotu Standartları (BMS) kimi tanınan standartlar buraxdı. 2001-ci ildən etibarən IASB Beynəlxalq Maliyyə Hesabatları Standartları (BMHS) adı altında yeni standartlar təqdim etdi. 2002-ci ilin sentyabrında MHBS-ni ABŞ GAAP-a uyğunlaşdırmaq üçün IASB və ABŞ Maliyyə Uçotu Standartları Şurası (FASB) arasında memorandum yaradan Norwalk Sazişi imzalandı. 2009-cu ilin sentyabrına qədər MHBS-ni ABŞ GAAP ilə uyğunlaşdırmaq üçün səylər davam edirdi.

MHBS-a uyğun olaraq həm aralıq, həm də tam maliyyə hesabatları üçün təminat strukturuna aşağıdakılar daxildir:

- maraqlı tərəflər üçün bütün dövrlər üzrə səmərəli və effektiv maliyyə hesabatlarının təmin edilməsi;

- MHBS əsaslı mühasibat uçotu üçün düzgün nəticə nöqtəsinin təmin edilməsi;
- xərclərin faydadan çox olmadığı qənaətcil olması.

Bu standart istənilən müəssisə tərəfindən aşağıdakı hallarda tətbiq oluna bilər:

- MHBS üzrə ilk hesabatların hazırlanması;
- MHBS-ə əsaslanan ilk hesabatların bir hissəsini təşkil edən aralıq maliyyə hesabatlarında.

MHBS üzrə ilk maliyyə hesabatları müəssisənin ilk dəfə MHBS-a tam uyğunluğunu açıq və qeyd-şərtsiz bəyan etdiyi illik maliyyə hesabatlarıdır. MHBS-a uyğun maliyyə hesabatları aşağıdakı hallarda müəssisənin ilk MHBS hesabatları hesab edilir:

- B=bütün bölmələr üçün MHBS-a tam uyğun gəlməyən milli tələblərə uyğun olaraq əvvəllər hesabat vermiş müəssisə;

- müəssisə bütün sahələrdə MHBS-a əməl etdi, lakin uyğunluq açıq və ya qeyd-şərtsiz göstərilmədi;

- müəssisə MHBS standartlarına deyil, bəzilərinə uyğunluğunu bəyan etdi;
- müəssisə xüsusi maddələrə fərdi MHBS standartlarını tətbiq edərkən milli tələblərə əməl etmişdir;

- müəssisə MHBS əsasında bəzi dəyişikliklər etməklə milli tələblərə əməl etdi;

- maliyyə hesabatları yalnız daxili istifadə üçün MHBS-a uyğun hazırlanmışdır;

- müəssisə MHBS-a uyğun hesabatlar hazırlamış, lakin onları kənar maraqlı tərəflərə təqdim etməmişdir;

- maliyyə hesabatlarının tam toplusu hazırlanmadan konsolidasiya məqsədləri üçün MHBS-a uyğun hesabatlar toplusu hazırlanmışdır.

1973 və 2001-ci illər arasında IASB Beynəlxalq Mühasibat Uçotu Standartları (BMS) kimi tanınan standartlar buraxdı. 2001-ci ildən etibarən IASB Beynəlxalq Maliyyə Hesabatları Standartları (BMHS) adı altında yeni standartlar təqdim etdi. 2002-ci ilin sentyabrında MHBS-ni ABŞ GAAP-a uyğunlaşdırmaq üçün IASB və ABŞ Maliyyə Uçotu Standartları Şurası (FASB) arasında memorandum yaradan Norwalk Sazişi imzalandı. 2009-cu ilin sentyabrına qədər MHBS-ni ABŞ GAAP ilə uyğunlaşdırmaq üçün səylər davam edirdi.

MHBS-a uyğun olaraq həm aralıq, həm də tam maliyyə hesabatları üçün təminat strukturuna aşağıdakılar daxildir:

- maraqlı tərəflər üçün bütün dövrlər üzrə səmərəli və effektiv maliyyə hesabatlarının təmin edilməsi;

- MHBS əsaslı mühasibat uçotu üçün düzgün nəticə nöqtəsinin təmin edilməsi;
- xərclərin faydadan çox olmadığı qənaətcil olması.

Bu standart istənilən müəssisə tərəfindən aşağıdakı hallarda tətbiq oluna bilər:

- MHBS üzrə ilk hesabatların hazırlanması;
- MHBS-ə əsaslanan ilk hesabatların bir hissəsini təşkil edən aralıq maliyyə hesabatlarında.

MHBS üzrə ilk maliyyə hesabatları müəssisənin ilk dəfə MHBS-a tam uyğunluğunu açıq və qeyd-şərtsiz bəyan etdiyi illik maliyyə hesabatlarıdır. MHBS-a uyğun maliyyə hesabatları aşağıdakı hallarda müəssisənin ilk MHBS hesabatları hesab edilir:

- bütün bölmələr üçün MHBS-a tam uyğun gəlməyən milli tələblərə uyğun olaraq əvvəllər hesabat vermiş müəssisə;
- müəssisə bütün sahələrdə MHBS-a əməl etdi, lakin uyğunluq açıq və ya qeyd-şərtsiz göstərilmədi;
- müəssisə MHBS standartlarına deyil, bəzilərinə uyğunluğunu bəyan etdi;
- müəssisə xüsusi maddələrə fərdi MHBS standartlarını tətbiq edərkən milli tələblərə əməl etmişdir;
- müəssisə MHBS əsasında bəzi dəyişikliklər etməklə milli tələblərə əməl etdi;
- maliyyə hesabatları yalnız daxili istifadə üçün MHBS-a uyğun hazırlanmışdır;
- müəssisə MHBS-a uyğun hesabatlar hazırlamış, lakin onları kənar maraqlı tərəflərə təqdim etməmişdir;
- maliyyə hesabatlarının tam toplusu hazırlanmadan konsolidasiya məqsədləri üçün MHBS-a uyğun hesabatlar toplusu hazırlanmışdır.

NƏTİCƏ

Yuxarıda göstərilənlərə görə, Maliyyə Hesabatlarının beynəlxalq standartları bütün dünyada daha geniş istifadə olunur və tanınır. Hətta bəzi ölkələr Beynəlxalq Maliyyə Hesabatları Standartlarını (MHBS) öz standartları kimi dəyişmədən istifadə edir, bəziləri isə ölkənin xüsusiyyətlərinə əsaslanaraq bəzi dəyişikliklər edir. İri transmilli şirkətlər maliyyə hesabatlarının beynəlxalq standartlarından istifadənin onlar üçün əlverişli olduğunu vurğulayırlar.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Səbzəliyev S. (2018). Maliyyə hesabatı. Dərs vəsaiti. Bakı: "İqtisad Universiteti" Nəşriyyatı. - 312 səh.
2. Deloitte. Uluslararası finansal raporlama standartları. UFRS cep kitabçığı 2009.
3. <https://tedris.taxes.gov.az/assets/upload/files/T%C9%99lim%20materiallar%C4%B1/muhasibat/Modul%201.pdf>
4. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1547673>
5. <https://www.muhasib.az/ifrs.php?n=1045>

R.T.Shamsili

doctoral student, Baku Business University
ORCID 0009-0005-9670-6319

Understanding of international financial reporting standards

Abstract

International Financial Reporting Standards (IFRS) are accounting guidelines established by the International Accounting Standards Board (IASB). The primary goal of IFRS is to ensure high-quality financial information that meets the following criteria in both the initial financial statements of companies under IFRS and interim reports for portions of the periods covered:

- *transparent for users and comparable across all reported periods;*
- *provides a clear closing point for accounting in line with IFRS;*
- *achievable with costs that do not outweigh the benefits.*

An entity is required to apply this standard in the following cases:

- *in the first financial reports prepared under IFRS;*

- in interim financial statements, presented in accordance with IAS 34 ("Interim Financial Statements"), for part of the period covered by the first IFRS financial reports.

Since 1981, the IASB has operated independently in implementing international financial reporting standards and discussing global accounting issues. Following a 2002 European Commission decision, since 2005, all companies listed on European stock exchanges are required to prepare consolidated financial statements based on IFRS. In April 2001, the IASB replaced the International Accounting Standards Committee (IASC) as part of a reorganization. From 1973 to 2001, the IASC issued standards under the name International Accounting Standards (IAS), and since 2001, the IASB has issued newly developed standards under the name International Financial Reporting Standards (IFRS).

Key words: financial report, International Standards of Financial Reporting, report on financial results, gross profit, income, expenses.

Р.Т.Шамсили

докторант, Бакинский Университет Бизнеса
ORCID 0009-0005-9670-6319

Понимание международных стандартов финансовой отчетности **Резюме**

Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) - это стандарт бухгалтерского учета, установленный Советом по международным стандартам финансовой отчетности (IASB). Целью Международного стандарта финансовой отчетности является предоставление высококачественной информации, соответствующей следующим критериям, в первой финансовой отчетности предприятий по МСФО и в промежуточной финансовой отчетности за часть периода, охватываемого такой финансовой отчетностью:

- прозрачен для пользователей и сопоставим за все представленные периоды;
- что обеспечивает соответствующую точку закрытия бухгалтерского учета в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности (МСФО);

• достижима с затратами, не превышающими прибыль.

Предприятие должно применять настоящий стандарт в следующих ситуациях:

- в первых отчетах, подготовленных по МСФО;
- в промежуточной финансовой отчетности, представленной в соответствии с МСФО № 34 под названием «Промежуточная финансовая отчетность» за часть периода, охватываемого первой отчетностью по МСФО, если такая отчетность представлена.

С 1981 года Совет по МСФО полностью независим в применении международных стандартов финансовой отчетности и обсуждении международных бухгалтерских документов. С 2005 года, согласно решению Европейской комиссии от 2002 года, все компании, акции которых котируются на европейских фондовых биржах, готовят консолидированную финансовую отчетность на основе МСФО. В апреле 2001 года в рамках реорганизации Совет по международным стандартам финансовой отчетности (IASB) заменил IASC. С 1973 по 2001 год IASB разрабатывал стандарты и выпускал их под названием «Международные стандарты финансовой отчетности» (IAS), а с 2001 года IASB выпускал вновь созданные стандарты под названием «Международные стандарты финансовой отчетности» (IFRS).

Ключевые слова: финансовый отчет, Международные Стандарты Финансовой Отчетности, отчет о финансовых результатах, валовая прибыль, доходы, расходы.

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-339-345>

С.С.Тагизаде

д.ф.но э., преподаватель, Азербайджанский Государственный
Университет Нефти и Промышленности
ORCID 0000-0002-2132-2696

Дежия Сао

магистрант, Азербайджанский Государственный
Университет Нефти и Промышленности
ORCID 0009-0009-5912-8387

Məqalə redaksiyaya daxil olub 07.10.2024

The article was received by the editorial board on 07.10.2024

Статья принята к печати 07.10.2024

СОСТОЯНИЕ РАЗВИТИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ КИТАЙСКО-ГЕРМАНСКИХ СОВМЕСТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Резюме

В статье кратко объясняется состояние развития и перспективы китайско-германских совместных предприятий с двух сторон: экономического сотрудничества и межкультурного строительства. В последние годы немецкие компании активно инвестировали в Китай в сфере автомобилестроения. Компании с обеих сторон продолжают осуществлять экономическое сотрудничество и намерены консолидировать и расширять масштабы китайского рынка. Эта статья объединяет текущие объективные факторы и политическую среду для анализа причин, по которым немецкие компании выбирают китайский рынок. В то же время в последние годы китайское правительство предоставило иностранным компаниям некоторые льготы в плане экономического сотрудничества, способствовал развитию совместных предприятий и экономического сотрудничества между Китаем и Германией. На примере совместного китайско-германского предприятия SAIC Volkswagen Group в данной статье кратко описывается поддержка китайским правительством совместных предприятий по энергетической трансформации автомобильной промышленности. Путем сравнения продаж и изменения доли рынка автомобилей SAIC Volkswagen Group и автомобилей на новых источниках энергии в период с 2019 по 2022 год была проанализирована текущая ситуация развития компании и будущие тенденции развития, также обсуждались проблемы и стратегии решения китайско-германских совместных предприятий в области культурного строительства.

Ключевые слова: совместные предприятия, экономическое сотрудничество, культурное строительство, политическая поддержка, энергетический переход.

ВВЕДЕНИЕ

Международные совместные предприятия часто описываются как два или более деловых партнеров из разных юрисдикций, объединяющихся для обмена ресурсами, разделения рисков и выгод от совместного предприятия (Stewart, M. R., Maughn, R. D. 2011). Для компаний развивающихся стран или компаний, находящихся на стадии роста, создание совместных предприятий с транснациональными компаниями является важным способом приобретения знаний

и изучения передовых технологий. По сравнению с этими компаниями, транснациональные компании имеют больше ресурсов и связей, таких как передовые технологии в разработке продуктов и соответствующий опыт в моделях управления.

Китайско-германское экономическое сотрудничество в последние годы

Германия является одной из первых развитых стран Запада, открывших совместные предприятия в Китае, и первой, начавшей научно-техническое сотрудничество с Китаем с момента основания Китайской Народной Республики.

Совместные предприятия китайских и немецких компаний представляют собой сотрудничество между промышленно развивающимися странами, а промышленно развитые страны Китая и Германии в основном участвуют в производственной сфере. В целом обе стороны являются одновременно партнерами и конкурентами. Но взаимная выгода и взаимовыгодные результаты являются основными целями обеих сторон.

Согласно отчету, опубликованному Немецким институтом экономических исследований IW, общий объем прямых инвестиций Германии в Китай достигнет рекордного уровня в 11,9 млрд евро в 2023 году, увеличившись на 4,3% в годовом исчислении.

С 2021 по 2023 год объем инвестиций немецких компаний в Китай примерно эквивалентен их общему объему инвестиций в Китай с 2015 по 2020 год. Кроме того, в 2023 году немецкие инвестиции в Китай составят 10,3% от общего объема немецких зарубежных инвестиций, достигнув самого высокого уровня с 2014 года.

Причины, по которым немецкие компании выбирают китайский рынок

Есть много причин, по которым немецкие компании активно инвестируют в Китай и участвуют в экономическом сотрудничестве:

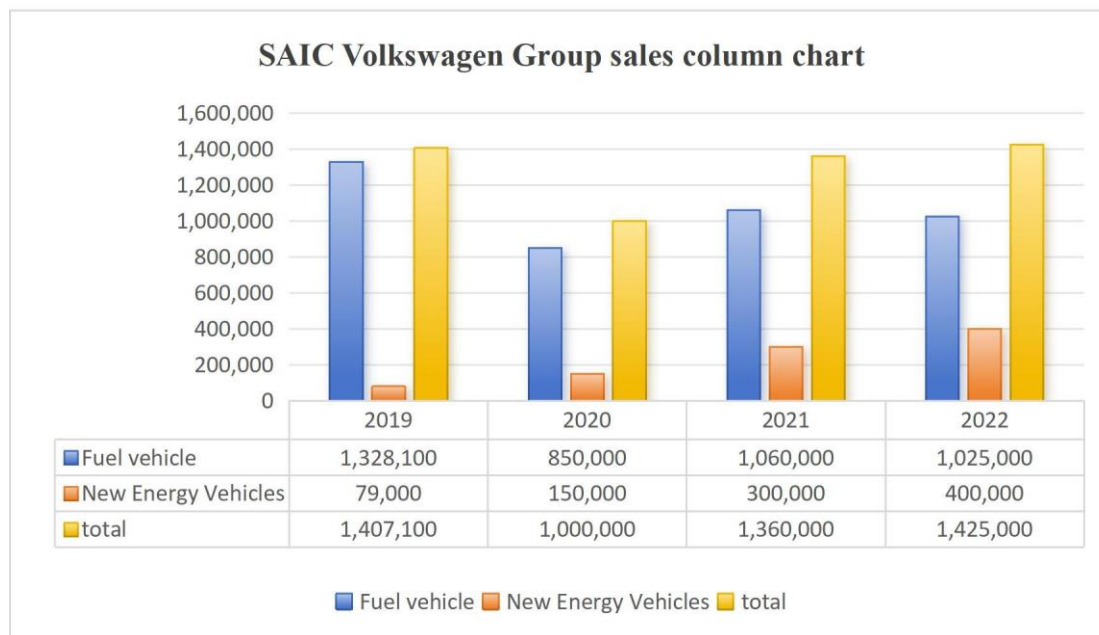
1. Китай имеет огромную территорию, большое население и огромный потребительский рынок.
2. Полная система промышленной цепочки Китая и технологические инновации, а также преимущества НИОКР Германии в значительной степени дополняют друг друга.
3. Энергоснабжение стабильно, а себестоимость продукции низкая. В последние годы, вызванные российско-украинской войной, цены на энергоносители в Европе взлетели до небес, а производственные затраты немецких компаний возросли.
4. Внутриполитическая ситуация в Китае стабильна, и предприятиям с иностранными инвестициями оказывается политическая поддержка.

Сфера автомобилестроения

Британская газета Financial Times сообщила 13 августа 2024 года, что, по данным Бундесбанка, прямые инвестиции Германии в Китай составили примерно 7,3 млрд евро в первой половине 2024 года, превысив 6,5 млрд евро за весь 2023 год, в основном от крупных немецких автопроизводителей.

SAIC-Volkswagen Co., Ltd. - совместное автомобильное предприятие, подписанное SAIC Motor и Volkswagen Group в октябре 1984 года. Штаб-квартира находится в городе Антинг, Шанхай, Китай. Это совместное китайско-германское предприятие-гигант по производству седанов. Китая и Германии составляет по 50%, а в 2024 году исполняется 40 лет совместному предприятию Китая и Германии SAIC Volkswagen Co., Ltd.

За последние несколько лет продажи SAIC Volkswagen Co., Ltd. претерпели колебания, в основном из-за рыночного спроса, экономической ситуации и изменений в политике.



Источник: составлен на основе общедоступных данных

Анализируя общие данные продаж SAIC Volkswagen Group за последние годы, можно увидеть, что доля рынка автомобилей, работающих на топливе, имеет явную тенденцию к снижению, однако общие продажи по-прежнему высоки (если не считать влияния глобальной эпидемии в 2020 году). Продажи транспортных средств на новых источниках энергии растут из года в год. От начального этапа до сохранения определенной доли на рынке продажи транспортных средств на новых источниках энергии достигли устойчивого и быстрого роста, чему также способствовала политическая поддержка правительства Китая. новая энергетическая автомобильная промышленность, обеспечивающая хорошую политическую среду для развития совместных предприятий.

С 2018 года Китай постепенно либерализовал ограничения доступа в автомобильной сфере и последовательно ослабил требования к коэффициентам иностранного капитала для специальных транспортных средств, легковых автомобилей и коммерческих автомобилей, а также отменит ограничения на коэффициент иностранного капитала для легковых автомобилей в 2022 году. не более двух совместных предприятий.

Конкретные меры, принятые правительством Китая для поощрения разработки новых энергетических транспортных средств

Первый – снизить или уменьшить налог на покупку транспортных средств.

19 июня 2023 г. Министерство финансов Китая и другие ведомства опубликовали «Объявление о продолжении и оптимизации политики снижения и снижения налога на покупку транспортных средств для транспортных средств на новых источниках энергии». Основное содержание заключается в том, что дата покупки приходится на период с 1 января 2024 года по декабрь. 31, 2025. Транспортные средства на новых источниках энергии освобождены от налога на покупку транспортных средств. Среди них освобождение от налога для каждого пассажирского автомобиля на новой энергии не должно превышать 30 000 юаней;

Во-вторых, стимулирование автомобильного движения. 20 июля 2023 г. Национальная комиссия по развитию и реформам Китая и 13 других ведомств опубликовали «Некоторые меры по стимулированию потребления автомобилей», подчеркивая оптимизацию политики

управления ограничениями на покупку автомобилей, поддерживая потребление замены старых автомобилей, ускоряя развитие второго -рынок автомобилей и усиление вспомогательных мощностей для новых энергетических транспортных средств. Строительство объектов с упором на повышение пропускной способности сельских электросетей. Сократите затраты на приобретение и использование транспортных средств на новых источниках энергии и поощряйте государственный сектор к увеличению количества покупок транспортных средств на новых источниках энергии.

В-третьих, ускорить комплексное развитие электромобилей и трансформацию энергии. 25 июля 2024 года Национальная комиссия по развитию и реформам Китая опубликовала «План действий по ускорению строительства новой энергосистемы (2024-2027 годы)». В плане предлагается улучшить планировку сети зарядной инфраструктуры, укрепить ее интеграция и взаимодействие электромобилей и энергосистемы, а также создание прочной стандартной системы зарядки объектов для ускорения комплексного развития электромобилей и преобразования энергии.

В настоящее время SAIC Volkswagen ускоряет производство и освоение рынка автомобилей на новых источниках энергии. Пекинский международный автосалон 2024 года посвящен теме «Новая эра, новые автомобили». Мировые автомобильные компании представили 278 новых энергетических автомобилей, что составляет более 80% от количества новых моделей, представленных на выставке. Все больше и больше людей в Китае начинают принимать популярность транспортных средств на новых источниках энергии. От первоначальных сомнений до нынешнего доверия это значительно способствовало развитию транспортных средств на новых источниках энергии на китайском рынке.

В будущем, чтобы адаптироваться к рыночному спросу и соответствовать темам защиты окружающей среды и устойчивого развития, SAIC Volkswagen продолжит увеличивать инвестиции в отрасль транспортных средств на новых источниках энергии, продолжит совершенствовать и обогащать продукты для транспортных средств на новых источниках энергии, а также удовлетворять потребности потребителей. потребности в зеленом путешествии. Кроме того, поскольку количество владельцев автомобилей в Китае продолжает расти, доля замен автомобилей продолжает увеличиваться, а это означает, что спрос на техническое обслуживание и защиту деталей продолжает расти, что откроет огромный рынок для компаний, финансируемых из-за рубежа. интеллектуальных автомобилей также предоставит возможности для сотрудничества между китайскими и немецкими компаниями. Предоставляет пространство для игры.

10 сентября 2024 года в городе Тайюань провинции Шаньси, Китай, состоялся семинар Китай-ЕС по трансформации чистой энергетики. На встрече были обсуждены вопросы трансформации энергетики и подчеркнуто, что в будущем Китай и Германия будут углублять сотрудничество в области зеленой трансформации местной энергетики. И Китай, и Германия считают, что в будущем Китай и Германия имеют широкие перспективы сотрудничества в области чистого и эффективного использования угля и возобновляемых источников энергии. Фрэнк Питт, директор промышленных проектов Agora Energy Transition Forum, предложил содействовать развитию низкоуглеродной продукции в производстве и применять ее в различных отраслях, особенно в автомобильной промышленности, низкоуглеродной промышленности и двигателестроении.

Проблемы и решения в межкультурном построении китайско-германских совместных предприятий

Если экономическое строительство имеет основополагающее значение, то культурное строительство является душой страны. Межкультурное строительство совместного предприятия направлено на интеграцию двух разных душ для создания новой, более динамич-

ной корпоративной души, которая может отражать уникальные преимущества и очарование совместного предприятия.

Проблемы, существующие в построении корпоративной культуры

Из-за различий в корпоративной культуре китайско-немецкие совместные предприятия неизбежно имеют различия в философии бизнеса и методах управления. Обе стороны также имеют разное понимание и реализацию моделей управления и методов принятия решений, что увеличивает стоимость связи для единого принятия решений и действий, а эффективность связи невысока.

1. Различия в философии бизнеса. Немецкая культура выступает за индивидуализм, а процесс принятия решений относительно демократичен, что больше способствует инициативе подчиненных. Китайская культура подчеркивает коллективизм. Процесс принятия решений часто концентрируется в руках нескольких авторитетных лиц, и такая культура требует высокого уровня дисциплины.

2. Различия в методах управления. Немецкие компании уделяют больше внимания оценке эффективности отдельных сотрудников и ориентированы на данные и результат. Китайские компании уделяют больше внимания коллективной чести и достижениям команды.

Стратегия решения

1. Построить общую корпоративную культуру. Развивайте общие корпоративные цели и ценности посредством мероприятий по построению команды для повышения сплоченности команды.

2. Усилить межкультурное обучение сотрудников. Проводить регулярное обучение для сотрудников совместных предприятий, чтобы помочь им изучить и понять различные концепции управления культурой, стили принятия решений и коммуникативные навыки, а также построить гибкую и комплексную модель управления совместным предприятием для повышения эффективности коммуникации на работе.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Хотя эксперты и ученые во многих европейских странах предлагают снизить риски Китая (уменьшить зависимость от импорта), здесь нет никакой опоры на критически важные отрасли и отрасли, связанные с безопасностью (такие как телекоммуникации или фармацевтическая промышленность). Но это не повлияло на экономическое сотрудничество между китайскими и немецкими компаниями. В первой половине 2024 года прямые инвестиции Германии в Китай составили около 7,3 млрд евро, в основном от крупных немецких автопроизводителей. Этой цифры достаточно, чтобы доказать, что китайско-немецкие совместные предприятия будут процветать в будущем.

В настоящее время автомобильная промышленность переживает период промышленной трансформации. В связи с быстрым ростом рыночного спроса на автомобили, работающие на новых источниках энергии, и постоянным совершенствованием новых энергетических технологий, новая энергетическая отрасль Китая вступила в период быстрого роста. Хотя конкуренция на новом энергетическом рынке становится все более жесткой, отрасль имеет широкие инвестиционные перспективы, огромный инвестиционный потенциал и огромные возможности для роста. Правительство Китая продолжает оказывать соответствующую политическую поддержку, поэтому новая энергетическая отрасль по-прежнему остается ключевой областью для развития, привлечения инвестиций иностранных компаний. В будущем автомобильная промышленность продолжит развивать интеллектуальную продукцию в направлении, отвечающем требованиям времени и потребностям рынка.

Кроме того, существует огромный потенциал для сотрудничества между китайскими и немецкими компаниями в области интеллектуального производства, робототехники и цифровой трансформации. Но мы также сталкиваемся с трудными проблемами. Будь то куль-

турные различия между Китаем и Германией или изменения в международной политической среде в будущем, это повлияет на обе стороны. Однако мы всегда придерживаемся концепции взаимной выгоды и взаимовыгодного подхода. И продолжать изучать межкультурное сотрудничество. Построить путь сотрудничества, углубить китайско-германское экономическое сотрудничество путем создания лучшей культуры совместных предприятий и внести вклад в глобальное экономическое процветание и стабильность.

Список использованной литературы:

1. Stewart M R, Maughn R D. International joint ventures, a practical approach[J]. Davis Wright Tremaine LLP. Seattle, 2011.
2. 宣善文, 王赫. 中德贸易竞争性与互补性研究[J]. 商业经济研究, 2020(13):155-158.
3. 燕春蓉, 张秋菊. 经济全球化背景下中国与德国的贸易发展研究——基于贸易竞争性和互补性的实证分析[J]. 世界经济研究, 2010(09):45-51+88.
4. 胡云飞. "冲突与合作: 俄乌局势对德国经济与中德经贸的影响." 海关与经贸研究 45. 03 (2024):97-109. doi:CNKI:SUN:SHGU.0.2024-03-008.
5. 游小娟. 中德合资企业文化建设的创新与实践[J]. 企业改革与管理, 2020 (21): 191-192. DOI: 10.13768/j.cnki.cn11-3793/f.2020.2184.
6. 梁立波. 中德企业文化差异及在合资公司中的整合研究[D]. 哈尔滨工业大学, 2006.

S.S.Tagizadə

i.ü.f.d., müəllim, Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti
ORCID 0000-0002-2132-2696

Dejia Cao

magistrant, Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti
ORCID 0009-0009-5912-8387

Çin-Almaniya birgə müəssisələrin inkişaf vəziyyəti və perspektivləri

Xülasə

Məqalə iki tərəfdən Çin-Almaniya birgə müəssisələrinin inkişaf vəziyyəti və perspektivlərini qısaca izah edir: iqtisadi əməkdaşlıq və mədəniyyətlərarası tikinti. Son illərdə alman şirkətləri Çinə avtomobil sektoruna böyük sərmayə qoyublar. Hər iki tərəfin şirkətləri iqtisadi əməkdaşlığı davam etdirir və Çin bazarının miqyasını birləşdirmək və genişləndirmək niyyətindədirlər. Bu məqalə Alman şirkətlərinin Çin bazarını seçməsinin səbəblərini təhlil etmək üçün cari obyektiv amilləri və siyasi mühiti birləşdirir. Bununla yanaşı, son illər Çin hökuməti iqtisadi əməkdaşlıq baxımından xarici şirkətlərə müəyyən güzəştlər edib. Çin və Almaniya arasında birgə müəssisələrin və iqtisadi əməkdaşlığın inkişafına töhfə verdi. Çin-Almaniya birgə müəssisəsi olan SAIC Volkswagen Group-dan nümunə kimi istifadə edərək, bu məqalə Çin hökumətinin avtomobil sənayesinin enerji transformasiyasında birgə müəssisələrə dəstəyini qısa şəkildə təsvir edir. 2019-2022-ci illər arasında SAIC Volkswagen Group avtomobillərinin və yeni enerji daşıyıcılarının satış və bazar payı dəyişiklikləri müqayisə edilərək, şirkətin mövcud inkişaf vəziyyəti və gələcək inkişaf tendensiyalari təhlil edilib, Çin-Almaniya birgə müəssisələrinin problemləri və həlli strategiyaları mədəni quruculuq məsələləri müzakirə edilmişdir.

Açar sözlər: birgə müəssisə, iqtisadi əməkdaşlıq, mədəni tikinti, siyasət dəstəyi, enerji keçidi.

S.S.Tagizade

doctor of Economics, teacher, Azerbaijan State Oil and Industry University
ORCID 0000-0002-2132-2696

Dejia Cao

master student, Azerbaijan State Oil and Industry University
ORCID 0009-0009-5912-8387

The current situation and prospects of Sino-German joint ventures

Abstract

This article briefly describes the current status and prospects of Sino-German joint ventures from the two aspects of economic cooperation and cross-cultural construction. In recent years, German companies have actively invested in China in the field of automobile manufacturing, and companies on both sides have continuously carried out economic cooperation, intending to consolidate and expand the scope of the Chinese market. This article analyzes the reasons why German companies choose the Chinese market in combination with current objective factors and political environment. At the same time, in recent years, the Chinese government has given some preferential policies to foreign companies in economic cooperation, which has played a role in promoting the development of joint ventures and economic cooperation between China and Germany. Taking the Sino-German joint venture SAIC Volkswagen Group as an example, this article briefly describes the Chinese government's support for joint ventures in the energy transformation of the automotive industry. By comparing the sales and market share changes of SAIC Volkswagen Group's fuel vehicles and new energy vehicles from 2019 to 2022, the current development situation and future development trends of the company are analyzed, and the problems and solutions of Sino-German joint ventures in cultural construction are discussed.

Key words: *joint ventures, economic cooperation, cultural construction, policy support, energy transition.*

<https://doi.org/10.58225/tim.2024-3-346-353>

V.R.Abaslı
dissertant, Bakı Dövlət Universiteti
ORCID 0009 0006 3884 4307
vesilehuseynova@yahoo.com

Məqalə redaksiyaya daxil olub 26.10.2024

The article was received by editorial board on 26.10.2024

Статья принята к печати 26.10.2024

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ BÜDCƏ SİSTEMİNƏ DAXİL OLAN VERGİ DAXİLOLMALARININ STRUKTURUNUN VƏ DİNAMİKASININ TƏHLİLİ

Xülasə

Müasir iqtisadi inkişaf dövründə biz görürük ki, vergi inzibatçılığı dövlət inzibatçılığının əsas tərkib hissələrindən biridir. Vergi sahəsi hökumətin ən sosial əhəmiyyətli sahələrindən biridir. Beləliklə, vergi qanunvericiliyindəki çatışmazlıqlar birbaşa vergitutma yükünün sürətlə azalmasına səbəb ola bilər. Bu, vergi hüquq pozmaları ehtimalını və sosial gərginliyi artırır.

Azərbaycan Respublikasının vergitutma sistemi haqqında faktlar və indiyə qədər bütün dövrlərdə Azərbaycanda vergitutma haqqında məlumatlar müzakirə olunacaq. Bundan əlavə, həmin dövrlərdə vergilərin məlcəhət, xərəc, çobanbəyi və başqa formaları geniş şəkildə qeyd olunacaqdır. Burada Azərbaycanın vergi sisteminin necə tənzimləndiyi göstəriləcək. Bununla yanaşı, vergi sisteminin fəaliyyəti, müasir vergi sisteminin inkişafı ilə bağlı problemlər və məhdudiyyətlər təhlil ediləcək və inkişaf etməkdə olan ölkələrin bu məhdudiyyətlərə qarşı əldə etdiyi mühüm irəliləyişlər araşdırılacaqdır. Azərbaycan Respublikasının büdcə sistemində daxil olan vergi daxilolmalarının strukturunun və dinamikasının təhlili və Azərbaycan Respublikasının vergi sisteminin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri işlənib hazırlanacaqdır. Bu mərhələlərdən sonra vergi tənzimlənməsinin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı təkliflər veriləcək.

Vergi Məcəlləsinə edilən əlavə və dəyişikliklərdəki qüsurlar bu problemləri daha da aktuallaşdırır. İqtisadi inkişafın müasir mərhələsində vergi qanunvericiliyinin tətbiqindən irəli gələn problemlər və onların həlli yolları global və milli problemlər kimi nəzərdən keçirilir. Vergi qanunvericiliyinin tətbiqinin təsiri və əsrlərin iqtisadiyyata təsiri bir çox tədqiqatçıların mövzusu olmuşdur.

Açar sözlər: vergi sistemi, büdcə, ÜDM, fiskal siyasət, büdcə gəlirləri.

GİRİŞ

Ümumi qəbul edilən kimi, iqtisadi artım müəyyən dövrdə bir ölkənin istehsal etdiyi mal və xidmətlərin dəyərindəki artımları əhatə edir. İqtisadi artımı ölçmək üçün müvafiq ölkənin ümumi daxili məhsulunun (ÜDM) artımından istifadə edilir. İstənilən odur ki, ölkənin istehsal gücünün illik artımı sabit olsun. Bunun üçün iqtisadi artıma səbəb olan və ya ləngidən amillər düzgün müəyyən edilməlidir.

İstənilən ölkənin iqtisadi inkişafı onun istehsal etdiyi və nəzarət edə biləcəyi resursların miqdarı ilə müəyyən edilir. Ehtiyac duyulan resursların yaxşı strukturlaşdırılmış vergi sistemi vasitəsilə toplanacağı düşünülür. Dünya ölkələrində iqtisadi artımın səviyyəsi və tempi makroiqtisadi siyasət aləti kimi vergitutma ilə müəyyən edilir. Təkmil vergi sistemi hökumətə daim artan tələbatlarını ödə-

mək üçün lazım olan gəlirləri əldə etməyə imkan verir. Yəni vergi hökumətlər üçün real və davamlı gəlir mənbəyi və fiskal siyasət baxımından makroiqtisadi idarəetmə vasitəsidir.

Artım nəzəriyyələri çərçivəsində vergi gəlirləri və vergi gəlirlərindəki dəyişikliklərin iqtisadi artıma necə təsir edəcəyi müzakirə olunur. Vergi ilə bağlı siyasətlərin iqtisadi artıma təsirini araşdırarkən aparıcı model neoklassik artım modelidir. Neoklassik modeldə artım yalnız fiziki və insan kapitalının yığılmasından asılıdır. Uzunmüddətli perspektivdə istənilən vergi strukturu tarazlıq kapital/əmək nisbəti və hər bir işçi üçün tarazlıq təhsil səviyyəsi yaradır.

Adambaşına düşən məhsulun hər hansı əlavə artımı sadəcə olaraq ekzogen texniki dəyişikliyin sürətindən irəli gəlir. Vergi strukturunun yaratdığı səhv bölgülərin miqyası nə olursa olsun, vergi strukturu adambaşına düşən məhsulun artımına davamlı təsir göstərməməlidir. Güman edilir ki, miqyasda daimi gəlirlər, ekzogen texnologiya, kapitala azalan gəlirlər, amillər arasında əvəzlənmə şansı və müstəqil investisiya funksiyası yoxdur. Bundan əlavə, modeldə ölkələrin uzunmüddətli sabit dövlət tarazlığına çatacağı və dövlət siyasətinin, o cümlədən uzunmüddətli vergi siyasətinin iqtisadi artıma təsir etməyəcəyi qəbul edilir.

Vergilər dövlət tərəfindən qanun çərçivəsində təsərrüfat subyektlərindən və əhalidən tutulan icbari ödənişlərdir. Vergilər dövlətin yarandığı gündən cəmiyyətdə iqtisadi münasibətlərin mühüm tərkib hissəsidir. Vergilərin mövcudluğu ilkin ictimai istehlakla bağlıdır. Vergilər mexanizmi hökumətin cəmiyyətə iqtisadi təsiri üçün istifadə olunur.

Burada Azərbaycanın keçmiş tarixinə nəzər salmaqla Azərbaycanın vergi sisteminin və o dövrdə mövcud olan vergi və öhdəliklərin dövlət xəzinəsinə və əhalinin həyat səviyyəsinə təsiri təhlil edilir.

Vergi sisteminin fəaliyyətinin təhlili

Maliyyə resurslarının dövlət vəzifələrinin həlli üçün səfərbər edilməsinə töhfə verən dövlət büdcəsinin gəlirlərinin proqnozlaşdırılması xidmətinin optimallaşdırılması milli iqtisadiyyatın qeyri-neft prioritetlərinə uyğunlaşdırılması mərhələsində daha aktualdır.

Makroiqtisadi sabitliyin möhkəmləndirilməsi və milli iqtisadiyyatın strateji yol xəritəsi ilə uyğunlaşdırılması davamlılığın təmin edilməsi məqsədilə gəlirlərin bölüşdürülməsi və yenidən bölüşdürülməsi üzrə idarəetmə qərarlarının məqsədi kimi müəyyən edilməlidir. Ona görə də dövlət büdcəsinin gəlirlərinin proqnozlaşdırılması prosesi vergi dərəcələrinin (eləcə də digər icbari ödənişlərin) qeyri-neft sektorunun (sektorlarının) qeyri-neft sektorunun (sektorlarının) qısamüddətli perspektivdə qısamüddətli olmasını təmin etməlidir.

Mövcud iqtisadi şəraitdə birbaşa vergilərin universal vergitutma səviyyəsinin yüksəldilməsi, qeyri-əmtəə xammalının ixracının stimullaşdırılması üçün stimullardan istifadə islahatı, o cümlədən inzibati boşluqların aradan qaldırılması və tələb olunan sahələrdə qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsi verginin mühüm tərkib hissəsidir. Dövlət büdcəsi vəsaitlərinin dövlət əmlakı ilə bağlı sahibkarlıq subyektlərinin fəaliyyətində, dövlət büdcəsindən itkilərə, əsaslı xərclər istisna olmaqla, tamamilə və ya qismən qeyri-müstəsna əsaslarla iştirakının optimallaşdırılması, habelə alternativ maliyyələşdirmə mexanizmlərinin inkişafına təkan verir [1].

“Fiskal qabıq”a əsasən, ölkənin sosial-iqtisadi inkişafının ortamüddətli proqnozuna əsasən, 2018-ci ildə fiskal siyasətin həyata keçirilməsi üzrə dövlət büdcəsinin gəlirlərinə uyğun olaraq fiskal siyasətin həyata keçirilməsi ilə bağlı nəzərdə tutulan tədbirlər aşağıdakılardır:

- ortamüddətli perspektivdə qeyri-neft gəlirlərinin artırılması;
- vergi və gömrük sisteminin davamlı olaraq təşviqi, kiçik və orta sahibkarlıq sahəsində stimullaşdırıcı vergi islahatlarının davam etdirilməsi;
- vergitutma bazasının genişləndirilməsi;
- vergilərin yığım dərəcələrinin artırılması və onların digər gəlirləri dövlət büdcəsinə, azad rəqabət mühitinin inkişafına, istehsala investisiyalar yatırmaq;

- dövlət büdcəsinə dividendlərin cəlb edilməsi üzrə işi davam etdirmək;
- hesablanmış dövlət məcburi sosial sığortası üzrə vəsaitlərin yığım sürətinin artırılması üzrə işləri davam etdirmək;
- ölkənin şəhər və rayonlarında (dotasia) yerli gəlir və xərcləri bu sahələrdə faktiki işləyən vergi ödəyicilərinin hesabına balanslaşdırmaq.

Yuxarıda göstərilənləri ümumiləşdirərək, ondan növbəti il üçün vergi güzəştlərinin və fiskal siyasət üçün güzəştlərin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi, vergitutmada qeyri-əmtəə ixracının stimullaşdırılması istiqamətində islahatların işlənilib hazırlanması, dövlət büdcəsinin dövlətin fəaliyyətində iştirakının optimallaşdırılması üçün istifadə edilməlidir [2].

Eyni zamanda, növbəti ilin fiskal siyasətində nəzərdə tutulan tədbirlərə gömrük və vergi siyasətinin təkmilləşdirilməsi də daxildir ki, bu da daxili bazarın daha çevik müdafiəsini təmin edəcək ki, bu da “gömrük tarifiinin uzunmüddətli istifadəsi üçün xüsusi əhəmiyyət kəsb edir”. “Antidempinq, kompensasiya və mühafizə tədbirləri haqqında” Azərbaycan Respublikasının qanunları ilə müəyyən edilmiş səlahiyyətlərdən səmərəli istifadə edilməlidir.

Azərbaycanın 2019-cu il dövlət büdcəsində “Büdcə Paketi” vergi ödəyicilərinin qeyri-dövlət sektorunda deyil, bu sahədə neft-qaz fəaliyyətində fiskal və vergi siyasətinin tendensiyaları daxildir. Məşğulluğun qeyri-rəsmi azaldılması, iş yerlərinin “kölgə görünüşü” və buna uyğun olaraq, məşğulluğun şəffaflığında ödənilən əməkhaqqı, işgötürən və işçinin yükü üzrə aylıq gəlir vergisindən azadolma və məcburi sosial sığorta haqlarının müəyyən edilməsində tarif tənzimlənməsi, o cümlədən sığorta və işsizlik vergi orqanlarından kənd təsərrüfatına sosial ödənişlərin vaxtında və tam həcmdə hesablanması və ödənilməsinə nəzarət, qeyri-neft sektoru və sahibkarlıq fəaliyyətini dəstəkləyən istehsalçılara tətbiq edilən vergi güzəştlərinin daha 5 il uzadılması, sadələşdirilmiş vergi dərəcəsinin ölkə üzrə uyğunlaşdırılması (2 faiz), kiçik müəssisələrin əsas vəsait balansının sürətli devalvasiyası ərizələrin və kiçik sahibkarlığın, təsisçilərin dividendlər şəklində gəlir, əlavə dəyər vergisindən ozhdaemyh tədricən ticarətin genişləndirilməsinə cəlb olunur (topdan ticarət lisenziyası tələb olunan fəaliyyətlər, istehsalda çalışan işçilərin sayı 3 və daha çox) və bununla bağlı vergi güzəştlərinin azaldılması, müvafiq tədbirlər görülməklə, pərakəndə ticarəti və ictimai nağd ödənişlərin nağdsız ödənişlərini (POS) stimullaşdırmaq üçün nağdsız əməliyyatlar həyata keçirilir.

İş adamları termini pərakəndə satış vergisi güzəştləri, neft və qaz məhsullarının iştirakına görə istehlakçıların (fiziki şəxslərin) müəyyən edilməsində real dövriyyə, ƏDV-nin nağdsız forması istisna olmaqla ödənilmiş mallara, bəzi istehlakçılara aksiz vergilərinin tətbiqi prinsiplərinə qayıdan və daxili təyinatlı və idxal, yerli istehsal, ticarət, topdan və pərakəndə satışın idarə edilməsi, Vahid Dövlət Avtomatlaşdırılmış İnformasiya (İzləmə və Monitorinq) sistemlərinin tətbiqi, habelə malların (işlərin, xidmətlərin) qeydiyyat rüsumlarının və vergi orqanlarının təkmilləşdirilməsi, yeni nəsil nəzarət-kassa aparatlarının təmin edilməsi üçün sistemin elektron integrasiyası, aksizli malların siyahısı, qiymət artımı aksizli malların aksiz dərəcəsi ölkənin xüsusi çəkisini artırmaq istehsalı artırmaq üçün aksizli mallar üzrə ödənilən aksizin ölçüsünü müəyyən etmək üçün hökumətin vergi və gömrük tətbiqi prinsiplərini mövcud və təklif olunan güzəşt və azadolmaları mərkəzi reyestrə, güzəştlər dövlət büdcəsi, sahibkarlıq və sosial müdafiə, Avtomobilin hazırlanması üzrə qiymətləndirmə mexanizminin səmərəliliyi baxımından təsiri, “kölgə iqtisadiyyatı”nın azaldılması və iqtisadi şəffaflıq malların idarə edilməsi, sənəd dövriyyəsi, təşkilatın gəlirlərinin vergisiz uçotu və vergi ödəyicilərinin vergi məlumatları üçün bu baxımdan qeyri-neft ixracında prosedurların uçotunun şəffaflığı sahəsində maliyyə nəzarətini yaxşılaşdırmaq üçün vergi nəzarəti tədbirlərini dəqiqləşdirməkdən ibarətdir [3].

Gələn il üçün fiskal siyasətin həyata keçirilməsi təbii ki, mövcud qanunvericilikdə (xüsusən də Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsində) geniş dəyişikliklərlə müşayiət olunmalıdır. Qeyd edək ki, Azərbaycan Respublikası Vergi Məcəlləsinin 2.8-ci maddəsinə uyğun olaraq, zərurət yarandıqda, Azərbaycan Respublikasının Vergi Məcəlləsində vergi siyasəti, vergi inzibatçılığı və

vergi dərəcələri ilə bağlı qanunvericilikdə nəzərdə tutulmuş qaydada dəyişiklik edilməsi növbəti ilin dövlət büdcəsinin layihəsinə uyğun olaraq bu qanun layihələri Azərbaycan Respublikasının Milli Məclisinə təqdim edilə bilər.

Cədvəl 1

2024-cü il dövlət büdcəsi xərclərinin iqtisadi təsnifat üzrə bölgüsü

Xərc in adı	2022-ci il icra		2023-cü il təsdiq olunmuş		2024-cü il proqnoz		2024-cü il proqnozunun					
							2023-cü ilin təsdiq olunmuş ilə müqayisəsi			2022-ci ilin icrası ilə müqayisəsi		
	məblə ğ	xüsusi çəkisi, %	məblə ğ	xüsusi çəkisi, %	məbləğ	xüsusi çəkisi, %	Fərq	Faiz	Xüs. çəki üzrə	Fərq	Faiz	Xüs. çəki üzrə
	32,06 4.6	100. 0	36,624 .8	100. 0	36,355 .0	100. 0	-269.8	- 0.7		4,290.4	13.4	
Əməyin ödənişi	7,465 .7	23.3	8,497. 2	23.2	9,007. 2	24.8	510.1	6.0	1.6	1,541.5	20.6	1.5
Malların (işlərin və xidmətin) satın- alınması	6,730 .4	21.0	7,251. 1	19.8	5,220. 9	14.4	- 2,030.1	- 28. 0	-5.4	- 1,509.5	- 22.4	-6.6
Faizlər üzrə ödənişlər	632.3	2.0	868.0	2.4	1,121. 1	3.1	253.1	29. 2	0.7	488.8	77.3	1.1
Subsidiyalar	1,401 .7	4.4	1,681. 8	4.6	1,045. 5	2.9	-636.2	- 37. 8	-1.7	-356.1	- 25.4	-1.5
Qrantlar və digər ödənişlər	446.9	1.4	579.7	1.6	4,066. 5	11.2	3,486.8	60 1.5	9.6	3,619.6	809. 8	9.8

Sosi al ödən işlər	3,550 .7	11.1	4,069. 1	11.1	3,283. 4	9.0	-785.7	- 19. 3	-2.1	-267.3	-7.5	-2.0
Qeyr i- mali yyə aktiv ləri	10,66 7.6	33.3	12,714 .4	34.7	11,669 .8	32.1	- 1,044.7	- 8.2	-2.6	1,002.2	9.4	-1.2
Mali yyə aktiv ləri üzrə əməl iyyat lar	11.2	0.0	650.0	1.8	90.6	0.2	-559.4	- 86. 1	-1.5	79.4	710. 9	0.2
Öhd əlikl ər üzrə əmə- liyya tlar	1,158 .2	3.6	313.6	0.9	850.0	2.3	536.4	17 1.1	1.5	-308.2	- 26.6	-1.3

Mənbə: İlk bütçə göstəriciləri (maliyye.gov.az)

Qanun layihəsində daxilolma proqnozu fiziki gəlir vergisi, torpaq vergisi, sadələşdirilmiş vergi, faydalı qazıntıların hasilatı vergisi və Azərbaycan Respublikasında tənzimlənən məhsulların (ixrac xərcləri istisna olmaqla) 2018-ci ildə gözlənilən icra göstəricisi ilə müqayisədə müqavilə (satış) qiyməti əsasında müəyyən edilib. Dövlət büdcəsinin gəlirlərinin ümumi artımı əsasən Dövlət Neft Fondundan daxilolmalar, aksizlər, rezident müəssisələr üzrə gəlir vergisi, vergi qanunvericiliyinin pozulmasına görə tətbiq edilən maliyyə sanksiyaları və cərimələr, habelə bütçə təşkilatlarının pullu xidmətlərindən daxilolmalar hesabına proqnozlaşdırılır [5].

Növbəti ilin dövlət büdcəsinin gəlirlərində neft sektorundan daxilolmaların xüsusi çəkisi 13 700 300,0 min manat və ya 59,8 faiz, qeyri-neft sektorunun payı isə 9 217 200,0 min manat və ya 40,2 faiz təşkil edib. 2017 və 2018-ci illərin göstəriciləri ilə müqayisədə artım templərinin 6,8% (58,5357 milyon manat), qeyri-neft mənbələri üzrə isə 4,7% (414200,0 dəqiqə) artım göstərilib. Neft sektorundan daxilolmalar isə müvafiq olaraq 73,8% (5816280,3 min manat) və 2,7% (354300,0 min manat) təşkil edib [7].

Dövlət büdcəsinin gəlirlərinin, o cümlədən qeyri-neft gəlirlərinin ÜDM-ə nisbətə dinamikasını aşağıdakı ssenaridə müşahidə etmək olar.

Cədvəl 2

2024-cü ilin dövlət büdcəsinin vergi və qeyri-vergi gəlirlərinin proqnoz göstəriciləri

Bütçə daxilolmalarını təmin edən orqanlar	Proqnoz
Dövlət büdcəsinin gəlirləri, o cümlədən	33765.0
Vergi gəlirləri, o cümlədən	17695.0
İqtisadiyyat Nazirliyi yanında Dövlət Vergi Xidməti, o cümlədən	13270.0
fiziki şəxslərdən gəlir vergisi	1895.0
hüquqi şəxslərin mənfəət vergisi	5675.6

əlavə dəyər vergisi	3376.0
aksizlər	1358.0
hüquqi şəxslərin əmlak vergisi	336.0
hüquqi şəxslərin torpaq vergisi	47.4
mədən vergisi	158.3
sadələşdirilmiş vergi	333.3
	90.4
Dövlət Gömrük Komitəsi, <i>o cümlədən</i>	4425.0
əlavə dəyər vergisi	4215.0
aksizlər	173.0
yol vergisi	37.0
Qeyri-vergi gəlirləri, <i>o cümlədən</i>	16070.0
İqtisadiyyat Nazirliyi yanında Dövlət Vergi Xidməti, <i>o cümlədən</i>	595.0
dövlət rüsumu	354.0
	241.0
Dövlət Gömrük Komitəsi, <i>o cümlədən</i>	1475.0
gömrük rüsumları	1475.0
İqtisadiyyat Nazirliyi yanında Əmlak Məsələləri Dövlət Xidməti	28.0
Dövlət Neft Fondundan daxi olmalar	12781.0
Büdcə təşkilatlarının ödənişli xidmətlərindən daxil olmalar	831.0
Sair	360.0

Mənbə: *İlkin büdcə göstəriciləri (maliyye.gov.az)*

Praktikada dövlət vergi siyasətini vergi mexanizmləri vasitəsilə həyata keçirir. Vergi mexanizmləri, müxtəlif üstqurum vasitələri - vergi dərəcələri, vergi güzəştləri və s. vergitutmanın dövlət idarəçiliyinin təşkilati-hüquqi normalarının, üsul və formalarının məcmusu kimi qəbul edilir.

Vergi dərəcəsi, vergi endirimlərinin həcmi, vergilər vasitəsilə ümumi daxili məhsulun proqnozlaşdırılan hissəsi, vergilərin yığılma səviyyəsi və s. kəmiyyət parametrləri ilə vergi mexanizminin elementlərinə aiddir. Vergi siyasətinin aparılmasında dövlətin iqtisadiyyatın tənzimlənməsində iştirakı bu “vergi mexanizmi alətlərinin müxtəlif əlavələri”nin – vergi dərəcəsinin, vergi güzəştlərinin iştirakı ilə həyata keçirilir.

NƏTİCƏ

Vergi yükünün azaldılması iqtisadiyyatın inkişafı üçün əsas amillərdən biridir. Azərbaycan Respublikasında mövcud vergi siyasəti vergi yükünün azaldılmasına yönəlib.

Ümumiyyətlə, vergi yükünün azaldılmasına bir çox amillərdən istifadə etməklə nail olmaq olar. Yeni istehsal və xidmət sahələrinin açılması üçün əlverişli şəraitin yaradılması əsas şərtlərdən biridir. Əlverişli mühitin yaradılması əlverişli vergi mühitinin yaradılması deməkdir.

Bundan əlavə, ölkədə insanların vergiyə cəlb edilməsi ölkəmizdə mühüm addımlar atılmış vergi siyasətinin mühüm tərkib hissəsi olmalıdır.

Ölkədə aparılan geniş və hərtərəfli islahatlar xalqımızın xoş səhərini bizə bəxş edir. İqtisadiyyata neft gəlirlərinə səmərəli investisiya qoyuluşu yoxsulluğun aradan qaldırılmasına və əhəmiyyətli məşğulluğa səbəb olmuşdur.

Vergi islahatları inkişaf etmiş insanların təcrübəsinə əsaslanaraq aşağıdakı prinsiplərə əsaslanmalıdır:

1. Büdcə gəlirlərinin formalaşması üçün aşağı səviyyəli vergi sisteminin yaradılması, iqtisadi tədqiqatların göstərdiyi kimi, vergi sistemində bütün kulminasiya nöqtəsi bilavasitə vergi dərəcələrinin son həddi ilə bağlıdır.

2. Vergidən yayınmanın müxtəlif sxemləri əsasən vergi ödəyicisinin rifahı və müxtəlif dərəcələrdə kapitalın vergiyə cəlb edilməsi ilə bağlıdır. Müxtəlif gəlir vergisi rejimlərinin zəiflədilməsi vergi qanunvericiliyinin kobud şəkildə pozulmasının qarşısını alır və onlara tətbiq edilən cərimələrin sayının xeyli azalmasına səbəb olur. Beləliklə, gəlirlərin leqallaşdırılması cəhdləri artır və multidissiplinar investisiya mühiti formalaşır.

3. “Yaxşı” vergilərin vergi sisteminin formalaşması. Məsələn, ABŞ-da korporativ gəlir vergisi “pis” vergi adlanır, çünki bu verginin çəkisi istehlakçılar və səhmdarların üzərinə düşür ki, bu da son nəticədə kapital artımına və investisiya fəallığına səbəb olur.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Allahverdiyev H.B., Gafarov K.S. and Ahmedov A.M. (2002). Government regulation of the economy. Baku: Nasir.
2. Musayev A., Kelbiyev Y., Huseynov A. (2002). Tax Service of the Republic of Azerbaijan: Reforms and Outcomes. Textbook. Baku.
3. Musayev A.F, Məmmədov Ə.C. (2013). “Ünvanlı vergi xidməti” Vergi ödəyicilərinin məlumat kitabı. Bakı, 288 s.
4. Musayev A.F. (2012). “Modernləşdirmə və aktiv vergi siyasəti”. Azərbaycanın Vergi jurnalı. №6, s. 71-84.
5. Rzayev P.Q. (2013). İqtisadiyyatın vergi tənzimlənməsi mexanizminin stimullaşdırıcı rolunun artırılması istiqamətləri. Bakı: “İqtisad Universiteti”, 392 s.
6. Yusifov C.R. (2012). “Azərbaycanın milli İqtisadiyyatının rəqabət qabiliyyəti və dövlətin vergi təhlükəsizliyi”, Elm və İnnovasiya jurnalı, № 4.
7. Azərbaycan Respublikası Maliyyə Nazirliyi İlkin büdcə göstəriciləri (maliyye.gov.az)

V.R.Abasli

dissertation, Baku State University
ORCID 0009 0006 3884 4307

Analysis of the structure and dynamics of tax revenues included in the budget system of the republic of Azerbaijan

Abstract

In the era of modern economic development, we see that tax administration is one of the main components of public administration. The tax field is one of the most socially important areas of the government. Thus, deficiencies in the tax legislation can lead to a rapid decrease in the burden of direct taxation. This increases the likelihood of tax offenses and increases social tensions.

Facts about the taxation system of the Republic of Azerbaijan and information about taxation in Azerbaijan in all periods until now will be discussed. In addition, in those periods, the income, expenses, chobanbey and other forms of taxes will be widely mentioned. Here it will be shown how the tax system of Azerbaijan is regulated. In addition, the functioning of the tax system, the problems and limitations related to the development of the modern tax system will be analyzed, and the important progress made by developing countries against these limitations will be examined. Analysis of the structure and dynamics of tax revenues included in the budget system of the Republic of Azerbaijan and directions for improving the tax system of the Republic of Azerbaijan will be developed. After these stages, proposals and measures related to the improvement of tax regulation will be offered.

Defects in additions and changes to the Tax Code make these problems even more urgent. At the modern stage of economic development, the problems arising from the application of tax legislation and their solutions are considered as global and national problems. The impact of tax legislation and the impact of centuries on the economy has been the subject of many researchers.

Keywords: tax system, budget, GDP, fiscal policy, budget revenues.

В.Р.Абаслы

диссертант, Бакинский Государственный Университет
ORCID 0009 0006 3884 4307

Анализ структуры и динамики налоговых доходов, включенных в бюджетную систему Азербайджанской Республики
Резюме

В эпоху современного экономического развития мы видим, что налоговое администрирование является одной из основных составляющих государственного администрирования. Налоговая сфера является одной из наиболее социально значимых сфер деятельности государства. Таким образом, недостатки налогового законодательства могут привести к быстрому снижению бремени прямого налогообложения. Это увеличивает вероятность налоговых правонарушений и усиливает социальную напряженность.

Будут обсуждаться факты о системе налогообложения Азербайджанской Республики и информация о налогообложении в Азербайджане за все периоды до настоящего времени. Кроме того, в эти периоды будут широко упоминаться доходы, расходы, чобанбей и другие формы налогов. Здесь будет показано, как регулируется налоговая система Азербайджана. Кроме того, будет проанализировано функционирование налоговой системы, проблемы и ограничения, связанные с развитием современной налоговой системы, а также рассмотрен важный прогресс, достигнутый развивающимися странами в борьбе с этими ограничениями. Будет разработан анализ структуры и динамики налоговых поступлений, включаемых в бюджетную систему Азербайджанской Республики, и направления совершенствования налоговой системы Азербайджанской Республики. После этих этапов будут даны предложения, связанные с совершенствованием налогового регулирования.

Недоработки дополнений и изменений в Налоговом кодексе делают эти проблемы еще более актуальными. На современном этапе экономического развития проблемы, возникающие при применении налогового законодательства и их решения, рассматриваются как глобальные и национальные проблемы. Влияние налогового законодательства и влияние веков на экономику было предметом многих исследователей.

Ключевые слова: налоговая система, бюджет, ВВП, фискальная политика, доходы бюджета.



MÜNDƏRİCAT

CONTENT

İqtisadiyyatın inkişafının makroiqtisadi, regional və sosial aspektləri

Macroeconomic, regional and social aspects of economic development

15	M.A.Məmmədov, İ.V.Fətahov Z.T.Mustafayeva	M.A.Mamedov, I.V.Fatahov Z.T.Mustafayeva	15
	Tikinti sənayesi məhsullarının keyfiyyəti və rəqabətcabiliyyətliliyinin iqtisadi təhlili	Economic analysis of quality and competitiveness of products of the construction industry	
23	Q.N.Qafarlı	G.N.Gafarli	23
	Geoiqtisadi inkişafın rəqabətcabiliyyətlik determinantları	Determinants of competitiveness in geo- economic development	
29	A.M.Бадалов, В.Р.Алекперов	A.M.Badalov, V.R.Alakbarov	29
	Анализ текущего состояния экономики Азербайджана и перспектив в условиях мирового финансового кризиса	Analysis of the current state of the Azerbaijani economy and prospects in the context of the global financial crisis	
40	V.C.Axundov, A.R.Fətəliyeva	V.C.Akhundov, A.R.Fataliyeva	40
	Neft-qaz sənayesində istehsal resurslarından istifadənin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsinin nəzəri-metodiki əsasları	Theoretical and methodological foundations for assessing the efficiency of resource utilization in the oil and gas industry	
51	F.F.Babayev	F.F.Babayev	51
	Rəqabət strategiyasının mahiyyətinə müasir yanaşmalar	Modern approaches to the meaning of competition strategy	
59	İ.E.Rəfizadə	I.E.Rafizadeh	59
	İqtisadi təhlükəsizlik aspektindən idxalı əvəzləmə siyasətinin əsas istiqamətləri	Main directions of import substitution policy from the point of view of economic security	
70	M.P.Əlizadə	M.P.Alizadeh	70
	Ölkə regionlarında turizm resurslarından istifadənin müasir vəziyyətinin təhlili	Analysis of the current situation of the use of tourism resources in the regions of the country	
77	N.Y.Novruzov	N.Y.Novruzov	77
	Azərbaycan iqtisadiyyatının loqistika ilə modernizasiyası	Modernization of Azerbaijan's economy with logistics	

88 **N.A.Abbasov**
Orta dəhliz”in inkişaf perspektivləri:
Azərbaycanın strateji mövqeyi və töhfələri

N.A.Abbasov **88**
Development perspectives of the middle
corridor: strategic position and contributions
of Azerbaijan

96 **N.U.Muradova, Q.F.Babayeva**
Müasir iqtisadiyyatda “Greenwashing”
problemi: yaranma səbəbləri və həlli yolları

N.U.Muradova, G.F.Babayeva **96**
The problem of "Greenwashing" in the
modern economy: causes and solutions

103 **E.N.Allahverdi**
Azərbaycanda icbari tibbi sığorta
mexanizmlərinin gücləndirilməsi

E.N.Allahverdi **103**
Strengthening the mechanisms of compulsory
health insurance in Azerbaijan

***Tikinti müəssisələrinin iqtisadiyyatı
və menecment***

***Economics and management of
construction enterprises***

108 **S.A.Farzaliyev**
Monolit dəmirbeton binaların istismarı
zamanı konstruktiv elementlərin etibarlılığına
təsir edən amillər

S.A.Farzaliyev **108**
Factors affecting the reliability of
constructive elements during the use of
monolithic reinforced concrete buildings

114 **M.M.Fərzəliyev, S.R.Əhmədov**
Azərbaycan inşaat sənayesi: dərin və
hərtərəfli təhlil

M.M.Farzaliyev, S.R.Ahmadov **114**
Azerbaijan construction industry: deep and
comprehensive analysis

119 **Z.B.Ağayev**
Logistika sistemlərinin fəaliyyətinin əsas
metodoloji məsələləri

Z.B.Agayev **119**
The main methodological issues of the
activity of logistics systems

126 **Ə.M.Əliyev, A.N.Fərmanlı,
N.İ.Xanməmmədova**
Tikinti sənayesi müəssisələrində istehsalın
səmərəliliyinin yüksəldilməsində
menecmentin rolu

**A.M.Aliev, A.N.Farmanlı,
N.İ.Khanmammadova** **126**
The role of management in improving
production efficiency in construction
industry enterprises

131 **M.N.Mehdiyev**
Azərbaycan Respublikasında logistikanın
inkişafında avtomobil yollarının rolu

M.N.Mehdiyev **131**
The role of roads in the development of
logistics in the republic of Azerbaijan

***İnvestisiya və sahibkarlıq
fəaliyyətinin idarə edilməsi***

***Investment and business
management***

136 **E.A.Hajiyev**
Internal control over the management of
public investment projects

E.A.Hajiyev **136**
Internal control over the management of
public investment projects

147 **L.A.Haziyeva**
Use of the potential of agrotourism

157 **O.S.Şükürov**
Biznesin investisiya resurslarının
innovativ iqtisadiyyatın formalaşmasına təsiri

167 **P.A.Mahmudov**
İşğaldan azad edilmiş ərazilərə xarici
investisiyaların cəlb edilməsi potensialı

175 **P.S.Cəfərli**
İstehlakçı tələbatının ödənilməsi aspektlərinin
müəyyən edilməsi

180 **S.B.Quluzadə**
Azərbaycanda gəlmə turizminin inkişafı
üçün effektiv marketinq strategiyaları

189 **T.H.Kishizada**
Analysis of the business environment
of local business enterprises in Azerbaijan:
certain leadenings derived from
the analysis of thirty two in-depth
interviews with sme top managers and ceos

201 **T.A.Asadova**
Women in leadership: overcoming the glass
ceiling

208 **N.S.Əliyeva, F.R.Məmmədova,
N.İ.Xanməmmədova**
Biznesdə logistika və təchizat zəncirinin
idarə edilməsi

214 **G.E.Mikayılova**
Müasir reklam strategiyalarının turizm
təşkilatlarının müştəri cəlb etmə qabiliyyətinə
təsiri

İnnovasiya və informasiya texnologiyalarının menecmenti

221 **G.İ.İsmayılova, A.A.İsayev**
Elektron imza alqoritmının tətbiqi və
kommersiya fəaliyyətinə təsiri

L.A.Haziyeva 147
Use of the potential of agrotourism

O.S.Shukurov 157
The impact of business investment resources
on the formation of an innovative economy

P.A.Makhmudov 167
The potential of attracting foreign investment
to the liberated territories

P.S.Jafarli 175
Determining the aspects of meeting consumer
demand

S.B.Quluzade 180
Effective marketing strategies for the
development of incoming tourism in
Azerbaijan

T.H.Kishizada 189
Analysis of the business environment of local
business enterprises in Azerbaijan: certain
leadennings derived from the analysis of thirty
two in-depth interviews with sme top
managers and ceos

T.A.Asadova 201
Women in leadership: overcoming the glass
ceiling

**N.S.Aliyeva, F.R.Mamedova,
N.İ.Khanmammadova** 208
Logistics and supply chain management in
business

G.E.Mikayilova 214
The effect of modern advertising strategies on
the ability of tourism organizations to attract
customers

Management of innovation and information technologies

G.I.Ismayilova, A.A.Isayev 221
Application of electronic signature algorithm
(ESA) and impact on commercial activity

231 **Ə.Ə.Nəcəfov**
Azərbaycanın qeyri-həyat sığortası bazarında
yeni texnologiyaların tətbiqinin təhlili (risk
idarəedilməsi, sığorta iddiaları və müştəri
əlaqələri sahələri üzrə)

236 **F.Sh.Allahverdiyeva**
Electronic commerce and globalization: a new
era of economic growth

246 **M.A.İmranova**
İnnovativ klasterlərin təşkilində tətbiq olunan
matrislər və modellər barədə

252 **M.Ş.İbrahimli, A.S.Əliyeva**
Xidmət sektoru müəssisələrində innovativ
yanaşmanın səmərəliliyinin artırılmasının əsas
istiqamətlərinin təhlili

262 **N.L.Hüseynova**
İnnovasiya sistemlərinin səmərəliliyinin
qiymətləndirilməsi

267 **S.E.Salahova**
Rəqəmsal vergitutmada global tendensiyalar

275 **T.A.Дадашев**
Большие данные и их влияние на
экономическое развитие

283 **U.H.Bağirov**
Elektron ticarətin gələcəyi: təkamül və reklam
metodlarının təsirləri

289 **K.A.Büyüker**
İnnovasiyaya əsaslanan biznes sistemindəki
dəyişikliklər və onun iqtisadi artıma təsiri

294 **A.A.Qədəşov, N.R.Şabanzadə**
Fərqli nəsillərdə e-ticarətə təsir edən amillər

Maliyyə və bank fəaliyyətinin idarəedilməsi

304 **A.Z.Bayramlı**
Xərclərin uçotu və maliyyə hesabatlarının
məzmunu

A.A.Najafov **231**
Analysis of the application of new
technologies in Azerbaijan's non-life
insurance market (in case of risk
management, claims and customer relations)

F.Sh.Allahverdiyeva **236**
Electronic commerce and globalization: a new
era of economic growth

M.A.Imranova **246**
About matrices and models applied in the
organization of innovative clusters

M.Sh.Ibrahimli, A.S.Aliyeva **252**
Analysis of key directions for enhancing the
efficiency of innovative approaches
in service sector enterprises

N.L.Huseynova **262**
Assessment of efficiency of innovation
systems

S.E.Salahova **267**
Global trends in digital taxation

T.A.Дадашев **275**
Big data and its impact on economic
development

U.H.Bagirov **283**
The future of E-commerce: evolution and
implications of advertising methods

K.A.Büyüker **289**
Shifts in the business system driven by
innovation and its impact on economic
growth

A.A.Gadeshov, N.R.Shabanzadeh **294**
Factors affecting e-commerce in different
generations

Financial and banking management

A.Z.Bayramli **304**
Content of cost accounting and financial
statements

312	F.N.Məmmədova Kommersiya təşkilatında maliyyə nəticələrinin uçotunun təşkili qaydaları	F.N.Mammadova Organizational rules of accounting financial results in a commercial organization	312
321	M.M.Kərimli Azərbaycan bank sektorunun gəlirlərinin və xərclərinin strukturu	M.M. Karimli Structure of income and costs of Azerbaijan banking sector	321
328	P.S.Rüstənzadə Maliyyə xidmətlərində e-ticarət texnologiyalarının tətbiqi və onun iqtisadiyyata təsirlərinin öyrənilməsi	P.S.Rustamzadeh Application of e-commerce technologies in financial services and study of its effects on the economy	328
335	R.T.Şəmsili Beynəlxalq maliyyə hesabatları standartları anlayışı	R.T.Shamsili Understanding of international financial reporting standards	335
<i>Beynəlxalq layihələrin idarə edilməsi və təcrübə</i>		<i>International project management and experience</i>	
339	C.C.Тагизаде, Дежия Cao Состояние развития и перспективы Китайско-Германских совместных предприятий	S.S.Tagizade, Dejia Cao The current situation and prospects of Sino- German joint ventures	339
346	V.R.Abasli Azərbaycan respublikasının büdcə sistemində daxil olan vergi daxilolmalarının strukturunun və dinamikasının təhlili	V.R.Abasli Analysis of the structure and dynamics of tax revenues included in the budget system of the republic of Azerbaijan	346

Nəşr prinsipləri

“Tikintinin iqtisadiyyatı və menecment” jurnalı Azərbaycan və xarici ölkələrin iqtisadiyyatının sahələrinin prioritet istiqamətləri üzrə aparılan tədqiqat işləri, alınan nəticələr haqqında, iqtisadiyyatın nəzəri və praktiki problemlərinə dair elmi məqalələri dərc edir.

Əlyazmanın redaksiyaya təqdim olunma qaydası

Əvvəllər çap olunmuş və ya çap olunmaq üçün başqa bir dövrə nəşrə göndərilmiş əlyazmaların jurnala təqdim edilməsi yolverilməzdir. Əlyazmanın orijinalı mükəmməl redaktə edilmiş halda elektron qaydada alakbarova.lala@azmiu.edu.az (ALEKPEROVA.LALA@MAIL.RU) elektron ünvanı və ya müəllif(lər)in özü redaksiyaya (Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti, Yasamal rayonu, Ayna Sultanova küçəsi, Bakı, Azərbaycan) təqdim edilir. Əlyazma müəllif(lər) tərəfindən imzalanmalı və onun redaksiyaya təqdim olunma tarixi göstərməlidir.

Məqalə formatı: Məqalələr A4 formatda, 12 ölçüdə, 1 sətirlərarası intervalla, Times New Roman şrifti ilə yazılmalı, səhifənin aşağı, yuxarı və yan tərəflərində 2 sm boşluq buraxılmalıdır.

Məqalənin həcmi: 7-15 səhifə olmalıdır.

Müəllif: Məqalədə müəllifin adı, atasının adı və soyadı /məs.: Ə.M.Vəliyev/, iş yeri tam şəkildə, müəllifin elmi dərəcəsi, ORCID ID-si, şəxsi elektron ünvanı və telefon nömrəsi məqalənin başlığından əvvəl sağ tərəfdə göstərməlidir. Təhsilini davam etdirən müəllif təhsil pilləsinə uyğun olaraq özü haqqında məlumatda bakalavriat, magistrant və doktorant olduğunu qeyd etməlidir.

Xülasə: Məqalənin əvvəlində Azərbaycan, sonunda ingilis dillərində 7-8 cümlədən ibarət Xülasə yazılmalıdır. İngilis dilində yazılan Xülasənin əvvəlində müəllifin adı, ata adı və soyadı ingilis dilində qeyd olunmalıdır.

Açar sözlər: 5 sözdən az olmayaraq Azərbaycan və ingilis dillərində yazılmalıdır.

Giriş

Təhlil

Nəticə

Ədəbiyyat siyahısı: Ədəbiyyat siyahısı APA üslubunda tərtib edilməlidir.

İstinadlar: Məqalənin müvzusu ilə bağlı elmi mənbələrə istinadlar olmalıdır.

Cədvəl və şəkillər biri-birini təkrarlamamalı, göstəricilər Beynəlxalq vahidlər sistemində (Sİ) verilməlidirlər. Əlyazmada bir cədvəl və bir şəkil verildikdə, müvafiq olaraq, onlar nömrələnəli, “Cədvəl” və ya “Şəkil” sözü də yazılmalıdır.

Jurnalın dili: Azərbaycan, türk, ingilis və rus

Plagiat

Redaksiyaya təqdim edilən məqalələr StrikePlagiarism.com proqramının vasitəsi ilə plagiatdan keçirilir. Plagiat aşkarlanmadığı halda (unikallıq səviyyəsi 75%) gizli resenziyalaşdırmaya göndərilir. Plagiat faktı aşkar edilən məqalələr dərc edilmir və geri qaytarılır. Təqdim edilən məqalənin dərc olunmasından imtina edildiyi halda jurnalın redaksiyası yazılı şəkildə müəllifə əsaslandırılmış imtina cavabı göndərir.

Resenziyalaşdırma

Redaksiyaya göndərilən məqalələr əvvəlcə redaksiya tərəfindən jurnalın nəşr prinsipləri baxımından qiymətləndirilir. Nəşr prinsiplərinə uyğun olmayan məqalələr düzəldilmək üçün müəllifə göndərilə və ya resenziyalaşdırmadan imtina edilə bilər.

Redaksiyaya təqdim edilən əlyazmalar anonim rəyçilərin gizli rəyindən sonra onların dərc edilib-edilməsinə qərar verilir. Resenziyalaşdırma və təsdiqetmə müddəti ümumilikdə 1 aydır. Əlyazmalar, resenziyalaşdırma prosedurunun nəticələri əsas götürülərək, növbəlilik prinsipi ilə dərc edilir.

Jurnala göndəriləcək məqalələr başqa yerdə nəşr edilməmiş və ya nəşr üçün təqdim edilməmiş olmalıdır.

Müəlliflik hüquqları

Jurnalda dərc edilən məqalələrdə müəlliflik hüququ qorunur və bu məqalələrin bütün nəşr hüquqları “Tikintinin iqtisadiyyatı və menecment”-ə aiddir.

Jurnal ildə 4 dəfə nəşr edilir. Jurnalın nüsxələri çap olunduqdan sonra Azərbaycan Respublikasının Ali Attestasiya Komissiyasına, kitabxanalara, beynəlxalq indeks təşkilatlarına və məqalə müəlliflərinə göndərilir.

Принципы публикации

Журнал «Экономика строительства и менеджмент» публикует научные статьи по приоритетных направлениям экономики Азербайджана и зарубежных стран, о полученных результатах, теоретических и практических проблемах экономики.

Порядок подачи рукописи в редакцию

Рукописи, ранее опубликованные или направленные в другое периодическое издание для публикации, к представлению в журнал не допускаются. Оригинал рукописи с идеальной редакцией необходимо отправить в электронном виде на адрес alakbarova.lala@azmiu.edu.az (ALEKPEROVA.LALA@MAIL.RU) или самому автору(ам) сдать в редакцию (Азербайджанский Архитектурно-строительный Университет, Ясамальский район, улица Айна Султанова, Баку, Азербайджан). Рукопись должна быть подписана автором (авторами) и датирована.

Формат статьи: Статьи должны быть написаны в формате А4, кегль 12, междустрочный интервал 1, шрифт Times New Roman, отступ 2 см внизу, вверху и по бокам страницы.

Объем статьи должен составлять 7-15 страниц.

Автор: Справа, до названия статьи необходимо указать фамилию, имя, отчество автора /например: А.М.Велиев /, место работы, ученую степень, ORCID ID, личный адрес электронной почты и номер телефона. Автор, продолжающий обучение, должен указать, что он является бакалавром, магистрантом и докторантом в своих личных данных в соответствии с уровнем образования.

Резюме: Резюме из 7-8 предложений должно быть написано в начале статьи на азербайджанском языке и в конце на английском языке. В начале резюме, написанного на английском языке, должно быть указано имя, фамилия, отчество автора должны на английском языке.

Ключевые слова: не менее 5 слов на азербайджанском и английском языках.

Введение

Анализ

Заключение

Список литературы: Список литературы должен быть написан в стиле АРА.

Список литературы: Должны быть даны ссылки на научные источники, относящиеся к теме статьи.

Таблицы и рисунки не должны повторять друг друга, показатели должны быть приведены в Международной системе единиц (СИ). Если в рукописи даны таблица и рисунок, то они должны быть соответственно пронумерованы и написано слово «Таблица» или «Рисунок».

Язык журнала: азербайджанский, турецкий, английский и русский.

Плагиат

Статьи, поступающие в редакцию, проверяются на плагиат с помощью StrikePlagiarism.com. Если плагиат не обнаружен (уровень уникальности 75%), статья отправляется на скрытое рецензирование. Статьи, признанные плагиатом, не публикуются и возвращаются автору. В случае отказа в публикации представленной статьи редакция журнала направляет автору мотивированный ответ в письменной форме.

Рецензирование

Статьи, направляемые в редакцию, сначала оцениваются редакцией с точки зрения принципов публикации журнала. Статьи, не соответствующие правилам публикации, могут быть отправлены автору для исправления или могут быть отклонены в рецензировании.

Рукописи, представленные в редакцию, подлежат конфиденциальному рассмотрению анонимными рецензентами, после чего принимается решение о том, будут ли они опубликованы. Срок рассмотрения и согласования составляет 1 месяц. Рукописи публикуются на регулярной основе по результатам процесса рецензирования.

Статьи, представляемые в журнал, не должны быть опубликованы или отправлены для публикации в другое издательство.

Авторские права

Статьи, опубликованные в журнале, защищены авторским правом и все права на публикацию этих статей принадлежат «Экономике строительства и менеджменту».

Журнал выходит 4 раза в год. После печати экземпляры журнала высылаются в Высшую Аттестационную Комиссию Азербайджанской Республики, библиотеки, международные индексные организации и авторам статей.

Publication principles

The journal "Construction Economics and Management" publishes scientific articles on priority areas of the economy of Azerbaijan and foreign countries, on the results obtained, theoretical and practical problems of the economy.

The procedure for submitting a manuscript to the editor

Manuscripts previously published or sent to another periodical for publication are not allowed to be submitted to the journal. The original manuscript with an ideal edition must be sent electronically to alakbarova.lala@azmiu.edu.az (ALEKPEROVA.LALA@MAIL.RU) or handed over to the editor(s) himself (Azerbaijan University of Architecture and Civil Engineering, Yasamal district, st. Aina Sultanova, Baku, Azerbaijan). The manuscript must be signed by the author(s) and dated.

Article format: Articles should be written in A4 format, size 12, line spacing 1, Times New Roman font, indent 2 cm at the bottom, top and sides of the page.

The volume of the article should be 7-15 pages.

Author: On the right, before the title of the article, you must indicate the last name, first name, patronymic of the author /for example: A.M. Veliev /, place of work, academic degree, ORCID ID, personal e-mail address and phone number. The author who is continuing his studies must indicate that he is a bachelor, master and doctoral student in his personal data in accordance with the level of education.

Abstract: A abstract of 7-8 sentences should be written at the beginning of the article in Azerbaijani and at the end in English. At the beginning of a resume written in English, the name, surname, patronymic of the author must be indicated in English.

Key words: at least 5 words in Azerbaijani and English.

Introduction

Analysis

Conclusion

References: References should be written in the APA style.

References: Links to scientific sources related to the topic of the article should be given.

Tables and figures should not repeat each other, indicators should be given in the International System of Units (SI). If the manuscript contains a table and a figure, then they should be numbered accordingly and the word "Table" or "Figure" should be written.

Journal language: Azerbaijani, Turkish, English and Russian.

Plagiarism

Articles submitted to the editorial office are checked for plagiarism using StrikePlagiarism.com. If plagiarism is not detected (uniqueness level 75%), the article is sent for covert review. Articles recognized as plagiarism are not published and are returned to the author. In case of refusal to publish the submitted article, the editors of the journal send the author a reasoned response in writing.

Peer review

Articles sent to the editors are first evaluated by the editors in terms of the principles of publishing the journal. Articles that do not comply with the publication rules may be sent to the author for correction or may be rejected for review.

Manuscripts submitted to the editors are subject to confidential review by anonymous reviewers, after which a decision is made as to whether they will be published. The term of consideration and approval is 1 month. Manuscripts are published on a regular basis based on the results of a peer review process.

Articles submitted to the journal must not be published or sent for publication to another publisher.

Copyright

Articles published in the journal are protected by copyright and all rights to publish these articles belong to Construction Economics and Management.

The magazine is published 4 times a year. After printing, copies of the journal are sent to the Higher Attestation Commission of the Republic of Azerbaijan, libraries, international index organizations and authors of articles.

*Azərbaycan, Bakı şəh., AZ 1073, Ayna Sultanova küçəsi 11,
Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti,
Tel.: (+99412) 497 05 13
daxili – 678
E-mail: info@timjurnal.az
Jurnalın rəsmi saytı: <https://timjurnal.az>*

*Статьи направляются по адресу:
Азербайджан, г. Баку, AZ 1073, ул. Айны Султановой 11,
Азербайджанский Архитектурно-строительный Университет,
Тел.: (+99412) 497 05 13;
внутренний – 678
E-mail: info@timjurnal.az
Официальный Веб-сайт журнала: <https://timjurnal.az>*

*The articles should be sending to the following address:
11, Ayna Sultanova Str. Baku, AZ 1073 Azerbaijan
Azerbaijan Architecture and Construction University
Tel: (+99412) 497 05 13;
Interior - 678
E-mail: info@timjurnal.az
Official website of the magazine: <https://timjurnal.az>*



Tərtib edən: Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universitetinin “Biznesin iqtisadiyyatı və menecment” kafedrası. Tel: (+99412) 538 92 83

AR Ədliyyə Nazirliyinin Mətbu nəşrlərin reyestrinə daxil edilmə nömrəsi № 4024

**Beynəlxalq standart eyniləşdirmə nömrəsi - İSSN 2519-2507
- 17.10.2016 tarixində verilib**

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Ali Attestasiya Komissiyası Rəyasət Heyətinin “Azərbaycan Respublikasında dissertasiyaların əsas nəticələrinin dərc olunması tövsiyə edilən dövrü elmi nəşrlərin siyahısı”nın iqtisad elmləri bölməsinə daxil edilib (04.07.2018-ci il, protokol № 11-R)

AzMIU
“Nəşriyyat – Poliqrafiya Mərkəzi”
məl.: (012) 539 07 17
E-mail: azmiu-npm@mail.ru

